

有机农业:高附加值新业态

本刊 李成成

四川目前重视有机农业的发展。今年6月29日到7月1日,长宁县举办“有机农业”培训班,对有机生产和有机农业可持续发展的原理和实践、有机认证和市场渠道、市场影响与利益相关者参与和协调、试点项目的开展和价值链的建立进行了专题讲解。目前,省内不少地区,也在推进有机农业的发展。

在四川,现已有多家生产有机农产品的企业和农场,而有机农产品的消费群体也在逐步扩大,尤其是在有一定经济实力、注重健康和养生的人群,对有机食品有更大的需求。甚至还有有人,去农村或租或买一块地来种植新鲜果蔬,供自己使用。

不过,目前有机农产品的成本较其他农产品的成本更高,加之其更健康更绿色,价格也往往高出许多,这就让一些人被隔绝在有机食品之外。

有机农业发达地区发展更优

据了解,目前有机农业在发达国家个地区的发展水平更高,而发展中国家则相对要晚一些、慢一些。欧美国家的有机农业起步更早,加之其经济水平更高,有机农业已形成很大规模,北美已经成为全球最大的有机市场,而日本、我国台湾等地的有机农业也发展得较快较好。

中国有机农业起步于上世纪90年代,所占的市场份额还比较小,近些年发展迅速,有机产品认证机构、获得有机产品认证的企业如雨后春笋般生长起来,有机产品生产面积的扩张速度亦很惊人。有关预测显示,我国的有机农业的发展速度很快,将保持在10%以上。

而四川本来就是生产农业的大省之一,农产品丰富,土壤质量、天气条件、温度等方面条件都较为适合农产品的生长,发展农业有优势。传统农业向现代农业、有机农业转型时,本身具有的农业优势就体现出来。

如今,四川的有机农业呈现出良好的发展态势,拥有有机农业认证的企业、农场已有一定规模,不过规模仍不够大,水平不高,还需要更多的企业和产品来充实这个行业,提高有机农业发展水平。

四川省是劳动力比较多的省份,农村劳动力较多,而有机农业属于劳动密集型产业,这有利于有机农业的发展,还能解决农村剩余劳动力。再者,政府也在大力发展有机农业、生态农业,基于此,未来有机农业在四川将有较好的发展前景。

有机农产品销售渠道

食用有机食品对人的健康有帮助,这是越来越多的人

科技的发达,让传统农业向现代农业转变,而近年来,回归原始生产方法的有机农业逐步发展起来,成为高附加值新业态。所谓有机农业,就是在农产品生长过程中,不采用基因工程获得的产物,不使用化学合成的化肥、农药、饲料添加剂等物质,遵循农产品的自然生长规律和生态学原理的农业生产方式。



倾向于购买有机食品的原因之一。那么,在哪些地方可以买到有机农产品呢?

一般的菜市场里很少见到有机产品,超市里则更常见一些,产品上会对有机产品有所标注,消费者一目了然。随着有机农业的发展,有机食品专卖店也应运而生,不过,目前成都的专卖店还比较少。

此外,生产有机食品的企业大多经营者电子商务,有自己的网站,并有专门的配送服务,将产品配送到家。消费者在网上购买,或是电话、当面购买一段时间的有机食材,

他们会在固定的时间或顾客要求的时间里,将所需新鲜食材配送到客户的家中。

以上是目前消费者购买有机农产品的主要途径,这些都是比较传统的购买方式,以后经过创新发展,或许还将有更便捷、新颖的方式出现。

有机食品市场广阔

《有机农业项目可行性研究报告》分析指出,目前,全球有机食品市场正在以年均20%—30%的速度增长,预计2014年市场总额将超过1000亿美元。消费者正逐步将选购食品的关键放在是否是有机上面。

在成都,已经有相当一部分消费群体选择有机产品。因目前有机产品的价格比较高,有些蔬菜水果的价格甚至高出普通产品的好几倍,这是因为有机产品因为没有添加农药化肥等,生长的速度和产量相对偏慢偏小,而且人工成本更高,价格随之增高。这致使有机产品的消费者大多集中在比较高档的住宅区和写字楼内。一些有机产品生产企业也在这些地方进行推广销售。

