

市民在网上用散钱“私人定制”农民的散地,引发关注——

连线



“耕地宝”能成一个“大元宝”？

——农村土地流转系列调查

本报记者 杜芳

山区耕地网上热租

端午期间,安徽省绩溪县湖村迎来了四面八方的游客,他们除了游山玩水逛古建筑,还有一项重要活动就是下农田。

这些田地是两个月前市民在网上通过“聚土地”项目“私人定制”的。每块田地上都有牌子,清楚地写着认购方的名字,每块地大小差不多,一分地。这些地上要种什么,怎么种都是认购方说了算。订购者既可以自己种,也可以交给当地农业专业合作社负责日常的打理。

“自从土地被认购后,经常有市民来看地,许多携家带口过来体验,还有的亲自扛起锄头种上一块。他们觉得农村的生活很新鲜,连看到拖拉机都想开一开。”湖村农民章明初说。这位快60岁的老农干了半辈子的农活,他没想到村里人都不愿意种的农田突然被城里人看上了眼。

安徽省绩溪县农委主任周道清介绍,绩溪人均仅几分耕地,分布零散,农民耕地收益普遍较低,每年一亩地纯收入只有600元。近年来,随着大量农村劳动力外出务工,出现了土地闲置无人耕种或者免费给别人耕种的现象。

“聚土地”项目推出后,一切都变了。农企借助电商平台聚集了散地、聚来了人气,也为绩溪农业发展聚集了新的机遇。以前随意而散漫粗放的种植变得有了标准和规划。农民不用担心种植投入和产出后的销售,也不用考虑种什么和怎么种。“种地省事了,收入提高了!”章明初说。

目前,“聚土地”项目的前端销售已经结束,首批上线土地为480亩,实际参与购买人数达到3500多户,用户70%集中在江苏、浙江、上海、安徽等地,其余分布在内蒙古、北京、深圳等地。4月下旬,被认购的土地上首批产出的农产品已派送寄出,反响良好。

兴合电子商务有限公司商务总监沈宇说,农业和电子商务的结合已经不是新鲜事了,但是现在的结合更多的是网上销售农产品。“聚土地”项目之所以广受关注,是因为它不光卖产品,还将土地流转变为线上操作,增加了耕地务农的个性化选择,满足现在人们向往自然、亲近农村、崇尚绿色的需求。卖的是体验,也是经营农业的新理念。



5月29日,合作社农民按照认购方需求,正在认购的土地上种植毛豆。本报记者 杜芳摄

继余额宝之后,又一网络“宝宝”日前诞生。被媒体称作“耕地宝”的新项目一经推出就引爆网络,短短5天时间,项目曝光点击次数合计达5亿次,咨询和参与人数35万次。这是全国首例互联网定制土地项目,项目真正的名字叫做“聚土地”,由浙江兴合电子商务有限公司与阿里巴巴聚划算平台联合打造。记者近日走进“耕地宝”诞生地——安徽省绩溪县。



5月30日,“聚土地”项目运营负责人陈寅正在查看从订购土地上采摘回来并包装好的新鲜农产品,准备当天运出。本报记者 杜芳摄

电商运作寻求新机

像安徽绩溪一样,山地农业面临着新的难题:农机开不进农田,机械化无法实现;地块零碎,规模化经营有很大困难;靠留守的老年人、妇女种地,农业科技不能发挥效益。

不过,这种不好开发、滞后开发的山地农业,也保留了原生态的农业文明和田园风景:山清水秀,环境优美,特色、生态农产品种类多,“蔬菜水果吃起来就是那个味儿”。“换个角度来看,这是农业市场开发的特点和亮点。”沈宇超说,这种原生态特点,正是城市人向往和追求的。

在“聚土地”项目中,企业将当地农业资源进行了整合,参与项目的众多用户不仅能按时收到在认购土地上生产

的粮食和蔬菜瓜果,利用闲暇时间去自己的土地上耕作,按照约定,他们还可以享受不同次数的去认购地旅游的机会,并且免收特定景区门票费、可以免费住宿。

“我们只不过通过一个项目把农村城市、农民市民对接起来,马上就迎来了出乎意料的订单数量,说明农村和电子商务的结合是有市场的,而将生态农业和休闲旅游捆绑推出的方式,现在看来效果很好,可以继续尝试。”兴合电子商务有限公司商务总监沈宇超说。

通过借船出海,绩溪县零散的土地在很短的时间内迅速和市场对接,以短租形式有效流转。农地的网上私人定制带来了小块田的“订单农业”,促进了绩

溪县的地方优质农产品流通和销售。借助电子商务平台,绩溪县的小农田也能对接大市场,闲散的土地在项目作用下进行集中种植。

除此之外,绩溪县休闲农业逐步打开市场,绩溪农产品及绩溪县的知名度进一步打响。“聚土地”项目所涉及的3个村,旅游观光的游客同比明显增多,呈现出“地兴人旺”的好势头。“3500户市民因为‘聚土地’在农村有了地、有了农民‘亲戚’,不少人因其所认购的土地而产生浓郁的绩溪情结,甚至会滋生一种回家的归属感。他们每年可以给绩溪带来很多游客,有利于推动当地农业和旅游产业共赢发展。”绩溪县农委主任周道清说。

