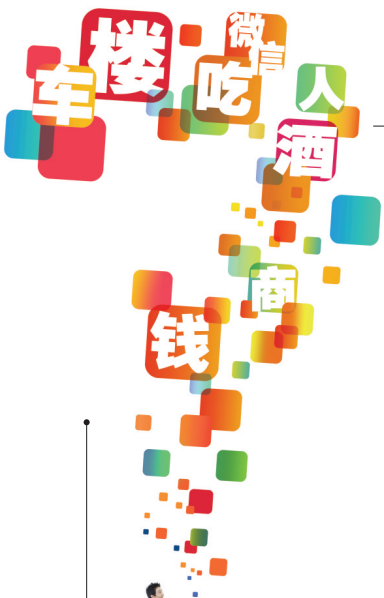




未来十到十五年可能会是农业转型的关键时期,也是农业高速发展的时期。对投资人来讲,可能是投资农业的黄金十年机遇期。农业企业做好了,投资人可以分享农业企业的成长成果,获取好的回报。



2010年,全球有机市场已经产值高达800亿美元 目前,郑州获得有机食品认证的农产品共有51种 但这个行业的成本高,认证复杂屡被诟病 做健康农产品走得太快 不是“先驱”就是“先烈”

蛇年九问

食品：健康市场有多大？

连续的雾霾天,一些人看到了环保产品的商机,然而一些人却看到了有机产品的危机,做高端农产品冷链配送的王庆旻就是忧虑的一个,做了将近两年的配送后,他从去年12月开始收缩战场调整战略,在他看来,“有机产品的未来可期待,但是现在走得太难,很多人开始将目光投向‘绿色食品’”。

尽管难,春节期间河南君源有机农场的有机蔬菜大礼包却供不应求,“在保证会员正常供应之外,我们只能提供800箱产品,可是订单有将近2万箱,全部推掉了。”

在大量的采访中,采访对象都反复提到2013年的中央1号文件,“家庭农场”、“现代农业”的反复出现,让我们看到河南农业发展的一个新方向,而其中高附加值的健康农产品,则给市场提供了一个新的机会和选择。

记者 程国平 辛晓青/文 马健/图



数语

根据“中欧世贸项目”联合“中绿华夏有机食品认证中心”共同发布的报告显示:至2006年,中国国内有机食品市场的销售额便达到了**56亿元人民币**,到了2010年,这一数字已经超过了**100亿元**,且预计未来几年将保持超过**30%**的年增长率。截至2010年,全球已经形成了一个产值高达**800亿美元**的有机市场。



超市出售的精致鸡蛋。

记者在郑州市农委查询到,本市获得有机食品认证的农产品共有51种,获得绿色食品认证的有181个,而无公害农产品则有674个。

健康农产品,一块等待开垦的“肥田”

清点一下过年亲戚朋友串门带来的礼品,梁阿姨给记者说了她的发现,“过去都是带的奶啊八宝粥什么的,今年光鸡蛋收了三个提篮,还有一箱有机菜,一箱铁棍山药。农产品当礼品,是不是越来越风行了?”

梁阿姨的小发现,其实就是行业的大发现,“土里刨食”,刨的已经不是过去的食儿。让我们再把视线从梁阿姨家转向超市和市场,在汝河路世纪联华超市内,几种礼盒装鸡蛋放在显眼的位置,促销员小张说卖得不错,“春节期间一天就是几十盒”。此外,丹尼斯、家乐福、大商等超市及部分医院门口,各种土鸡蛋、草鸡蛋、五谷蛋都成为超市座上客。

虽然对于各种产品的概念炒作,消费者并不认同,但市场的混乱在业内人士看来,充分说明高品质的农产品,这是一块肥沃且尚未开垦的土地。

在刚刚过去的2012年,如果你稍加留心,就会发现在郑州的户外媒体、电台、公交车体以及楼宇广告中,有机农产品已经频繁出现。而一位从事有机农场的负责人则这样说自己的事业,“2011年我的事业起步,2012年应该说得到了市场的认可,对于2013年,我是非常看好的。”

一枚鸡蛋6元一捆青菜8元仍俏销

如果告诉你一枚鸡蛋6元,你会买吗?很多人得摇头。可是做有机蔬菜的君源有机农场和有机鸡蛋的依山依林品牌,在郑州却真的剑走偏锋,把农产品做到了一个新的价格高度,而产品销售却火到他们都无法满足需求,他们正迅速占领了郑州的高端客户和礼品市场,专业做冷链配送高端农产品的河南冷链物流也拥有了自己忠实的客户群体。

散养在我省济源和贵州安顺的依山依林柴鸡蛋,和君源有机农场同样获得欧盟和中国双有机认证。“认证非常严格,比如三年内整个环境没有受到过污染,饲养密度必须得低,场地没有废气,没有用过化肥,喂养的饲料必须经过欧盟有机认证等。”出品依山依林柴鸡蛋的河南柳江禽业有限公司市场总监李坤说。对于认证,君源有机农场的投资方君和投资的总经理张风雷告诉记者,“我们农场是一块从未被使用过的‘处女地’,周围数公里内没有污染源没有工厂,种植不能违背自然规律,不使用化肥、农药、抗生素、除草剂以及各种其他化学制剂,肥料用完全有机的鸡粪。”