据了解,在欧美、日本,普通蔬菜的平均价格为每公斤4美元—5美元,有机蔬菜的价格为每公斤6美元—7美元,高出30%—50%。而在中国,有机蔬菜与普通蔬菜的价格差距悬殊更大,普遍在3倍—5倍。普通的百姓与有机

食品还存在一定距离。

不过,现在经济水平在提高,加之人们对健康的追求越来越强烈,就算价格贵一些,也将会有越来越多的人选择有机食品。

目前,国内大多数有机产品都属于初级产品,尤其是果蔬的运输损耗量较大,而有机产品生产对质量较差的产品会选择淘汰,这无疑会增加成本,而这些成本会被转嫁到商品上,商品价格会走高。有机产品中加工产品所占的比例较低,如果能提高效率,价格自然就有下降的可能。

如此一来,就会有更多消费者能够购买有机产品,扩大其市场。

有机农业发展亦受制约

事实上,有机农业是一种反科技、反工业的农业模式,在产品生产过程中,不使用化肥、农药等化学制品,也不采用基因工程所获得的产物。可是如果不用杀虫剂等农药,作物生长过程中,就容易遭到虫害,不用农药用人工除虫的方式,效率会很慢,杂草的去除也相对更缓慢。如果不用化肥不用饲料,作物和牲畜的生长速度也会更慢。

如此一来,慢就成了有机农业的代名词之一。慢工出细活,老话是这么说,可是却导致有机农业产出更慢,投入和产出需要很长时间才会成正比,这就制约了一些有机农业企业的发展。而四川成都,本来就是以慢和休闲的生活态度为主,或许会更适合这种慢生产的有机农业。

传统的农业是想方设法让作物、牲畜长得更快,利益更快更多凸显,不过有机农业确实与之背道而驰的,这就导致一些企业投入了许多资金,却迟迟看不到成效,得不到效益的结果。也有因此而放弃有机农业的例子存在。现在其实并没有比较完善的法律法规来规范有机农业的生产,并对其进行监督,所以市场上一些有机食品,实际上并无从考证其是否是真正的有机。不过,基本上所有的有

机农场都是可供人参观的,这或许可以对其起到一定的监督作用。

目前,把有机产品做得比较好的企业还是有很多的,比如国内第一家透明溯源农业品牌乡土乡亲,在购买其产品之后,都会附送产品的生产履历、检测报告等内容,将产品从生产到加工的每一个细节都详细地体现出来,透明公开,让消费者满意放心。事实上,只要把产品的每一步工序都做好,不要太急功近利,有机农业的制约因素就会自然而然地减少。



●黄俊琦

共发展

记者了解到若水茶业一直实行的是“公司+农户”的运作模式,如今,已经根据发展情况以此为基础做出了新的改变。

黄俊琦表示,“公司+农户”以前的模式是公司跟村社签约,签约后收购农户的茶叶,现在若水做出了改变。观音山岩茶基地只有1700余亩,生产的茶叶满足不了市场需求,于是就收拢现有的观音山岩茶基地周边同等环境生长的茶,即岩茶基地周边农户所种植的茶,虽然其可能不是岩茶,可能没有达到有机茶的标准,但是公司必须要带领周边的农户一起发展,所以现在公司成立了两个合作社,公司是两个合作社最大的股东,例如公司占股20%,剩下的每一股都会让与周边的每一户农户,大家集体参与进来,建立若水农村茶叶合作社,在本月,两个合作社可能将实现挂牌。

这么做的原因是什么呢?他表示,是想从鲜叶市场和成茶生产这一个环节,在茶叶没有流入市场之前,使公司能够和农户紧密地团结在一起,实实在在地让农户能够增收,而且是按年度递增,每年可以保证农户增收20%~30%。“公司+农户”不是一纸空文,不是签了约就算了,而是实实在在要让每一个参与人都能够得到实惠。他还说明,“哪怕我如今只有3万亩是实施的‘公司+农户’的模式,根据品牌发展的需要,明年可能就有5万亩,后年就可能30万亩,而参与进这每一亩生产的农户都将从若水效益里获得实惠。”

