



蒜农担心,今年种大蒜的又多了,明年蒜价又会从高峰跌入低谷。

疯狂的大蒜(下)

核心提示:连续两年的蒜价低迷、产量减少,甲流爆发的推波助澜,民间游资的投机炒作,被认为是2009年蒜价猛涨的三大原因。从2008年的卖蒜难到2009年的蒜难求,蒜农、蒜商、政府、媒体等各方角色都以自己的方式寻求正解,希冀破除大蒜“过山车”行情的怪圈,但各种说法并没有让争论完结。山东省金乡县蒜农韩允华说,由于今年种大蒜的人又多了,他担心明年的蒜价又会迅速跌入由高峰到低谷的怪圈。 晚报记者 熊堰秋 王战龙 文/图

河南省
报纸新闻
名专栏

尚未完结的“天价蒜”风波



种蒜

作为链条末梢的蒜农并没从高额蒜价中收获更多利益

大蒜产业链条上,分布着蒜农、经纪人、储存商、经销商、加工企业等众多群体,如果再引申一些,当地政府和地方财政税收也在这个利益链条上。

链条最末梢,蒜农无疑是第一个被关注的焦点。

有这样一种说法,今年大蒜价格上涨,蒜农只是发了小财,受益寥寥,大把的钱都让大蒜经销商们赚走了。

对此说法,山东省金乡县金一村支书周雪峰予以否认,他认为蒜农不赚钱的这种说法是错误的,“种了3亩地的大蒜,去年0.28元一斤卖的,总共卖了1600多元,今年同样是这些地,1.4元多卖的,卖了8600多元。”

随后,金乡县一份书面调研报告中给蒜农算了一笔收入账:金乡蒜农2009年大蒜亩均产量2000斤左右,平均销售价格每斤1.6元,亩毛均收入在3200元左右,亩均成本在1000元左右,蒜农每亩蒜纯收入在2200元,加上蒜薹亩均纯收入450元,种大蒜的亩均

总收入为2650元左右。这还不包括部分蒜农把大蒜存进了冷库卖了高价,有的蒜农走出农田,到大蒜加工厂打工,增加了收入。

蒜农韩允华并不认同这样的计算方法,在金乡县鱼山镇大蒜交易市场周边的水韩楼村,他指着村边一亩亩的大蒜苗说,今年6月份,大蒜下来时,最初蒜农以每斤8角钱就卖了,因为与去年相比,8角钱已经很不错了。后来,大蒜价格慢慢涨到了1.8元左右,可那时蒜农的大蒜基本上都快卖完了。

“与去年相比是挣钱了,但挣得不多,一是因为前期价格卖得便宜,二是今年大蒜行情好,种蒜的人又多了,蒜种也贵了不少,大约在每斤2.8元左右,一亩地蒜种得三四百斤,花费六七百元,加上塑料薄膜,施加复合肥,每亩地又需要投入800元左右。再加上后期的收获、加工,一亩地的成本就需要1500元了。”

如此看来,高额的差价很显然被中间环节给拿走了。事实上,作为链条末梢的蒜农并没有从高价蒜中收获更多的利益。



卖蒜

避谈赚多少的蒜商今年过了个“丰收年”

蒜价高涨后,一个在山东金乡广为流传的暴富神话是,五名装卸工合资低价购进大蒜,高价抛出,转眼间成为百万富翁。蒜商今年赚个盆满钵满,甚至有人认为,蒜商在囤积居奇,刻意恶炒大蒜。

周雪峰并不认同这样的说法,他打了个比方:粮食在多余时,国家可用保护价进行收购,保证老百姓的利益。但是蒜便宜的时候,国家没有保护价,目前,金乡当地建起了很多冷库,这样就拉长了大蒜销售链,同时通过深加工,也加长了大蒜的产业链。

“蒜商毕竟是商人,他们得知大蒜产量不会满足市场需求时,肯定会抢购,今年大蒜的收购价就是从1元钱一斤涨到1.4元一斤,再到1.8元左右一斤,再到后来的2.8元左右一斤。”周雪峰说。

“但是蒜商也承担着很大的风险。在国家不能宏观调控去实施保护价的前提下,由这些蒜商出资收购储存了大蒜,是分散了蒜农的风险,他们有一定的利益空间,也是应该的。”

不论是在河南中牟还是山东金乡,蒜商们虽然避谈赚钱多少,但仅从金乡的汽车销量,以及南店子市场停满汽车的场景,都可以看出今年是蒜商们的“丰收年”。

在南店子大蒜现货交易市场里,一些大蒜商对蒜农挣钱多还是蒜商发大财的提问大多避而不答,只有一位来自吉林的蒜商反问记者:蒜农一年投入多少资金?蒜商一年又投入多少资金?蒜农投一两千挣一两万,收益也有一倍了吧?蒜商一次投几十万甚至几百万,收入要是和蒜农一样,够利息不?



炒蒜

被借助炒作,“吃大蒜能有效预防甲流”

蔓延全球的甲流疫情对于蒜价走高无形中也发挥了推波助澜的作用。

11月16日,武汉市执业药师协会会长药师、药学工程师何水平称,“对于所有人而言,吃大蒜能有效预防甲流”。之后吃大蒜预防甲流的说法愈演愈烈。

一个典型的例子是,杭州第十五中学率先要求学生每人每天定时吃大蒜。该校一次性采购了200多公斤大蒜,要求每天中午的时候和饭菜同时送到,并规定每位同学都必须要吃。

正是在这种背景推动下,大蒜价格一路上扬。

太原、兰州、南昌、南宁、杭州、北京等城

市大蒜价格涨到了每公斤10元,而在杭州普通大蒜的零售价则达到了每公斤12元,个别大型超市甚至达到了每公斤14元。

在可预防甲流作用的影响下,洋葱、红尖椒、干辣椒乃至生姜等多种辛辣蔬菜都出现了量价齐升的现象。广州市物价局价格监测中心市场检测显示,与11月初相比,生姜、洋葱、大蒜、红尖椒的平均批发价分别上涨了11%、32%、34%、62%。