说到有机产品的价格,张风雷也很有话说,“有的时候因为不用坐果的药,我们工人要一朵花一朵花的人工授粉,鸡粪从采购到熟制发酵,成本就达到一立方米400元,一亩地一季菜使用十几立方米肥,不算人工一锹一锹翻肥入地,光鸡粪成本一亩地就是几千元。”一把进口的西红柿种子就三四千块,产量只是普通农田的三分之一甚至更低,种种因素造成了有机产品的价格的偏离。而依山依林的鸡蛋产自生态农场,一亩地只养36-80只鸡,除了吃天然嫩草、小虫外,喂它们的饲料同样经过欧盟有机认证,喝的水都经过净化处理。

就是在这样的生产环境下,依山依林的柴鸡蛋每只卖到6元和4元两个价位,君源的40多种蔬菜价格是普通蔬菜市场价格的5到8倍。尽管价格不菲,但同样只做了一年时间,依山依林的柴鸡蛋已开始直供郑州五六千户家庭,君源拥有固定会员1000多人。

把农产品做出品牌,2013年是一个机遇

昨日,市农委农产品质量安全监管处负责人王喜穗表示,有机食品的认证非常严格,在人多地少、土地紧张的中国当下来说,大力发展有机食品不太现实,相对来说,发展既保证农产品品质又不影响产量的绿色食品则现实可行。

对于目前市场的状况来说,河南冷链物流的王庆旻总经理也表示,有机在中国还是有些曲高和寡,“在我看来,有机这么高端的产品不论是理论、标准、管理和法律层面都存在问题和挑战。去年曝光的几个掏钱购买认证的事例严重影响了消费者对有机的信任。”

记者在采访中了解到,市场上宣称自己是有机食品的品牌、品种并不少,也有不少消费者对“有机食品”有质疑。据王喜穗介绍,目前市场上存在不同的认证中介机构,也不时有人质疑这些机构的资质,包括掏钱认证的问题。曾经做有机如今退出的杨先生则认为,现在市场对有机的信任度降低到了最低值。

而张风雷和王庆旻都向记者提到,有机在国外也只是15%到20%的人在消费,在这样的市场环境下,王庆旻在北京参加的一个行业会议上突然发现,北京某个做有机的公司悄然将公司名称中“有机”前面加上了“绿色”两个字,“我不能说他们在混淆概念,只能说他们看到了这个市场的狭窄,如果不把定位做到精准营销做到位,有机很难,而绿色食品的概念则是一个更有市场和前景的领域。”

当大家还在争论有机产品到底是否价值价格统一时,“黄河贡”牌的黄河鲤鱼已经开始杀入市场获得市场认可。农产品的品牌化,在“有机”、“绿色”甚至“无公害”的认证中,虽然认证屡被诟病,但是其市场的争议正表明一个行业的高速发展,而在此领域的发展中,农产品的品牌树立则更应该成为企业关注的重点,在采访中,不同的采访对象都表达了这样的观点,在经过了对于健康安全食品的各种危机事件后,媒体关注空前高涨,这是对消费市场的一次理论普及和心理暗示,在这样的背景下,2013年,农产品品牌将会大量出现。

记者观察 健康食品直销商机,谁能抓得住?

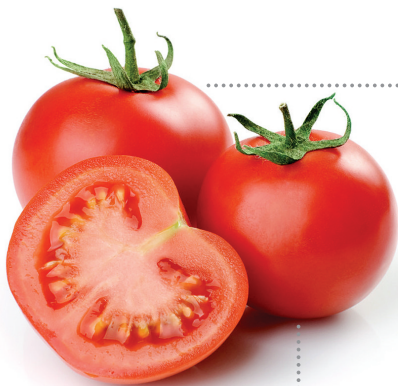
如今无论是君源有机蔬菜还是柴鸡蛋,还是黄河大鲤鱼,它们之所以大受欢迎,都源于一个原因,打出的是健康牌。

品质过硬、直供家庭,迎合了高端消费群体两个需求,一是安全,二是方便,所以才有了君源有机蔬菜的销售饥渴、供不应求。

有机的、健康的食品直销,虽然身价不菲,但郑州的有钱人似乎也很多,不怕贵,就怕你品质不够。这其中的商机,谁能抓得住?

有企业开始养生长够满年的猪;有人开始承包上一块荒山放养鸡;也有人承包上一块地,自己种菜,在一个小圈子里销售;更多的是一些农村合作社,在自然状态下种菜,慢慢主打自己的品牌。

生产是一个环节,销售也是一个环节,恐怕并不是所有生产企业都能像君源一样,自己生产后自建销售团队,自建物流体系,直接配送入户。那么,你能不能和一些生产高品质的畜、禽、蔬菜等产品的生产者谈包销问题?



AA08

郑州晚报

2013年2月28日 星期四 统筹 王绍禹 校对 王阳 版式 王小羽