现在“公司+农户”模式改变了从前单纯的收购茶叶的方式,现在农户们在同等技术条件下共同参与若水的茶叶种植、成茶生产,为自己打工,与若水共同成长增收。

同进退

年初,四川省委、省政府1号文件提出“建设千亿川茶产业强省”战略目标,川茶产业迎来发展机遇。有了政府政策的支持,在四川省茶叶行业协会的领导下,为促进四川省有机茶产业的发展,提升有机茶的国际国内市场竞争

今年2月28日,四川省人民政府发布《关于加快川茶产业转型升级建设茶业强省的意见》(川府发[2014]1号,以下简称1号文件),首次将主题聚焦茶业强省,文件明确提出,要把四川省建成国内外知名的茶叶生产、加工和贸易、文化基地。到2017年,全省茶叶中直而500万亩,产量30万吨,综合产值达到600亿元,培育大集团,打造大品牌,扩大出口规模。到2020年,建成千亿川茶产业。这意味着,在四川新一轮的产业发展中,茶业将处于重中之重的地位。

政策上的大力扶持,明晰了一系列川茶发展重点步骤,中国四川国际茶博会就是宣传川茶品牌的重要推手。今年5月7日至10日,成都举办了为期四天的2014第三届中国(四川)国际茶博会,进一步推动了四川茶业的发展。而在茶博会上,若水茶业成为了最大赢家和亮点。若水继“悟达禅茶”获得第二届中国国际茶博会金奖后,再次凭借产品“若水柔玉”和“叶恋花”获得本届茶博会金奖,奠定了若水在茶行业的品牌地位。且若水茶业总裁黄俊琦获得了“锐意进取川茶人”奖,成立不足3年的若水茶业的发展使人亮眼。7月16日,记者采访了若水茶业总裁黄俊琦,了解到了更多关于若水茶业未来的发展动向。

心若水 茶天下

锐意进取川茶人

本刊 张璐

力,树立该省有机茶的标准,若水茶业等16家茶企业在5月8日举行仪式成立了四川有机茶联盟。四川省茶叶行业协会会长沈前贵先生制定了有机茶联盟章程,确定了联盟组织架构等重要事项。

黄俊琦表示,有机茶联盟的成立对若水有很大的意义。若水的茶没有污染,每年有机认证也是顺利通过了的,所以若水的茶肯定是有机的,是高山生态有机岩茶,是符合有机茶界定标准的。“我们的有机岩茶算是有机茶中的有机茶了,那么我们更多地就想是否能够像‘公司+农户’一样一起抱团发展,比较大的茶企也能带动发展。现在川茶出川还有一定的困难,川茶茶企抱团发展也有利于将川茶打出去,推动川茶在全国的影响,扩大川茶的销量。对若水来讲,不仅是能够卖出更多的茶,更重要的是能和其他茶企一起共同发展,所以我参与策划筹备成立了这个有机茶联盟。”

黄俊琦透露,“当然,我们不仅成立了有机茶联盟,还成立联盟股份有限公司,联盟是协会性质,是为大家服务的,联盟公司是经营实体的,公司目前正在装修,这个公司与联盟是两块牌子一套机构,然后我们就能通过这些对有机茶进行对外推广销售,实现利润。我目前任有机茶联盟常务副主席、联盟公司副董事长。”

茶天下

1号文件指出,要从推进产业园区建设、强化科技支撑和人才培养、建设质量监管体系、完善市场体系、挖掘弘扬川茶文化等方面增强茶业发展支撑能力。且支持出口型茶叶企业积极拓展国际市场。政策大力支持打造四川茶业,但川茶在全国的影响力与浙江西湖龙井、福建铁观音、云南普洱茶等相比,无论在区域品牌还是企业品牌、产品品牌方面都存在较大差距。知耻而后勇,去年以来,川茶就开始了“依托大龙头、带动大基地、打造大品牌、拓展大市场”的发展布局,若水作为川茶茶企也在行动。

