

种业新常态下玉米新品种立体示范体系建设

石云翔

(北京顺鑫国际种业集团有限公司,北京 101300)

摘要:自2016年以来,随着种植结构调整、收储政策价补分离和品种备案制度的实施,种业发展进入转型提质增效时期,随着品种之殇、渠道之变、宣传之乱以及病毒营销失灵、终端渠道失控等现象愈演愈烈,种业市场竞争步入新常态时期,这将掀起种业新一轮的生死抉择。技术是根、服务是本、示范是路,作为新形势下三大致胜法宝是推广企业高度重视的工作,立体示范体系的建设是符合当前市场形势的综合示范方法。就自身实施的立体示范体系建设工作进行介绍,为当前品种井喷状态下做好科学示范工作提供参考。

关键词:新常态;立体示范;核心示范户;村级联络人;运营规划

国以农为本,农以种为先,种子作为特殊的生产资料承载着农民的希望,新品种推广始终秉承试验、示范、推广三步走的方法^[1],示范工作是其中的桥梁和纽带。近年来,随着种业发展步入新常态,品种井喷时代竞争加剧导致新产品盲目快速推广,从而忽视了示范工作开展,品种不能在优势区域种植、不能将优势特点发挥、栽培措施不能配套服务,这也是近几年在特殊气候下大面积发生灾害的原因之一。种业新常态下玉米新品种示范体系建设需要改革创新,以生产开发企业为主体引导的新品种立体示范体系作用愈加凸显。

1 玉米新品种立体示范体系的必要性

所谓新品种并非仅仅是新审定或者待审定品种,而是相对示范区域市场而言推广时间短或还没有推广的产品,与品种审定时间长短没有直接联系。传统的玉米新品种示范是生产开发企业(或育种单位)将新品种供给代理商,代理商自行安排农户示范或者供给零售商安排农户示范(图1)。随着种业形势的发展,传统示范路径的示范主体缺少大农户、合作社,与市场推广、推广运营脱节的问题就显现出来,生产推广企业对示范商缺乏直接沟通,导致对产品示范的真实表现不甚了解。而新形势下由于品种井喷上市速度快,很多产品甚至没有找到示范商就已经销声匿迹了,渠道商由于示范品种过多也是不堪重负,对示范的安排相对随意,传统路径示范效果越来越差,因此加强立体示范体系建设势在必行。

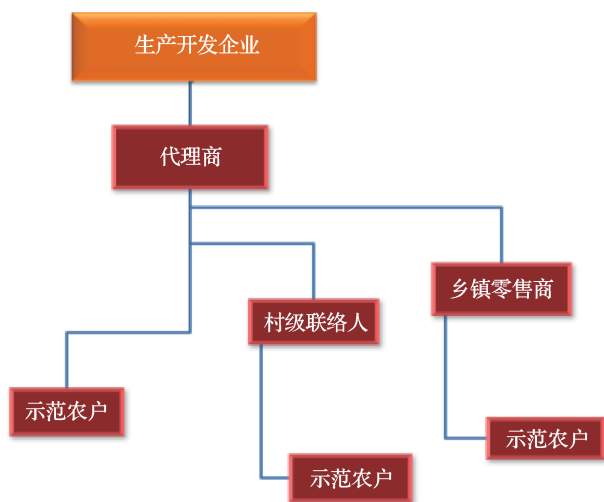


图1 传统新品种示范路径

2 玉米新品种立体示范体系及其优势

新品种立体示范是指生产开发企业根据产品特点、合法上市区域、市场分析、开发渠道状况、市场运营模式以及品种推广规划等,对本企业产品进行整体结构梳理和特点分析,结合市场初步定位,在适合的市场区域安排区域示范中心、县级示范分中心和本企业直布的关键终端商示范田、合作社示范片、大农户连片方田、补贴性规范田为基本路径,县级代理和乡村终端商自行安排农户示范块为辅助路径,形成生产开发企业可管可控的品种结构立体、示范网络立体、示范主体立体的综合示范过程(图2)。

新品种立体示范体系的优势有以下几点:一是可以实现生产开发企业对示范主体的管控,将示范

落实工作掌握在企业手中,有利于提高示范的成功率;二是及时直接获得示范品种栽培管理过程中的真实表现;三是避免了单一由渠道代理商示范可能出现的示范品种丢失、示范效果不好和示范地块难以利用的问题;四是立体示范体系建设过程本身就是扩大产品宣传和提升品牌传播的过程。其缺点是需要保持持续沟通,管控过程需要较大的人财物投入和一定技术力量指导。

