



经济大佬高调“玩农场”

■ 本报记者 袁远

前几年,开心农场因其有趣的理念吸引了广大网民,如今,各行各业的企业家们纷纷将虚拟的开心农场搬到了现实当中。紧锣密鼓地加入到“玩儿”农场的行列中。

IT精英——倾心谋划农业布局

联想控股集团董事局前主席柳传志在回答国内媒体关于联想控股未来行业发展时表示,农业是联想“非常重点”的产业之一,联想在这方面已经做好长期不获利的投资准备,并且会耐得住寂寞,选好具备深厚管理底蕴的领军人物。

事实上,种种资本动作显示,近几年,联想投资正逐步加大对现代农业的投资力度。据悉,去年,联想还专门成立了农业投资事业部。记者了解到,今年8月份,联想完成了对江苏武进立华畜禽公司的3000万美元投资。而在此前,联想还分别投资了武汉两家农业龙头企业。近日又传出消息,联想投资出资亿元入股国内水产饲料龙头企业广东恒兴股份公司。

柳传志近期表示,联想做大现代农业的决心很大。在农业方面,联想控股将从如水果、肉类、杂粮等项目开始,从种植、生产、运输、储存、销售等各个环节加以把控,最终打造一个统一的品牌。

业内人士快评:

知名投资人、香港京华山一证券华东与华南区首席代表唐浩夫表示,联想此番动作意味着:联想对大农业的布局步伐将加快,投资力度也将进一步加大。尤其是在中国消费升级的大背景下,现代农业前景无限,联想正是瞄准了这些机会。它的进入将会推动农业投资方兴未艾的大趋势和大潮流。

地产大佬——一掷千金为慈善

与联想一样,对“种菜”产生浓厚兴趣的还有“地产大佬”——大连万达的王建林。

今年年初,万达集团与延庆县、香营乡签订了合作协议,万达集团将投资4.9亿元在当地建设中国最好、世界一流的有机农业园。据悉,万达集团有机农业园占地5700亩建成后形成年产有机蔬菜1280吨的能力,可满足2700人用餐需求。万达集团投资建设有机农业园,一方面是为了给集团员工提供健康、绿色的食品,使企业发展成果更多地惠及员工;另一方面,王建林声称:这也是他们进行扶贫济困的重大举措。通过建立有机农业园,万达集团将通过为农民支付地租以及为农民提供就业机会等途径,帮助当地农民获得稳定的土地流转收入和劳动收入,从而尽快脱贫致富。

业内人士快评:

与欧美相比,中国的有机农业仍然处于“襁褓期”。目前尚处于产业边缘的有机农业迫切需要强大的产业集团的参与,来增强自身的话语权。至少,大企业的进入从改良一方土壤、保护一方环境来看是有积极正面的作用的。

网络达人——有机农业嫁接“电商模式”

“我们不是不想省钱,但如果我们不做全产

业链,不靠自己的力量把物流、营销等都建立起来,用不了多久,我们正谷的品牌就会失去市场先机,失去消费者的信任。”对有机产业链滞后的发展现状,正谷执行总裁张建伟表示。在张建伟看来,正谷因为受到有机农产品售价较高的影响,不得不放弃商超渠道。但单纯的自建物流,亦不是正谷的战略核心,他们希望鱼与熊掌能够兼得,即一方面要建立自己的物流体系,另一方面还要在网络化管理及电子商务平台做更大的文章,以期在提高消费者购物体验的同时,争取软硬件都能一步到位。

“我们的后台有一个IT系统,它能支撑我们的整体物流配送。”张建伟介绍道。每当有一个客人通过电话或网络向正谷发出一份订单的时候,后台系统就能很快地确定客户所在的小区地点,同时通过订单要求,确定第二天的出车路线、抵达时间等关键信息。

正谷一方面要在生产端不断输出农业技术,帮助合作农户更好地种植有机食品,提升产品品质,而另一方面,他们将更多精力放在了销售平台的打造与管理上。

业内人快评:

正谷农业模式的优势就在于能专注于客户消费感受的提升。目前,正谷拥有多达90条销售电话线路。每天,消费者不仅可以通过电话向正谷下单,同时还能通过正谷电子商务平台直接订菜。而网络的优势是能将菜品实时展示给消费者,并随时更新每天的产品种类。

留美女博士——不思读书忙种菜

从2009年开始,在著名的“三农问题”专家温铁军的指导下,留美女博士石嫣就一直在海淀区一块不到20亩的农田里实验“社区支持农业”的有机小农发展模式。从小毛驴市民农园正式营业以来,小毛驴农场赚取的纯利润为20万元,2010年达到了60万元的毛利润,当然不包括其300万元的基础设施投入。对于很多城市白领而言,他们愿意而且能够支付足够高的价格来购买绿色、有机食品,甚至直接参与种植,他们呢称小毛驴为“开心农场”。而小毛驴也藉此美誉,赢得了更有潜力的成长空间。

在小毛驴,每个会员都有机会“得到”一块属于自己的土地,想吃什么菜就去种点什么。一段时间的辛苦之后,会员真的能亲自品尝到自己种的有机蔬菜。虽然这种模式并非小毛驴的绝对原创,在国际上被称作社区支持农业(CSA, Community Supported Agriculture),即消费者为了寻找安全的食物,与那些希望建立稳定农源的农民携手合作,建立经济合作关系。

而当下,这样的发展模式,是能让小毛驴及其他CSA农场与链条上的其他利益体不发生冲突的最好方式。

业内人士快评:

北京CSA模式的领跑者石嫣认为,小毛驴的这种模式,在真正意义上维护了生态的多样性,以及人的多样性。小毛驴最大限度地满足了人的个性需求,这是其“农消对接”方式的成功核心。

