

## 8 行业调查 Industry Surveys

## 山东大蒜:想说爱你不容易

李锐 报道

年初,山东兰陵蒜农出口韩国的大蒜遭退货。梳理事件的整个过程:韩国政府向我国招标2200吨大蒜。兰陵县蒜农投标中标后,根据翻译的标书要求进行备货。随后交收货方韩国农水产食品流通公社质检,合格后,将大蒜发往韩国釜山港口。但货到港口后,韩国农管所以质量检测不合格为由,要求将货物返回国内。由退货带来的经济损失高达1000多万元。此次山东兰陵蒜农遭遇被“黑”事件,始终未得到圆满的解决。

曾几何时  
山东大蒜成为“疯狂的石头”

眼下,山东潍坊、金乡、苍山、莱芜、聊城等地的蒜农又进入了忙碌的大蒜收获期,烈日下,一望无际的田野里,呈现出了“家里做饭田里吃,车水马龙收大蒜”的喜人景象。

近年来,大蒜价格暴涨暴跌的“蒜周期”已成为农产品价格剧烈波动的一个样本。2005年,山东大蒜创下3.5元/斤左右的历史最高收购价;2006年,在国内外供需两旺的推动下,大蒜价格一路走高;2007年,大蒜价格快速回落,新蒜价格跌至0.75元/斤;2008年,蒜价崩盘,一度触及0.05元/斤的历史低位;2009年,蒜价触底反弹,重返3.5元/斤的历史高位;2010年,蒜价一度突破6元/斤;2011年大蒜价格回落,全年行情低迷;2012年,蒜价再次攀上4元/斤的高位。2013年,新蒜的收购价仅为0.9元/斤—1.0元/斤。由于收购价格远远低于大蒜1.4元/斤的种植成本,很多蒜农只好租借冷库将蒜囤积在里面,等待价格上涨时再出手。去年,大蒜价格稳定在1.65—1.68元/斤之间,在保成本的情况下,大部分蒜农担心蒜价再次落入低谷,于是纷纷清仓惜售。

今年山东大蒜四六瓣、中混级标准每市斤保持在2.25—2.30元之间;脱水鲜蒜四六瓣、统货,每市斤保持在0.75—0.80元之间,大蒜价格未出现大涨大跌现象,趋于稳定状态。

为什么山东大蒜一会儿出现“蒜你狠”现象,价格高的离谱?一会儿如同“过山车”,价格从高峰跌到低谷?真是欲说还休,想说爱你不容易。

信息不畅及背后推手  
导致蒜价大幅波动

莱芜市羊里镇储蒜商孙玉平租了3000



吨的恒温库,他告诉记者,库里还存着他去年8毛多钱一斤买进的800吨脱水鲜蒜,这些蒜比今年新收的蒜质量还好。现在,他用了10多天时间,已收了100多吨新上市的大蒜。从8毛到2.30元,不到一年的时间,价格翻了3倍。

金乡县大蒜产业协会杨桂华会长表示,大蒜价格大幅波动的深层次原因是大蒜产业信息不畅。他说,眼前大蒜的销售价格其实是去年库存大蒜现在卖出的价格,今年的大蒜价格要等9月份库量出来以后,才能准确说价格是升还是降。半月后,今年的干蒜才会进入旺收期,进行大量交易。为什么大蒜的市场价格会出现反反复复、跌跌不休的现象?这里有多方面的原因,既有减产、农民惜售造成的原因,也有游资进入市场囤货、造成大蒜市场进一步供需不平衡、推动价格上涨的原因。

分析大蒜涨跌的原因,库存起了决定因素:2010年,金乡县库存89万吨,大蒜价格最高达到每斤7.70元。2011年,全县库存132万吨,大蒜价格落到一块多。那么,今年又会是怎样的价格呢?大部分蒜农正在翘首等待。我国的大蒜主要就集中在山东的金乡、苍山、莱芜、潍坊、聊城等地市,还有河南一些部分地区,那么某一个信息的发布,可能直接左右全国的价格,所以和其它农产品相比,大蒜最容易这样暴涨暴跌。

长远来说,影响大蒜价格的应该是供求,但是短期的各种因素都能够影响它。目前这样一种模式,一定会导致价格的暴涨暴跌,种蒜的蒜农和收购商、中间商的利益是不一致的。因为一般收购商都是市场价格好了,或者是他认准以后的价格好,那他可能是会赶紧去收,这时候农民可能也不愿意卖,惜售。所以一个是想买,一个是惜售,这样把价格就抬得越来越高。同样的道理,一旦价格跌了之后,可能收购商一不买,价格跌得更快。