以利用的问题;四是立体示范体系建设过程本身就是扩大产品宣传和提升品牌传播的过程。其缺点是需要保持持续沟通,管控过程需要较大的人财物投入和一定技术力量指导。

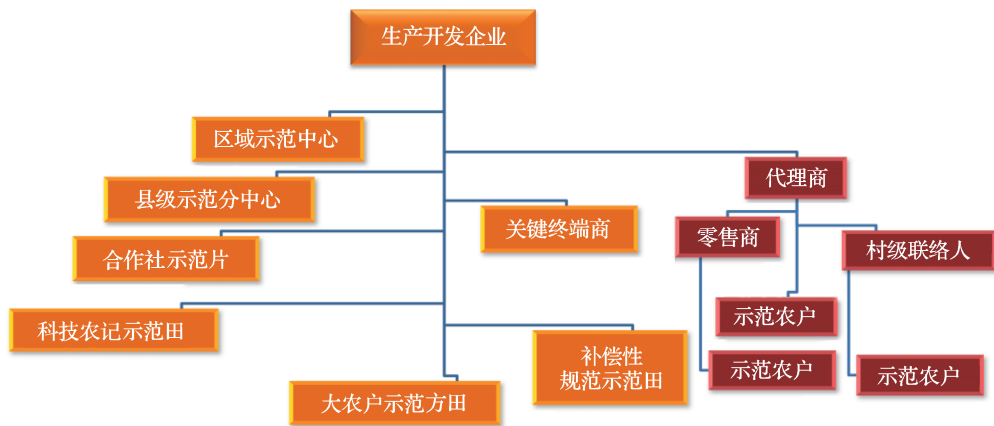


图2 立体式新品种示范路径

3 玉米新品种立体示范方案制定的参考依据

3.1 符合企业整体销售战略 示范工作是推广工作的前沿,更是一个企业销售战略的前期介入。生产开发企业在制定立体示范方案时一定要与企业整体销售战略相匹配,例如销售战略推行扁平化渠道和终端大农户对接方向,那么立体示范要更多做到直布基层化,倾向于终端渠道与核心示范户的对接落实。

3.2 依托产品运营发展模式 开发推广企业要提前做好示范产品运营发展规划,初步确定产品运营模式,包括但不限于产品卖点与定位、价格包装策略、渠道发展模式、产品宣传方式、商务活动措施等。在制定立体示范方案时一定要以产品运营模式为基本发展方向,在具体示范承担商的选择和示范落实上有针对性、有目的性安排。

3.3 围绕产品核心市场布局 示范产品要发挥更大的优势需要在适宜的区域种植,为此立体示范方案的制定要围绕产品核心市场进行有效的布局,通过示范工作的开展保障产品在核心市场的优势完全展示,使产品在推广中发挥核心市场的对外扩散影响力,有利于产品快速推广上量。

3.4 根据可供示范的种子数量 由于待审定或新审定品种种子数量有限,在制定立体示范方案时还要参考示范种子可供数量,如何将有限的数量发挥更大的立体效果,做到点线结合,以点带面,促进产

品快速推广发展显得尤为重要。

4 不同阶段新品种立体示范工作要点

一般企业在安排品种示范工作时根据品种发展周期和未来推广需要主要有4种类型,一是在推品种,二是新审定品种,三是待审定品种,四是包销品种。

4.1 在推品种立体示范工作要点

4.1.1 示范核心目的 在推品种示范对于企业来说是非常重要的,是产品推广初期到高峰期的爬坡阶段,立体示范目的是寻找新区域、开发空白点、弥补薄弱区、扩大推广面。

4.1.2 立体示范方式 一是在推品种示范时一定要切实抓好企业直接落实的示范田块,企业的市场部和销售部可以共同落实。示范针对薄弱市场落实大农户示范田、核心农户示范块以及补贴性示范观摩地块,掌握第一手资料,为产品推广助力。二是为了促进终端零售商充分了解产品优势,提升推广销售积极性,针对终端零售商、优秀店员、合作社社员、村级联络人等统一安排品种示范,并出台相对规范的管理办法和激励机制,有利于产品优势发挥和新品种推广。三是对于在推品种示范一般不要给现有代理商示范种安排示范,可以实施代理商示范地块利用奖励机制。四是对需要调整的现有代理商渠道要提前做好意向代理商的示范安排工作,以备不时之需。值得强调的是重点市场安排在推品种示范时,

