

蒜农如何走出“蒜周期”

——来自大蒜之乡河南中牟县的调查

蒜价涨了,引发种蒜热;价格低了,导致卖蒜难。今年大蒜价格走低,蒜乡农民面临难题。蒜农如何跳出“蒜周期”,产业如何健康发展?日前记者到全国大蒜之乡河南中牟县进行了调查。

种多种少谁说了算?
跟风种植,供大于求
价格低,应多发挥大数据
预警作用

这些天,中牟县韩寺镇大洪村的蒜农燕芳,开着电动三轮打仗似的在村头和农田之间跑。

“今年种蒜肯定亏了,得赶紧卖,少赔点儿。”燕芳说着赶回地里,抱蒜装车,拉往村头,卖给客商。旁边,雇来的挖蒜工一个个蹲着身子,拿着铁铲,麻利地挖蒜、打捆。

燕芳算了一笔账:一棵蒜卖0.08元,每亩产蒜2.5万—2.8万棵,能卖2000多元。成本呢?以一亩地计算,蒜种700多元,上化肥、浇水200元,雇人种蒜、铺地膜500元,雇人挖蒜600元,算下来超过2000元。“可别忘了,没算我大半年的人工钱。种4亩蒜,流转3亩地,每亩每年1200元,也搭进去了。”燕芳说。

中牟的早熟蒜从4月初上市,地头收购价从每斤1.6元降到0.5元。4月22日—27日,万邦国际农产品物流城内的鲜蒜均价为每斤0.55元,比起上一周,跌幅近26.67%。

“往年的早熟蒜每斤卖2.5—3元,现价是2015年以来最低的。”中牟县冷藏保鲜协会会长刘少臣说。大蒜价格低迷,主因是种植面积增加,供大于求。大蒜市场流传一句话:“高一年,低三年,稳三年”。2016年大蒜价格走高,提升了种蒜积极性。今年初,中牟冷藏保鲜协会会员走访25天,得出一串统计数字:2017年,河南省大蒜种植面积超过220万亩,全国达到580万亩,比2015年增加了40%。

中牟县农委高级农艺师王素梅说,2015年中牟县种大蒜28.5万亩;今年种植面积34.4万亩。“中牟蒜田基本稳定在30万亩左右。可周边地市的种蒜面积持续增加,市场趋于过剩。”

“云南、四川的鲜蒜运到河南,既新

鲜,价又低,对本地冷库存蒜的冲击最大。”万邦国际农产品物流城常务副总经理李森说。

种多种少要看市场,能否有效调控?“分散经营,政府不好干预。”中牟洪润瓜菜专业合作社理事长洪昆说,种蒜比较效益高,技术门槛低,农民愿意种。“按正常行情,一亩蒜可收入五六千元。许多蒜农觉得,今年明年亏了,后年赚回来,照样够本。”

统计滞后,缺乏预警能力。“大蒜种下去,数据才上来。即便种得多了,也不能拔掉。”王素梅认为,大蒜的价格与面积、天气、国际市场密切相关。种的面积大,遇到阴雨天、病虫害,不一定产量高,价格也未必低,所以难引导。

李森认为,万邦保存近10年的蒜价数据,只是蒜农很少关注、分析。“应充分利用现有数据,建立大数据平台,及时反馈需求端的数据,引导农民适度种植。组织专家分析、宣传,破解市场与供应信息不对称的问题。”

种出来往哪儿卖?
网上销、农超接,多
途径畅通销售,减少中间
环节

距新郑机场不过30公里的仓库中,工人们正将一袋袋沾着泥土的鲜蒜送入自动化的分拣机,饱满的蒜头打包、装箱,进入物流网,发至全国各地。

这是农贸商人张银杰的仓库。这位80后农民发现今年大蒜难销,便找到电商企业拼多多,4月25日,拼多多上线“一起拼农货”,以每斤高于市场价0.15元的价格,收购中牟546名贫困户的2000多亩大蒜。上线当天卖掉33万斤,为贫困户增收100多万元。

“通过电商平台,一方面把消费者的订单集中起来,降低成本;另一方面,把仓储物流中心建在产地,从地头收购,到车间分拣、发货给消费者,省去大宗批发、菜摊零售等中间环节,降低了交易费用。”张银杰说。

专家分析,大蒜是调味品,短时间内网上销量大增,说明消费者认可了产地直销模式,这对农产品电商是个好消息。但推动农产品“触网”,当下最缺的是懂电商、懂农业、懂品牌又扎根农村