中国人民大学教授郑凤田告诉记者,农产品信息的及时、公开和平等非常重要,因为现在很多地方发布的信息并不是全国共享的,尤其是农民朋友不太能看到。所以其实隐隐有一种担心,就是当我们今天开始说大蒜价格疯涨的时候,是不是看我们电视的这些农民,他们就开始去种蒜去了?因为指导他的就是价格,可以说是价格信号指导了他的生产。我们最近关注农产品暴涨暴跌这个话题的时候,我每次都说抱团取暖,就是能不能

让这些农户以什么样的组织,或者是哪种生产方式,抱团来应对大的风险。因为现在在中国农产品基本上是散户时代,抗风险能力特别低,农户只能听市场有什么信息,就开始以这个作为信号来指导自己的生产。

众所周知,爆发了2009年底的山东日照龙鼎电子商务大蒜事件,由于主动进场充当“空头”看错大蒜行情,龙鼎在2009年亲自参与的大蒜多空“对赌”或致2亿元客户保证金挪用黑洞。随后,1.1万户交易商发现,无法取出保证金,部分交易商将龙鼎告上法庭。

针对此次事件,日照市政府介入了调查,成立了以政法委书记和分管副市长牵头的调查处理小组,并制定了救市方案,化解金融风险。日照市政府随后调查表明,从2009年下半年开始,龙鼎公司暗中进入市场充当卖方,违规交易,恶意操盘,“既当裁判员又当运动员”,使整个金乡县蒜农损失近两亿元。

为了归还交易商的本金,日照市政府启动重组方案。根据重组方案,山东一品集团以子公司资产作为抵押,从银行贷款两亿元,用于归还拖欠交易商的资金。“龙鼎事件”的真实内幕是什么呢?作为“龙鼎事件”的核心当事方,龙鼎公司是否另有苦衷呢?据龙鼎高层管理者透露,除经销商蒙受损失外,2009年产的大蒜疯涨也给龙鼎带来了灾难性的打击。

2009年8月下旬至10月上旬,大蒜现货价格从每斤2元出头疯涨至接近4元,空头亏损严重,龙鼎面临两难局面:要么多空对平,市场交易会戛然而止,而且没人继续做空,以后交易也不会有起色;要么对空庄采取宽容策略,不对空庄进行平仓,若大蒜价格下跌,市场或能保持住繁荣的局面。

龙鼎选择了后者,但现实是残酷的。价格的疯狂上涨,导致了“空庄”亏损加剧,“空庄”弃仓了,走了。龙鼎市场还在,如果要继续维持,龙鼎不得不为“空庄”埋单。于是,龙鼎成了市场中的“冤大头”。

龙鼎内部人士说,有媒体说交易商在龙鼎电子盘上损失两亿元,实际上交易商与龙鼎的协议平仓价格虽未达到实际的现货价格,但都普遍高于自己的建仓价格,交易商在龙鼎赚了四亿元,而为这两亿元埋单的是龙鼎。所谓的损失是参照现货价格比照的,而电子交易的标的物就是电子盘上的商品合约,交易商亏损两亿元的说法并不严谨。

龙鼎董事长苏钦东说,“龙鼎事件”的出

现是我们不愿意看到的,更完全有悖于我们成立公司之初的愿景。尽管如此,我们在事件处理上一一直持积极的态度,企业和政府都做了大量的工作,并为这个新兴行业内的年轻企业注入了新的活力,以促进其更健康发展,为大蒜产业作出一定的贡献。

显然,大蒜的疯涨,波及并使电子交易陷入困境。到底是谁在推动大蒜价格上涨呢?

苏钦东说,2009年的蒜在上市后就一直到全部进入冷库储存前这段时间的价格上涨到2.5元/斤左右,是由于供求关系导致的价格的理性回归。那么,在2.5元之后到6元的这个区间,大蒜很有可能是“被炒”了。入库后的大蒜存量有100万吨左右,按照每吨大蒜5000元(合每斤2.5元)的价格计算,收购全部大蒜只要50亿元,而据货、囤货,进而操纵某一商品的价格并不需要你吃下全部的货,由于存货可以进行质押贷款循环利用以及资金的杠杆效应等等,只需要5—10亿元就可以操纵大蒜价格飙升。这点钱不需要海外游资,不需要山西、温州财团,国内几家炒家联合就完全可以办到。

在这场游戏当中,谁是受益者呢?很显然,是炒家,炒家赚取了巨额利润。而农户、农产品加工企业以及消费者成为受害者。

对农户来说,受害于价格的大起大落。市场低迷时,农产品收购价低得可怜,农户直接承担损失。价格上涨时,农户获得的利润并未相应增加。一方面,屡次农产品价格上涨,利润上升总是直接作用于流通环节,传递到农户手上的利润增加总是有限;另一方面,农户的生产行为相对价格变化总是滞后的,产品在价格顶峰大量抛入市场的,往往不是来自农户,而是来自产品的囤积者。