延伸阅读

社会责任——农业企业家不能承受之“轻”

今年10月31日,由国际发展及人道救援机构乐施会支

持,可持续发展专业机构社会资源研究所主办的“从‘雀巢事件’看农业企业社会责任”研讨会在北京举办。研讨会上众专家呼吁:农业企业家需对企业生产给供应链农户生计带来的影响做出充分评估,代表着公众利益的各民间组织和媒体则需要密切关注食品行业领军企业的市场交易行为。食品企业不仅联系着消费者,也联系着中国千千万万的农民,有其行业的独特性。

农户如何获得稳定的生计

雀巢双城公司总经理贺爱德在此前曾就各方关注做出回应,对克扣奶农、垄断市场、政府参股等问题一一做出了改善承诺。对于雀巢的公开回应,乐施会企业社会责任项目官员蔡睿表示,农户是否能从企业的供应链中获得稳定的生计取决于很多方面,尤其是企业支付给农户的产品采购价、提供技术支持和风险分担机制等等。因此,包括雀巢在内的农业企业应当就其在华的农业投资、从事的经营活动和采用的商业模式,对给供应链农户生计带来的影响做出充分评估,以便为供应链农户和周边社区带来更大好处。同时,农业公司应当将评估结果公之于众。

供应链中的企业与农户

“雀巢事件”不是孤立事件,南方的甘蔗农、橡胶农抗议低价收购的群体事件,山东菜农自杀、海南香蕉滞销……谈及食品供应链中的企业与农户的关系时,社会资源研究所副所长吴晨说:“这已经不是单个农产品和单个地方政府的问题,而是农业产业化的进程中,缺乏自主联合机会的农民所必然要面对的结局。”

“截至2010年底,全国的农业龙头企业有9.9万家,销售额大概是5万亿元,带动农户1.07亿户,占全国农户40%,通过参与农业产业化经营,户均增收2100多元。”农业部农村经济研究中心产业与技术室主任张照新表示,“龙头企业在带领农户进入市场、为农民提供生产服务和推广农业新技术方面都起到了重要作用,同时,也存在农民和公司谈判地位不对等、合同不规范、产能和基地建设脱节等问题。在未来,可以通过完善订单合同、加大民间组织对企业社会责任的监督、发展农民合作社等措施来解决。”

请第三方评估企业社会责任

来自中国农业大学中国农户经济研究中心的马骥主任则为农业招商引资的现状提供了另一种分析视角:“根据近几年的农产品产业链调研,我们发现产业链中农户的规避风险能力远远比企业低,而他们在整个产业链中的利润分配往往是最少的。我建议在引进资金过程中,最好请第三方对企业社会责任进行评估,同时应用竞争原则,这样对提高农户的谈判地位有帮助。另外,我也希望大型跨国企业将国际一流的企业社会责任准则应用于中国,从而对其他相关企业起到示范性作用。”



焦点人物

出境游带火华商经营

■ 静安

刚刚过去的金秋十月,对海外华商而言,确实是一个收获的时节。在美国加利福尼亚,中国旅游团蜂拥而至,华人旅行社接应不暇。导游于先生表示,他现在每天只能睡几个小时,送走一个团,隔天便有新团前来,休息时间短。在纽约,华人商店里的中国游客比肩接踵。当地华人社区纷纷增加了自动取款机,供中国银联卡用户使用。

美中旅游协会副会长杜明表示,自进入10月以后,华人酒店、巴士都十分紧张。华人巴士公司因运力不足,甚至需要高价租借美国当地巴士应急。

海外华商因中国出境游而受益,事实上并不仅限于美国一地。意大利威尼斯等热门旅游城市的数家华人宾馆都同旅行社签订了协议,常年为中国旅游团提供客房,盈利颇丰。法国巴黎的华人商店多开在中餐馆门前,借退税政策低价销售商品,也吸引到大量餐后闲逛的中国游客。

近年来,伴随经济发展,中国出境旅游方兴未艾。据中国旅游研究院估计,2011年中国出境旅游人数将达6500万人次,消费支出有望突破550亿美元。中国国家旅游局更进一步预测,2015年,中国将成为世界最大的出境旅游客源地。

不断发展的中国出境游蕴藏广阔商机,引发各地商家激烈竞争。华商之所以能从中获利,与自身优势密不可分。与外籍同行相较,华商并无语言障碍。据美国加州媒体报道,华人旅行社普遍配有中文导游,竞争优势明显。主要由华人从业者组成的美中旅游协会各会员机构接待中国游客数量可达全美华人旅游市场的80%以上。

另外,华商同中国游客文化相通,更容易贴近后者习惯。据英国《华商报》报道,即便身处国外,中国游客仍将华人中餐馆视作就餐第一选择。据估计,2012年,华人餐厅将增收650万英镑。

面对中国出境游热潮,不少华商选择扩大经营规

模,但是由于华商们不了解当地法律,而遭到了当地管理部门的整顿。据了解,日本山梨县石和温泉的一家华人温泉旅馆为容纳更多中国游客,擅自增建,因此违反了日本《建筑基准法》,被迫停业整改。

除了对当地法律不了解之外,华商与同行缺乏沟通,致使纠纷增多。日本华人旅馆的低价策略给其他从业者带来误解,有同行就此指责华商“破坏价格体系,降低服务水准”。在法国,当地店铺营业时间同公司上下班时间基本一致,且周末休息。但华人店家为接待随时而至的中国游客,常年无休,这被部分同行视作恶性竞争。美国《侨报》近日指出,海外华商要真正成为中国出境游热潮中的“弄潮儿”,仍需不断调整。



海外华商