的“新农人”。

眼下,中牟卖蒜更多依靠客商上门收购。在大洪村头,记者见到客商于泽安。他说,一棵蒜收0.08元,卖0.11元。从中牟拉到北京周边,运费6000元,每车利润2000元。“比起去年,每棵蒜少卖4分钱,赚得少,风险大,很多商户不愿来。”于泽安说。

“让蒜农揪心的是,大蒜的价钱越低,收蒜的人越少,越往下压价。”洪昆说,往年这个时候,客商到村里一指蒜地就包下,每亩给蒜农6000元,挖蒜、损耗、后茬浇水全不用蒜农管。今年,每亩1000元都没人包地。进村的货车往年一天10多辆,现在只有一两辆。

卖到交易市场,是蒜农的另一选择。万邦国际农产品物流城地处中牟,增开交易专区,支持销售蒜薹、大蒜。郑庵镇贾庄村的张贵喜骑着三轮跑了5里路,一早来到市场。到下午,批发卖掉885斤蒜头,每斤0.7元,共619.5元。“我卖蒜,先修剪、去泥、装袋,所以卖的价高。很多人自己干麻烦烦,雇人精加工,1斤蒜要3毛钱。当蒜价每斤3元时,这么做有赚头。现在每斤5毛钱,再花钱精加工,赔得更多。”

作为合作社负责人,洪昆最盼农超对接,减少中间环节,卖个好价钱。他觉得,别看地头价便宜,到了城里的菜场、超市,蒜价仍不低,原因在于中间商层层加价。如果超市与大蒜合作社联手,既能让蒜农多卖钱,又能让市民少花钱。

蒜农咋挣稳当钱?
期望上特色农业保
险,引导差异化种植,
扶持深加工

从长远看,如何让蒜农挣上稳当钱?

“设立大蒜种植保险,可增强抗风险能力。”王素梅认为,郑州市农委与保险公司洽谈,从明年开始,针对全市10项主导农产品,开展农业保险业务,中牟县的大蒜、西瓜品种入围。采访中,多位蒜农表示,如果每亩地的保险费用不高,又能确保合理的收益,愿意购买这项保险。

“特色农业保险主要有两种,一是自然灾害损失险,一是保本险。眼下,保本

险已经展开前期工作。”中国人寿财产保险有限公司中牟分公司经理张海宽说。

冷库存储,延长销售时间,是中牟蒜农、蒜商提高收益的办法。目前,中牟县有2800多名大蒜经纪人,142家冷库储蒜户,冷库可储量48万吨。中牟县平均年产蒜薹、大蒜30多万吨。去年,冷藏大蒜18万吨、蒜薹10万吨。此外,冷库面向附近的杞县、尉氏等县收储大蒜。

业内人士认为,发展深加工,拉长产业链,是提高产业竞争力的关键。记者了解到,中牟原有两家大蒜深加工企业,其中一家因为环保问题被关停,剩下的一家加工能力有限。刘少臣说:“缺少专门的产业园,没有大型龙头企业,制约大蒜深加工。”

“蒜片、蒜油、蒜粉在欧美市场较为走俏,在亚洲的认可度低,销量有限。同时,大蒜深加工企业投资大,环保要求严,县里没有重点发展。”中牟县一名负责人说。

“从蒜农利益的角度考虑,深加工必不可少。”刘少臣认为,引入大型深加工企业,生产的蒜片可以放6年,而冷藏大蒜最多存2年。深加工企业不但可以做大“蒜文章”,还可以加工洋葱、红萝卜等品种,服务更多农户。

打好健康牌,可提高附加值。中牟从上世纪80年代开始规模种蒜。“中牟大白蒜”是中国地理标志产品,出口量一度达全国1/3。然而,当地没有知名大蒜企业品牌。“应该在地理标志产品的基础上,突出无公害、绿色品质、品牌。同时,引导农民差异化种植,减小价格波动的影响。”李森说。

建设大数据平台,电商可以起到助推作用。电商拼多多联合创始人达介绍,企业平台聚起3亿用户的消费大数据信息,经过处理,区域喜好、采购单量、品类需求等信息可以直达产地。从去年开始,公司在湖北等地联合商家,利用数据指导贫困户,改善种养殖结构,增加农民收入。



5月16日,曹县庄寨镇蔡口村扶贫车间开业仪式举行。该扶贫车间是省农政局派驻蔡口村“第一书记”李清明利用扶贫资金帮助兴建的,并引进兴阳饮品有限公司入驻。车间的投入使用,必将更广泛地实现群众在家门口就业的梦想,有力助推该镇脱贫攻坚行动。