对于以农产品为原料的生产加工企业,同样是受害者。原料的大幅波动对这些企业的生产经营造成了严重的影响。原料价格太高,生产成本低,而产品价格变化并不明显,越生产越亏损,只能停工。原料价格太低,整个产业都在开足马力生产,产品大量上市,价格下跌,利润缩水,库存积压严重。

最终,受伤的是产业链的终端消费者。按市场经济规律,供求关系决定价格的波动,但由于人为炒作,有意囤货、囤货,抬高了物价,使价格背离了真实需求,产生了价格泡沫。当炒家们以击鼓传花的方式玩这种炒作游戏的时候,老百姓成了最大的受害者,无意之中抬高了老百姓的生活成本。

路漫漫  
蒜农何时不再跟着感觉走

蒜价如此大起大落,种植户和经销商都被搞得晕头转向。大蒜产业如何告别暴涨暴跌,实现健康发展?

金乡县商务局副局长周保华告诉记者,国家应有专门的机构负责综合各部门的信息,统计大蒜等农作物种植、产量等方面的详细信息,及时向社会发布,这样才能有效杜绝虚假信息泛滥,游资投机炒作。否则,蒜农蒜商就只能盲目跟风,市场暴涨暴跌现象就难以避免。

山东省社科院省情综合研究中心主任秦庆武对记者说:“农户小规模经营,分散决策,供需脱节,风险很大。价格低时,可能血本无归;价格高时,又被精明的中间商提前收购,自己获益不多。政府要尽量为农民提供准确的市场供求信息,对市场趋势进行前瞻性分析,关键是一定要让这些信息进行入户。”

秦庆武强调,应提高农民的组织化水平,引导扶持发展专业协会、专业合作社、行业协会等中介服务组织,为蒜农和蒜商的生产经营服好务。同时要提高产业化水平,发展农产品加工龙头企业,大力发展订单生产。

针对农产品价格大起大落的周期性怪圈和日益频发的价贱伤农,中国人民大学产业经济学教授马龙龙建议,应该充分发挥政府主管部门和中介组织的作用,采取登记种植等方法,增加生产环节的计划性。

他说,“由于目前我国很多农产品还是以农户分散种植为主,因此有必要在现有的市场经济中掺点‘计划’。如果单纯依靠农户根据预期价格分散决策来年种什么,最终受伤最深的还是他们。”

今后大蒜的市场价格将会有什么样的变化呢?现在还很难判断,需要提醒蒜农的是,不要盲目种植,一定要及时把握市场动向。受全球变暖的影响,近几年暖冬现象越来越明显,对于大蒜的种植来说最好将时间延后,一般在国庆节之后开始播种比较好,这样有利于大蒜的防寒抗冻。另外,对比大蒜的深加工与出口的产业收益,对市场价格机制的调节感受最直接最敏感的还是广大的蒜农,大蒜深加工企业的收入相对风险较小,他们往往在跟农民收购时将蒜价一再压低,收来的蒜经过加工后再根据行情高价出售,可以说,整个大蒜贸易环节中大部分的钱都被企业赚取了,农民手中的钱即使增加了,与企业相比,依然是极不相称。

综观所述,山东大蒜的贸易市场缺乏一种宏观而有效的调配与沟通渠道。在整个大蒜从生产到收购,从储藏、转卖、深加工,再到销售出口的整个链条中,蒜加工企业收益与生产者的收益是基本脱钩的。一方面随着我国大蒜出口量的不断增加,国外对农产品的环保质量要求对国内蒜农来说越发重要,蒜农们已经开始注重品质的提升,减少了复合肥的使用,采用了各种环保生产措施,这样也在一定程度上提升了生产成本。而另一方面,由于农作物的生长周期较长,就大蒜来说从种植到收获需要七八个月的时间,这么长的生长周期导致农业生产的收益见效时间较工业来说也更加漫长,工业生产尚且有测评跟调节机制的快速作用,而农民在这段漫长的时间里大多处于盲目的状态,不知道种什么,种多少才能增大收益。在这种情况下,政府部门该如何为农民提供更好地服务与指导,提高农民的生产积极性,显得尤为重要。总之,“蒜贱”不能只由流通跟销售环节的人来算,当前最急需的是一个切实让农民获得更大利益的好办法。

行业变革

## 房企掘金创业经济:你带着项目 我带着空间

王杰 报道

当“创业”遇上“房地产”会怎样?一个是在政策推动下的蓝海市场,一个是在市场发展遇到低迷期的传统市场,两者会碰撞出怎样的火花?

也许,这已经不是一个问,因为众多房地产巨头已经迫不及待地开始拥抱创业市场,并把创业市场看作是未来十年增长的新基石。这片市场到底有多大?能在多大程度上改变房地产的旧格局?行业融合会带来什么样的新问题?

