2022年儋州市农产品销售渠道体系搭建

采购需求

**一、项目概况**

1、采购人：儋州市农业农村局

2、项目名称：2022年儋州市农产品销售渠道体系搭建

3、项目预算：￥3000000.00元

4、最高限价（控制价）：￥3000000.00元

5、合同履行期：自合同签订之日起一年

6、交付地点：用户指定地点。

**二、主要功能或目标**

为贯彻落实《关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》（商流通发〔2021〕99号）和《关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的实施意见》，加强儋州市商业体系建设，推动农村消费提质扩容，激发农村市场消费潜力，构建农业农村新发展格局，特制定本方案。

（一）、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实中央、省委一号文件、省农村工作会议及市委农村工作会议精神，全面实施乡村振兴，以农产品走出去为主抓手，着力推动品牌市场化，产品多样化，包装实用化，渠道丰富化，推动形成岛内流通，全国布局，线上齐动的儋州农产品发展新阶段。

（二）、工作目标

打造儋州市农产品专业销售渠道体系，借助儋州市内现有电商运营平台，搭建全国多城市线下实体展厅，线上销售平台之儋州精选馆，并组织儋州企业与平台会员线上线下交流见面会，引导电商平台会员走进儋州企业实地体验产品，享受儋州人文风情。定期组织企业参与品牌营销，产品设计，渠道拓展的培训，为各企业培训一支销售精英队伍，使儋州企业充满造血活力，驰聘全国市场。

（三）、实施内容

1、定位企业战略

1）企业定位分析：针对儋州农业企业及其行业现状，重点分析企业的优势和不足之处。

2）产品定位分析：通过了解当前儋州主要产品的销售渠道，分析当前产品的市场现状和前景预期。

3）形成SWOT分析报告：为各企业出具一份SWOT分析报告，制定企业在行业的战略定位，产品在市场的销售策略。

2、制定产品方案

1）产品结构改进

针对当前市场需求，对现有产品做接地气改造，选出优势产品，发展利润产品，淘汰不符合市场产品，并从产品规格和包装等方面对各企业产品结构进行梳理。

2）价格体系优化

为满足多平台多渠道销售的价格体系要求，以及同类产品的价格差异化竞争策略，对各企业产品成本、利润和价格进行梳理，制定出更符合当前销售拓展和管理的价格体系。

3）品质标杆树立

结合行业优秀产品现状，为企业树立标杆产品，制定品质规范，引导企业生产规范和质量提升。

4）库存合理管理

通过行业销售数据，企业销售目标和产品生产周期，帮助企业制定合理的库存水平，避免成本浪费或供应不足。

3、策划市场营销

1）整理产品故事

通过对企业的发展历程，产品工艺和销售特色的整理，为每个企业编辑产品故事，为文案和营销创意提供素材。

2）制作产品详情

针对各企业的产品特色，消费场景，生产工艺和售后处理等，用文字、照片、视频等素材制作成适合各销售平台使用的产品详情页和电子笔记。

3）印刷销售折页和海报

根据销售场景，为各企业设计并印刷不同尺寸的销售折页和海报，既展示产品形象，也可以促进现场销售。

4）制定促销策略

通过分析各渠道产品销售情况，为儋州各产品制定时节和渠道促销策略和销售方案。

4、搭建线上销售渠道体系

1）电商渠道

在电商平台的核心板块设置“儋州农产品专区”，重点推广儋州农产品。电商平台须以销售海南产农副产品为主，在内地多省市分布消费群体，对海南产品有稳定的需求。

2）大团长社群

对接岛内外多家点对点服务的社团大团长，根据各社群主打产品推荐“儋州特产”，以点铺面，逐步打开儋州产品在各社群的影响力。

3）直播带货频道

设立多渠道线上直播，每天选择黄金时间段择优轮播推荐儋州农产品，带动儋州品牌影响力，促进各企业的拓客能力。

5、搭建线下销售渠道体系

1）社区体验馆

结合儋州本土电商公司及其供应链公司在全国多个城市的线下社区体验馆，设立“儋州农产品体验专区”，配专员推荐儋州产品，从近距离体验开始逐步将儋州产品走入内地家庭。

2）景区购物点

在儋州相关旅游景点，设立“儋州农产品旗舰展示区”并配有专业的产品讲解员，向来自全国各地的游客推介儋州各企业的产品，宣传儋州地方品牌特色，促成销售及关注公众号。

3）民宿客房

选择在本地有影响力的民宿项目，在每个房间里放上儋州精选产品的折页，指导住店客人在多个渠道购买儋州特色农产品。

4）展会现场销售和招商

借助儋州本企业参与的全国展会，携带精选的儋州农产品，让全国不同的观众不仅可以在现场品尝儋州的产品，也可以指导他们在各个渠道购买儋州的产品。

6、搭建物流中转仓服务

集中儋州企业规模优势，建立儋州农产品总仓和杭州（全国电商集散中心）中转仓二级分转的快递模式，节约20-40%的物流成本，节约24-48小时的在途周期。

7、培育销售人才队伍

1）每月一次线下培训和交流会

为确保销售平台搭建和沟通的顺利，每月一次组织儋州企业进行沙龙式培训和交流，总结经验和教训，并一对一地交流销售成果，改进市场方案，促销方式，价格策略等。

2）社群运营专项培训

社交新零售已成为后疫情时代新的销售运营模式，能够将产品尽早进入到社群供应链体系是赢得未来市场的关键，特此将引进专业社群运营大师为各企业培训，以期实现各企业更好地应对未来的挑战。

（四）、项目预算及经费来源

本项目全程预计需要花费311万元整，具体以实际确认为准。

（五）、保障措施

1、加强组织保障。坚持党政齐抓共管，主要负责同志亲自研究部署、督促检查，加强组织领导。充分调动本地各级政府和企业积极性，结合工作实际，研究制定具体工作方案，明确责任主体，及时跟踪工作进展，确保取得实效。

2、加大宣传引导。建立政府主导、部门负责、企业联动的多样营销体系。充分发挥多渠道的作用，宣传儋州产品优势；弘扬创新光荣、假冒可耻的行业风尚，培育优秀的企业和本土销售精英。加强政府、企业、合作社和市场的紧密沟通，确保儋州农产品成为老百姓可放心消费的产品。

3、加强监管保障。建立项目督导机制，建立推进台账，及时掌握执行情况。加大奖惩机制，严明工作纪律，对项目实施措施不力，工作不到位的，严肃追究相关责任人责任。

**三、验收和付款**

1、验收要求、标准：按采购文件技术参数、合同及国家法律法规规范等进行验收。

2、付款条件、付款方式：对于满足合同约定支付条件的，自收到发票后十个工作日内通过转账方式支付到合同约定的供应商账户。