通讯员 宋银生 张增松 记者 臧宾 摄



『舜王城』里电商热

鄄城县彭楼镇舜城村依托电子商务促发展侧记

5月20日,记者驱车来到鄄城县彭楼镇舜城村,位于该村的舜王城中药材市场是全国十七家中药材市场之一,也是山东省仅有的一处国家级中药材专业市场。

放眼望去,记者看到来自全国各地的物流运输车辆满载形形色色的中药材,进进出出,令人应接不暇。

“舜城村已有320家电商商户在淘宝、天猫、1688、中药材诚实通等第三方平台和‘舜之药’自建平台上进行交易,其中枸杞、三七、各种饮片和保健花茶等网上销量较好。”鄄城县电商办主任李文杰介绍,为避免出现发货滞后等问题,各商户和快递公司都做了充分的准备;商户增加帮手,提高备货效率;快递公司增加工作人员和车辆,增加取货次数,确保了发货的高效率,提高了客户满意度。

“近三年,舜城村电商企业、淘宝网店铺数、淘宝网店铺个数等数量逐年增加。随着舜王城电商产业园的建成,基础设施、配套服务业日益完善,吸纳了一批返乡创业人员,带动了大批贫困人口从事电商。”李文杰告诉记者,“今年初,舜城村电商企业125家,淘宝网店铺户数47户,淘宝村网店个数65个,线上线下从业人员达1040余人,去年电商交易额预计达到6亿元。目前吸纳返乡创业人数达74人,带动贫困人数达980余人,建有物流快递服务网络、电商服务中心、电商孵化中心、电商培训中心等设施,为电商发展提供了必要的保障。”

舜城村前期电商发展主要是自发开展,由一些中药材种植户、销售个体户在淘宝、1688等平台进行销售,网上销售规模较小,但发展前景较大。

鄄城县政府看到电商发展带来的巨大机遇,规划建设了舜王城中药材电商产业园。在学习借鉴先进地区电商发展成功经验的基础上,依据自身电商发展历程和经验,初步形成了“互联网+基地+企业(商户)”的模式,即市场内企业和电商门店自发采用OTO线上线下相结合的经营模式。

“线上主要运用淘宝、1688、药通网、中药材诚实通和自建平台舜之药进行网上销售,直接对接市场,随着网销细胞裂变式复制扩张,带动种植基地和其他配套产业发展。”李文杰说,“三者之间相互作用,滚动发展,循环往复,像滚雪球一样推动舜王城这个以中药材种植加工为龙头的产业集群快速发展壮大,带动其他中药材饮片、保健花茶加工、物流培训服务业等行业快速发展。”

中禾健元是舜城村一家专业致力于天然植物资源的产业化研究、开发、生产销售的现代化高新技术企业。随着电商的发展,中禾健元看到了发展电子商务是必然趋势,前期筹建了一个5人的电商销售团队,并注册了几个淘宝店铺和1688店铺,开始了自己的电商创业路。

梦想起航,公司领导对未来充满了憧憬。然而事与愿违,两三个月下来,公司没有获得一笔业绩。总经理储亚稳在这最艰难的时刻又做出大胆决定,自己贷款注册天猫旗舰店。经过三个月的苦战,他的淘宝店铺终于有了起色,半年后通过参与淘宝和天猫大促活动一下赚了50多万元。随着订单的增多,他又招兵买马,截至目前已组建了6人的电商销售团队,运营、文案、推广、客服和设计一应俱全,去年网络交易总额达6000多万元。

“如今,舜城村很多企业和个人也转战电商行业,越来越多的青年人通过电商进行创业。”李文杰说,“舜城村通过电商的发展提供了近一千个就业岗位,带动周边村庄及贫困人口就业,达到了脱贫致富的目的。”

鄄城县政府在舜王城电商产业园成立了电子商务培训基地和电子商务孵化中心,支持群众通过电商创业。按照“孵化带动,拎包创业”的总体要求,实行“三零三给”政策,即零准入、零租金、零收费、给场地、给资金、给政策。重点扶持企业和个人在淘宝、天猫、1688等知名第三方平台上设立网络店铺,正常运营3个月以上且交易业务达1000笔以上的,每年奖励网络用户1万元。目前,已成功孵化电商企业12家,创业个人43人。

记者 曹本红

一批节水小麦新品种问世

新华社电 国家小麦良种重大科研联合攻关开展以来,已培育推广出一批平均节水超过30%的节水小麦新品种,实现了小麦丰产不减产,破解了华北漏斗区地下水超采的难题。

这是记者21日从此间召开的国家小麦良种重大科研联合攻关推进暨华北区节水品种现场交流会上了解到的情况。

针对华北地下水漏斗区水资源紧缺和黄淮南片赤霉病危害加剧的问题,国家小麦良种重大科研联合攻关组相继对节水材料和赤霉病抗性材料进行鉴定选育,评选出石麦15、石麦22、衡观35等7个小麦节水品种,西农511、郑麦9023、宁麦26等9个较抗赤霉病品种。