农地触“电”释放能量

诸多挑战外,农产品的保鲜和运输成为该项目目前遇到的最大难题。根据与农户的约定,兴合电子商务公司近期本来要邮寄出一批青菜,但是青菜种植出来后,经试验发现很难邮寄到用户手里。如采用真空包装仅保鲜10个小时左右,加氮气包装也就保鲜20个小时。而从采摘到打包、邮寄到用户手里远超过时限。因此,公司只能耐心向用户解释,改发竹笋、水果等其他品种农产品。

新鲜农产品是“聚土地”模式的卖点之一,为了保障客户体验,兴合公司不得不在农产品的包装运输上改造升级。原来的简易包装加上了泡沫箱、隔断、冰袋等,使一期“聚土地”项目投入不断增大。目前,一期项目已经亏损40万元至50万元。

企业发愁菜品的新鲜度,对于地方农业主管部门而言,担忧的则是该模式下的农产品质量安全。“电商模式下土地

零散出租,由农民一家一户按订单生产,其生产规模偏小、专业化和组织化程度低,难以确保农产品质量和消费者利益。绩溪县的生态和生态虽相对纯净,但过于分散的小生产仍存在农业投入品和非正常环境污染的隐患。一旦发生农产品质量安全问题,很有可能对该项目实施甚至绩溪县造成严重负面影响。”安徽省农委巡视员胡桂芳说。

为此,绩溪县和浙江兴合电子商务有限公司已委托当地一家果蔬专业合作社组织订单生产,加强农产品质量安全监管,保障农民和市民双方利益。此外,电商平台也对产品质量进入设置门槛,作出相应要求。

据了解,“聚土地”的二期项目计划于中秋节前后推出。围绕“聚土地”,电商、政府部门、农民合作社等正在各司其职,探索完善,为这种全新的农业发展模式探路。

山东济宁:

民生公交开往乡村

本报记者 薛志伟 通讯员 张建华

“门前水泥路,抬腿坐公交”,这在山东省济宁市许多乡村已不是梦想。为解决农村群众出行难的问题,济宁市出台《推进全市城乡公交一体化的实施意见》,推进城乡公交一体化,缩短城乡距离。“济宁市98.6%的乡村道路实现了更新、路面硬化,为实现城乡交通一体化提供了通车便利。”济宁市交通运输局局长宋科说。

截止到目前,济宁市已开通至县级市(县)的“民生公交”线路11条,180辆新型公交车投入运营服务,涵盖济宁12个县市区中的“四区”3市1县所有乡镇和92%的行政村。

记者从济宁坐上公交车,半个小时就到达了邹城市区。公交沿途按站点停靠,在城区学校、社区、商贸区等人流聚集地和沿途主要路口、村庄、集镇、厂矿等都设有站点,实现了城际公交与城区公交、道路客运的“零换乘”。

宋科介绍,从济宁到达各县市区的城际公交车10到15分钟一班,刷卡乘车还可以享受九折优惠,70岁以上的老人免费乘坐。城际公交车开通后,通往乡村的城乡公交全面接力向下延伸到边远农村。

在邹城市101路公交车车站,记者看到,许多等车的农村妇女手里拎着蔬菜和日用品。“公交车开通后,太方便了!我和村里的姐妹经常一起坐车到城里买东西。坐早车去,中午就能回到家,方便又省钱,不耽误事。”随草屿村的刘庆爱乐呵呵地对记者说,“在村头就能坐上公交车,感觉自己好像就住在城里。”

河北供销社:

农产品走进电商平台

本报记者 张雪

河北省平山县农民如今再也不为卖核桃而发愁了。河北省供销合作社和平山县葫芦峪农业科技开发有限公司牵头组建了河北省核桃专业合作社联社,在当地组织有机无公害核桃种植、销售,带动山区农民增收致富。

近几年,河北省供销合作社以建设合作社服务体系为主旨,积极推进改革开放,在创建新型为农服务体系中,坚持“有中新生”抓升级、“无中生有”促转型,扎实推进服务体系、体制、手段、模式“四个创新”,探索出了一条“帮农民也活自己”的全方位服务新路子。2013年,河北省供销社合作社购销规模达到2000多亿元,实现利税8.02亿元。

针对农村流通不经济、不安全、不方便的问题,河北省供销合作社系统引进连锁配送等现代营销方式,对日用消费品、农业生产资料、农副产品三大主营流通网络进行全面的改造升级。