“亲爱的,我们去创业吧/我带着你,你带着钱/物联网也好,可穿戴也罢/横穿大数据的风口/暴走云端。”这首创业歌今年在朋友圈被疯狂转发。

似乎在一夜之间,“大众创业、万众创新”,成为“新常态”下中国经济发展的新引擎。创客一族活跃于市场的风口浪尖,创客空间如雨后春笋般绽放。房地产企业成为推动创业的最主要力量,从创客空间到孵化器产业园,甚至支持自己员工创业,房企大佬投入了前所未有的热情来支持“创业”这个今年经济最热门的词汇。

在纷纷支持的同时,开发商也在发掘这

个新的蓝海——创业市场。这一新市场,能否继人口红利之后,成为房地产未来十年增长的新基石?

## 以服务赌创客成功

今年2月,SOHO中国为年轻的互联网创业团队设计的“移动办公”产品SOHO3Q正式上线,仅仅3个月之后,位于北京的望京SOHO3Q即告满租。

根据SOHO中国2014年报,截至去年12月31日,望京SOHO塔3在3个月时间里只出租了68.9%的写字楼面积。据估算,3个月即实现满租的3Q产品,约是普通写字楼租赁收益的2倍。

创客兴起带来的房地产需求,能使房企利润迅速增长吗?除了办公产品,是否还会带动住宅、LOFT以及小型商铺的租赁及购买?百世金谷总经理,也是work+的主创人之一刘文军在接受记者采访时表示,这对租赁肯定有帮助,但对购买来说,目前效果还不是特别明显。创客的群体,大部分是刚毕业的大学生或者是在某个行业做过一段时间然后出来单干的人,这些群体大都是最原始企业阶段,不论从资金还是各种资源上,都比较匮乏。

刘文军说,在搭建创客空间的时候,大部分都不会是低租金、免租金服务平台,这个时间段不会对地产产品有促进作用。但创客一旦孵化成功了,对不管是住宅、商铺、LOFT等产品都会有需求。

刘文军表示,做创投空间就希望创客企业能够在这里孵化成功,孵化成功的企业大都有了一定资金,同时也需要扩大生产或者研发,这时对园区的厂房和住宅都会有相应需求,同时也会相应购置固定资产。

北京方迪经济发展研究院研究总监陈智国说,对于园区运营商来说,厂房以及楼宇住宅体,要注重创新创业的服务生态建设,做成孵化器并更注重创新创业的生活。打造娱乐休闲一体化才有可能吸引到创新创业的群体和企业进驻园区。

## 哪种产品能分享创业红利?

普通房地产开发商和园区运营商,哪一种会成为创业潮的最大受益者?

刘文军说,园区开发商和普通房产开发商都需要精细地研究产品需求,并配置不同的资源,资源占有的量越大,越能吸引创客。

相比而言,园区开发商占有的优势在于对产品的了解,但是普通房产商资金优势更明显。

陈智国认为,原有的园区开发商之前可能只是建厂房,未来可能会针对中小型的创新创业企业,进行生态化、开放化的产品设计。园区的创新,就有城市化这种特征,城市不是单一的居住,还要与创新功能相结合,呈现出高度开放融合的态势,让创新创业环境更加便捷、舒服、低成本。而现在很多房地产公司都在转型城市运营商,这样做会在业务定位、产品导向和创新创业结合更紧一些。

住宅开发商要迎合创业者的需求,在原有的产品中又需要配套哪些资源?

刘文军认为,开发商转型做创客,要转换的是经营模式。创客是孵化池,孵化过程中企业所有生长环节都需要充足的服务。如果没有这些服务,那么创客就很难生存。

产品又需要怎样的设计,才能分享到创业潮红利?

刘文军说,创客空间和国外微办公联合办公的产品不一样,微办公联合办公是一个二房东,一栋楼租下来改造一下,然后租出去进行联合办公就行了。创客空间更类似于一个孵化器,要针对孵化的不同类型企业来制定产品。“很多创客的空间都是在过去的废旧

厂里,因为它的适应性强,不管是科技类的还是生产研发类的,还因为过去的厂房高度够,而且承载力也大,所以它就更适合。”刘文军说,但是现在再开发的时候,就涉及成本核算,开发不同产品有不同核算,最需要的就是要市场定位设计精准。

相关链接

SOHO中国创客项目  
跟普通写字楼的对比

1、根据SOHO中国2014年报,截至去年12月31日,望京SOHO塔3(普通写字楼)在3个月时间里只出租了68.9%的写字楼面积。

2、今年2月,SOHO中国为年轻的互联网创业团队设计的“移动办公”产品SOHO3Q正式上线,仅仅3个月之后,位于北京的望京SOHO3Q即告满租。

3、据估算,3个月即实现满租的3Q产品,约是普通写字楼租赁收益的2倍。