节水品种在足墒播种、春浇一水

条件下,可实现亩产1000斤以上。赤霉病抗性较好的绿色小麦品种可有效控制和减轻赤霉病危害。这些新品种的培育推广,标志着我国小麦育种研究在保持产量国际领先水平的基础上又迈上了高产绿色优质并重的新台阶。

农业农村部种子管理局局长张延秋表示,节水抗旱小麦品种的推广破解了华北地下水漏斗区超采难题,促进了地下水位回升,平均亩经济效益增加100元以上,推广节水抗旱品种成为华北麦区可持续发展的根本出路。小麦赤霉病是世界性的病害,不仅造成小麦减产,而且大大降低品质、影响食品安全,较抗赤霉病小麦新品种的推广大幅减少了农药用量,稳定了小麦产量,提升了小麦品质。

财经时评

正是各种山野菜上市旺季,过去这些不起眼的食物如今吃香了,有的卖得比肉还贵。然而,同样种野菜,境况却不同。辽宁西丰县的野菜市场俏销,还走出了国门,让5000多户农民鼓起了钱袋,尝到了甜头。而西部一山区县,种出的野菜却找不到销路,许多农户苦不堪言。

山野菜市场一冷一热,背后原因值得深究。西丰县把野菜做成一个大产业,龙头企业管市场,统一加工、销售;农技部门管技术,人工驯化品种,统一推广;政府部门扶一把,畅通报关、检疫渠道;产业链条完善,可鲜销、可加工,市场渠道多样,农民只管放心种,其他事情不用愁。在那个西部山区县,山野菜还是靠一家一户发展,政府给了补贴,但没有龙头带动,资金难、技术难、市场难,前几年效益好,规模一下上来了,市场有限,渠道单一,许多产品卖不出去。

不只是山野菜,许多地方振兴乡村都提出发展特色产业。可是再好的产业也怕一哄而上,特别是农业,是典型的慢热型产业,有自身发展规律,各地资源禀赋不同,产业基础不同,如果单靠政府拔苗助长,不切实际,不顾市场,这样的产业往往好景不长。前些年许多地方打造花木之乡、食用菌之乡,一开始,一亩树顶十亩粮,一个大棚挣几万,种多了价格大跌,最吃亏的还是跟风的农户。这样“菜贱伤农”的现象应该警惕了。

当前,深入推进农业供给侧结构性改革,不是简单的少种点什么、多种点什么,而是一场全方位变革,不仅要更注重调整产业结构、技术结构、经营结构,也要更注重体制改革机制,紧紧围绕发展现代农业,围绕农村一二三产业融合发展,调优结构,调好方式,调顺体系,才能让小生产有效对接大市场,激活农业农村发展的内生动力。

特色产业怎么选?各地农村千差万别,一个地方适合什么产业,不仅要当地资源禀赋,也要充分考虑经济社会发展实际。有资源没有主体带动不行,其他条件具备没有市场也不行。政府

部门要坚持市场导向,因地制宜,选准特色。做好规划引导,减少行政干预,为特色产业营造宽松环境。新型主体最愁资金难题,就加大金融改革力度,解决贷款贵、贷款难问题;市场信息服务滞后,就发挥大数据功能,加强市场分析、监测预警;土地流转不顺,就搭建服务平台,畅通渠道。

谁来发展,怎么发展?号准市场脉搏,要靠新型农业经营主体带动。目前全国有175万家农民专业合作社,430多万户专业大户和家庭农场,虽然数量不少,但整体规模小、实力弱,驾驭市场能力亟待增强。有的资本下乡一味追求来钱快、“高大上”项目,把农民挤出土地。因此,发展农业特色产业,要完善现代农业生产经营体系,规范资本下乡行为,加快壮大农民专业合作社、家庭农场、专业大户等多元化新型主体,让他们在市场中有充分话语权。同时,紧密利益联结,鼓励新型主体带动更多普通农户,把产业发展落到促进农民增收上来。

培育一个农业产业非一日之功,需要三五年甚至更长时间,这需要耐得住寂寞,下足绣花功夫,扎扎实实推进农业由增产导向转向提质导向,保障产业“立得住”“长得大”。“特色”真正变成优势,可持续发挥效益,才能让特色产业更有吸引力,让广大农民种地更有赚头、生活更有奔头。

特色产业不能一哄而上

赵永平