12月9日,来自郑州市陈寨蔬菜批发市场的价格显示:洋葱每公斤3元,尖椒每公斤4元,大蒜每公斤6.6元,生姜每公斤达到9元。而在11月9日,同样是陈寨蔬菜批发市场,洋葱每公斤1.4元,尖椒每公斤仅为2.4元。



说蒜

许多人只是通过经验判断,容易盲目跟风,导致蒜价暴涨暴跌

程传东,金乡县农民,现在的身份是县城跑马庙的中巴车司机,一年前的身份是大蒜商人。去年,他从银行贷款,库存了100吨大蒜,最后以每斤8分钱的低价出手,当年净赔70多万元,连银行贷款都还不上。没办法,就当起了中巴车司机。

由于大蒜行情变动大,大蒜又包着一层白色的皮,蒜商都称它为“白老虎”。与大蒜行情相类似的,还有生姜、红辣椒,分别被称为“黄老虎”和“红老虎”。

程传东说,做大蒜生意,得有很强的心理承受能力才行。而在中牟县韩寺镇的老经纪人孙树林看来,这更像赌博,几乎都是靠个人对市场的判断和运气的。

“虽然现在很多大蒜信息都是在网上发布的,但是有几个蒜农上网?谁知道行情的变化?更别说对前景的预测了。”孙树林说,农民接受信息的渠道狭窄,只是通过往年的经验进行判断,容易造成盲目跟风而导致蒜价暴涨暴跌。

河南省农业科学院园艺研究所副所长张

晓伟直言今年的大蒜价格涨得确实有点离谱。他说,不仅大蒜,各类农产品都有如此遭遇,原因也是大同小异。

我国农业生产主体仍以小农户为主,千家万户分散饲养种植,小农户缺乏市场信息,决策盲目,往往“一哄而上,一哄而下”,于是产量与价格不断上演“过山车”。另外,行业信息预测预警机制不完善,农业保险体系不健全也加剧了市场波动。

张晓伟建议说,“政府应成立专门的信息收集及预警部门,通过各种途径及时发布信息,特别是预警信息。”

“收成好了,卖不上价,收成不好,想卖也没有多少。”对于外界沸沸扬扬的争论,山东省金乡县蒜农韩允华并不关心,他最大的担心是,“今年种大蒜的又多了,明年的价格肯定没有现在高了。大蒜会不会迅速从高峰跌入低谷?到那时,吃亏的可能还是像我这样的蒜农。”

看来,大蒜疯涨的余波尚未平息……

创变思维 智领人生

特仑苏名仕会以创新思维升级会员服务

世界著名管理大师彼得·德鲁克认为,创新就是“赋予资源一种新的能力,使其能够创造财富”。在竞争激烈的乳品领域,特仑苏以33克天然乳蛋白含量开创了高端奶市场,其产品本身就是“创新”。在特仑苏成长的四个年头中,它也不断将“创新”理念纳入其品牌管理之中。

创新会员平台

特仑苏推出国内乳业首个会员互动平台——特仑苏名仕会,不同于其他类型的会员平台,特仑苏名仕会网站将“品牌宣传”与“会员互动”合二为一,为会员带来了全方位的一站式服务。登录特仑苏名仕会网站,名仕会会员可以了解到特仑苏的品牌文化、近期动态及前沿生活资讯等。通过网上积分,会员可享受多种优惠福利及赠礼。此外,会员还可以参与名仕会组织的线上讨论及线下活动,享受特仑苏带来的独一无二的尊贵体验。

创新沟通方式

作为一个全新的会员互动平台,特仑苏名仕会为会员提供了多维度的沟通方式,如官方网站、400客服热线等。推出无线互动服务后,名仕会为会员带来了更为便利的操作方式。会员通过手机即可执行绑定、充值等功能,可随时随地通过手机短信操作处理名仕会的日常情况,第一时间了解特仑苏最新产品及活动信息。无线互动服务的开通使7*24小时不间断的全天候服务成为可能,这种即时的双向沟通方式在国内会员制服务中也属率先尝试。据了解,特仑苏名仕会将于11月16日—12月13日期间举办“无线名仕,无限好礼”活动。在此期间,凡通过手机短信进行



相关功能操作的会员,均有参与特仑苏名仕会的抽奖活动。

创新高端体验

从异国探访、高雅艺术到公益行动,特仑苏名仕会为每一次的会员活动都注入了多元化、多角度的创新尝试,让会员在享受“专属特权”的同时,体验360度的精致人生。

2009年5月,“特仑苏全球品牌顶级探访之旅”德国站首发,名仕会会员深入到宝马、奔驰、施华洛世奇等品牌,见证世界顶级品牌的魅力,拓展国际化的视野和思维。10月,特仑苏名仕会联手国内顶级艺术团体,在全国八大城市为会员免费献上交响音乐会,让会员零距离感受殿堂级艺术带来的高雅体验。11月,特仑苏名仕会会员与宝马车主开展“环保公益行”,两大品牌为环保公益事业爱心携手,在跨界合作的案例中也并不多见。特仑苏名仕会搭建的创新平台,实现了品牌网站与会员互动的资源整合,而无线互动服务的引入,则进一步丰富了会员的沟通方式。创意多样的会员体验活动,让会员在感受名仕会带来的尊贵会员服务之时,体会到“特仑苏人生”的内涵,而会员的生活方式,也在其中悄然发生改变。 冯思/文