若水依托洪雅生态资源优势,通过挖掘本地历史文化的方式,打造出了多款生态茶品牌。目前,公司已注册有“悟达”、“瓦山雅韵”、“若水红”等系列茗茶品牌,品牌茶通过茶博会得到了大众的认可,远销国内外。

黄俊琦在此介绍了若水有机茶的销售状况。他介绍说,目前的若水茶叶的销售有两大板块,其中的一个板块就是渠道销售。“我们有很多非常好的渠道,比如北京饭店,它是一个高端的渠道销售平台,北京饭店每年都可以大量的销售高价原茶,在与北京饭店合作的过程当中,饭店方一直希望能够包销若水的高端茶,但是好东西需要分享,我想让更多的人喝到这样的好茶,所以没有签订相关的协议,我们销售的渠道多是类似这样的渠道。2013年,渠道上的销售额虽然只有1800多万元,但是通过渠道销售我们建立了一系列的稳固的销售平台关系,2014年仅仅过去半年时间,我们就已经发展了更多更好更优的渠

道,这些更好更优的渠道不仅是将观音山的茶往里面输送,而是要带动整个四川省的有机茶销售,有机茶联盟成员生产的好的有机茶也可以输送到这些平台进行销售,如此一来,今年的销售额或可以达到5000万元。”

目前,若水茶的销售网络覆盖全国,美国文化科学院和香港慈善慈善基金也把若水的生态岩茶选定为自己的专供茶基地。另外,若水新注册了一种黑茶——若水黑金,已经与蒙古、俄罗斯签订了相关订单,若水茶正在销往蒙古等国。外贸这一块,若水也在寻求突破,黄俊琦表示,希望明年能够突破1000万美金。

重养生

1号文件还明确,支持茶产业、茶文化与旅游业融合发展,打造中国茶马古道等文化旅游精品路线,开发茶文化旅游养生、体验、休闲观光等项目,支持中国茶叶博览城、川茶博物馆、川南茶博园建设。

而若水公司就在洪雅县具有1200年历史的“茶马古道”所在地东岳镇观音村,公司坚持“上善若水,厚德载物”的企业文化,且茶的高品质是其一贯以来的追求,还把对中华茶文化的弘扬当作应尽之责。

黄俊琦还说,“若水一直注重养生,以前我是做旅游地产的,公司地处洪雅,我对洪雅的山山水水都非常了解,现在我们在洪雅的长寿乡有3.5平方公里的土地打算开发养老地产和养生产业,具体内容还在洽谈中。”

若水观音山有机岩茶基地位于洪雅县东岳镇,海拔在800—1500米之间,山上常年云雾缭绕,鸟鸣山谷,清泉流淌。对于观音山岩茶基地黄俊琦有一个新的想法,观音山有机岩茶基地在今年茶博会上,以独特的资源优势获得“最美茶旅游目的地”奖,不过现在他决定封山将其关闭了,不接待旅客。他表示,不能只顾眼前利益,若是将此地开展旅游,或多或少会对环境造成破坏,且对茶叶的质量也会有影响,因此若水就需要思考如何保护观音山,最终决定将观音山全封闭起来,封山打造,保护性打造,目前已将此报告上报有关部门,保护观音山的物质文化遗产,做到零污染,即使要参观也要换上拖鞋,走专门的通道进行参观。

若水茶业未来的发展,重在产业布局。7月16日下午,若水就刚与水润天下(中国)投资控股集团有限公司马毅董事长签订了战略合作协议,若水的水即将面市,构成茶水产业链。黄俊琦表示,若水不仅有茶还有水,茶水不分家,茶与水就是若水,水泡上茶就叫若水。另外,公司今后的发展可能会建立一些直营店、会所等,现在北京已经建立了三个点,面积不小,有2000多平方米,目前正在装修,九月初就会开业,开业以后,店里的产品除了茶与水以外,更多的是为顾客提供养生的、健康的生活方式。

若水向着“生态、有机、养生”的轨道发展着,“若水之水为柔玉,若水之茶溢温馨。蝶憩香风,自迷芳梦。清馨益神,悟道之道。若水之德,示君知之。”