河北省供销商贸有限公司组织实施了“百城购物·供销社超市”项目,整合社会资源,撬动民间资本,在90%以上乡镇镇建设了“统一连锁配送、统一服务标准、统一配套设施、统一品牌标识”日用品流通网络新体系。

河北农产品电子交易中心搭建了农民在网上进行农产品交易的平台,自去年6月份运行以来,该电子商务已完成交易额50多亿元,交易范围涉及全国31个省(市、区)和香港、台湾地区的6269家交易商,目前正在打造集金融运作、品牌运营、仓储物流于一体,面向国际市场的现代化农产品电商中心。

麦收与秸秆还田同行



麦收以来,安徽农垦各农场建立禁烧工作责任制,小麦秸秆禁烧、还田实现“全覆盖”。淮南农场对秸秆还田、捡拾打捆给予家庭农场补贴奖励。农场将有6000亩秸秆还田,12000亩秸秆捡拾打捆,预计小麦秸秆总打捆量可达4.8万吨,补贴奖励总额达90万元。图为淮南农场秸秆打捆作业现场。鲍广云摄

让农业创新源泉充分涌流

瞿长福

电商与农业结合就是网上卖农产品吗?“耕地宝”说那太简单了。

基于电商与农业结合而产生的“耕地宝”,把单纯的电子商务又往前推了一步。“耕地宝”不仅卖农产品,重要的是把“私人定制”引入了农业种植,这就使传统农业、大路货农产品开始披上个性化产品标识;更重要的是,“耕地宝”引入了更多资本来经营农业,这就使农业经营有更多的钱,在改变“弱势”、“弱质”体型的同同时,逐渐走上标准化、安全化生产。

“耕地宝”为什么能做到这点?对这个问题,“耕地宝”的几个年轻经理人谈了很多。比如,他们希望电商能为农民做更多的事,希望电商能在传统农业领域有更大的作为,希望电商能走出单一买与卖的路径,等等。无论作为商业理念,还是事业追求,他们的回答都充满了信心与激情。把这种信心与激情放在“耕地宝”的平台上,它体现出来的是一种敢于突破、敢于探索的创新精神。可以说,没有这种

创新精神,就没有电商与农民、资本与耕地的深度融合。

我国农业发展到今天,很多新老问题交织到一起,需要的就是这种创新精神。

从我国农业发展历程来看,今天取得的成就,靠的也是改革创新。始于改革开放之初的土地“大包干”,既是中国农民的伟大创举,也是农业经营体制的一次重大创新。“大包干”之前,7亿农民种粮仍然吃不饱肚子;“大包干”之后,种粮的人少了,大家吃得更好。这是因为经营体制的创新,从根子上解冻了“板结的土壤”,让土地释放出巨大活力。

进入21世纪,国情农情发生了重大变化,市场农村面临着更大挑战,过去千家万户分散种地的状况很难适应现代农业和市场竞争要求,这就需要在“大包干”基础上对农业经营方式、农业经营机制不断创新。于是,自2013年起,以家庭农场、专业大户、农民合作社等为标志的新型农业经营主体大量出现,并正在成为

现代农业经营的主力军,逐步改变着传统农业的小散格局。

从“大包干”到家庭农场等新型经营模式,是农业经营体制机制的两次重大创新,极大地改变着中国农业的面貌,也是农业创新发展的生动体现。但是,创新没有止境,对农业而言,有了体制机制的创新,并不能解决农业经营的所有问题,在具体的组织方式、经营方式上,还需要不断创新、不断探索,找到适合国情农情的具体路径与方法。

“耕地宝”就是这种探索创新的产物。“耕地宝”做的事别人没有做过,怎么做、能否做好,没有现成答案,它必须自己分析、创新解决。农民耕地分散、效益不高,而分散的消费者希望吃上自己的农产品、有闲散资本,“耕地宝”就把消费者凝聚在一起形成股东,为农业带来资本;农民不知道种什么好,“耕地宝”有“私人定制”,解决卖难。这种吃透了耕地和价格行情而形成的商业路径,

虽然还只是开始,已经获得了市场广泛响应。

当然,即使作为商业案例,今天的“耕地宝”也不能说已经成功。它既面临现实的考验,比如去哪里租地、能否获得持久稳定的消费投资者、多长时间能扭转亏损;也面临长期的压力,比如是否有能力经营更大更广的耕地、怎样解决制约农产品递送的农村物流等基础设施问题,如何可持续发展的探索,以及很多未知的困难等等。这些问题,既考验“耕地宝”,也考验全社会。

如何面对困难与考验,正如“耕地宝”的一位年轻经理人所言,既然在创新中开始,就只有在创新中找到走下去的办法。“耕地宝”走好。

三农时评

本版编辑 刘佳