品种名称可以采用编号的方式,以防止先入为主的主观意识影响对品种的评估。

4.2 新审定品种立体示范工作要点

4.2.1 示范核心目的 市场初定位、激励渠道商、示范+宣传、一举上销量。

4.2.2 立体示范方式 一是采用多个批发商示范,选定重点市场,圈定目标经销商群,监督落实标准示范地。二是多个终端渠道示范,选择优秀零售商示范,安排零售店直销业务员示范,一定注意保证示范地块科学管理,可以采用示范田规范化奖励机制,在做好立体示范的同时为打造零售联合体管理模式打基础^[2]。三是核心农户示范,生产推广企业进行直接布置,落实到具体的合作社、大农户、种植能手等以种田为主业的人进行示范安排,掌握在大田管理中的综合表现优势。

4.3 待审定品种示范工作要点

4.3.1 示范核心目的 待审定品种一般是示范当年或第2年即将审定的品种,立体示范目的在于综合鉴定、资源展示、素材搜集、激励渠道、提振信心。更多的是试验观察与示范展示同步,体现企业研发实力、提升渠道合作伙伴信心和粘性。

4.3.2 立体示范方式 一是中心示范片示范,这类品种相对来说种子少、成本较高且需要重点观察,因此企业主导集中统一安排系统的对比观察,安排专人亲自参与示范全程跟踪管理,最好能有对照品种和重要数据对比,最终可进行综合评价分析^[1]。二是优秀经销商做示范,对于合作信任度高、有推广能力、有规范试验田的经销商可选择优先安排示范,体现出待审定品种的稀缺性和对该类经销商的重视。此类品种的示范一定要注意加强管理和力求规范,对渠道商激励意义大于实际示范意义。

4.4 包销品种示范工作要点

4.4.1 示范核心目的 包销产品是指在核心市场进入推广末期,产品有一定特点,公司有一定的库存,企业需要另辟市场,以相对适宜的价格和大区代理运作来延长生命周期的半滞销产品。包销产品立体示范目的是展示产品的稳定特点、突出一两个优势、消除渠道疑虑、达成底价大区包销。

4.4.2 立体示范方式 一是核心市场边缘区域示范,重点针对曾经推广区域的空白村屯、薄弱市场、即将退出的村屯以及一些机会市场等,直接布置农

户安排示范,以基层消费者需求撬动市场。二是另辟渠道安排示范,主要是针对品种曾经推广过但销量很小的机会市场中的大零售商、思维活跃的村级经纪人、有思想的种子店直销店员等安排品种示范。要提前针对产品开发推广策略进行沟通,以便达成后期合作。三是转移市场示范,在一些没有推广的空白区域寻找有团队的种子营销专业公司,就市场开发区域和价格政策方面做好沟通,在拟推广开发区域共同安排落实示范。尤其注意此种示范落实时厂家一定要另行安排,直接布置到户示范和终端渠道示范,搭建立体示范网络,加强示范管理保证成功率。

5 新品种立体示范注意事项

立体示范主导者是厂家,因此在制定示范方案规划时要思考4方面问题,一是种什么地,二是找什么人,三是怎样种如何管,四是怎样用如何拉动。真正做到找好示范地、种好示范片、管好示范田、用好示范块^[3]。为了保证成功率,立体示范要做到示范路径多渠道、核心市场示范全覆盖、积极消灭空白村;示范主体多层次、一个业务区域两个示范中心提升成功率;对接模式多样化、黄淮示范兼顾夏播和春种延长观摩期;对于审定扩区引种品种要做到展示备案相对接、示范引种两不误,力争合理高效利用。同时立体示范体系势必会造成一部分示范区内代理商产生顾虑,厂家要做好这方面的沟通协调工作。示范方田的选择和管理参照以往经验,一定要做到保持与示范承担人长期高效沟通,要对示范品种特性做好介绍,签订示范品种熟知确认函,提高示范承担人的重视程度和契约意识。必要时以县为单位组织新品种示范种植培训会,对示范田的播种及管理要做到有效跟踪和指导,提高立体示范的成功率和利用率,做到因范而示、由推而广,促进科技成果快速转化。

参考文献

- [1] 王金华,石云翔. 关于科技试验示范体系的建立及管理的探讨. 种子世界,2016(1): 28-29
- [2] 石云翔,周锋,于海龙,崔明,王智慧. 如何开展零售联合体平台销售模式. 中国种业,2020(4): 29-31
- [3] 石云翔,孙志友,赵方彬,吕延亮,刘立名. 如何召开玉米品种田间观摩测产会. 中国种业,2019(11): 35-37

(收稿日期: 2020-04-06)