



# 养蜂人

## 无须“追花夺蜜”

早春时节,江西峡江县金江乡庙下村成片的油菜花竞相绽放,遍地金黄。油菜花地里摆放着一排排蜂箱,群蜂在花丛中飞舞,忙碌不停。蜂农孙道敢和妻子何桂英轻轻地打开一个蜂箱,查看蜜蜂生长情况,处理多余的蜂蜡……夫妻俩是庙下村村民,他们已60多岁,养蜂已有30多年。以前,孙道敢和其他养蜂人一样随花而走——先是本省周边,然后一路北上到安徽、河南、山东等地,一路追花夺蜜,直到秋后才回家。

“如今,再也不用拖着蜂箱千里奔波到处跑了,最多就是在周边县市转转。”2月21日,老孙感慨地说。



△ 孙道敢和老伴在油菜花地边忙碌。

近几年,当地不断加大封山育林力度,山上的花源多了起来。再加上乡里发展旅游产业,全乡油菜种植面积近万亩,蜜源有保障。孙道敢养了30多箱蜜蜂,每年的纯收入达3万元以上。在孙道敢的带动下,越来越多的村民加入到养蜂的行列。

孙道敢说,下一步,他们准备成立养蜂专业合作社,引进新品种新技术,开展技术交流,一起加工、包装、销售蜂蜜,解决养殖和销售难题。截至目前,全村养蜂总数达400余箱,有5户通过养蜂摘掉了贫困户“帽子”。

▽ 干活累了,老两口便在前门喝一杯热茶。



△ 30多年的养蜂经历积累了丰富的经验,图为孙道敢向贫困户肖高飞(右)传授养蜂技术。

屋外寒意阵阵,河南沈丘县胡金贵的工作室却暖意融融,一批彩陶正进入最后的釉烧工序。作为“青三彩”技艺传承人,胡金贵戴着一副老花镜,目不转睛地盯着窑里的炉火。

火焰的颜色一有变化,他便当机立断地对窑工说:“温度到了。”在1000摄氏度的高温下烘烤30个小时之后,这批青三彩出炉了。

沈丘青三彩,又称剔花彩陶,迄今已有1300多年的历史,是河南省非物质文化遗产,一度濒临失传。它始于隋唐,由于吸收了剪纸、木版年画的艺术风格,在制陶技艺中自成流派。除着重吸取传统戏曲中的艺术元素外,还以生活中的花、鸟、鱼、虫为创作对象。牡丹象征着富贵,梅花喜鹊寓意喜上眉梢,莲花鲤鱼则有连年有余之意……这些题材,无一不来自百姓对美好生活的向往。

前些年,爱好收藏的胡金贵偶然收到一只青三彩的陶罐,进一步了解后便深深吸引了,于是便到沈丘县石槽乡,找当时的传承人王学之老人拜师。起初王学之不肯传授,但无奈自家后辈不肯学,眼看家传的技艺要失传。胡金贵在吃了几次闭门羹后,依然上门几次求教,颇有古时“程门立雪”的劲头。看到胡金贵的诚恳,王学之老人终于打破成规,收他做了关门弟子。

从选土、筛土、滤土,到揉泥、润泥、制坯、成型、刻画、烧制、窑变、上釉、出彩,青三彩的制作大概有20多道工序,胡金贵用了近5年的时间跟随师父学习,终于学有所成。“虽然师父老人家已经去世了,但是我已经把当时他做青三彩时的场景都用摄像机记录下来,以便随时学习。”胡金贵有些动情地说,“师父对我要求非常严格,每一道工序几乎都是手把手地教给我,我唯一的心愿就是让师父的技艺永远流传下去”。

胡金贵是这么说的,也是这么做的。“严格按照古法而行,从选料到成品往往在半年以上,这样烧出的青三彩釉色往往更加厚重、细腻,还会带来意外惊喜,这就是我想把它们传承下去的原因。”胡金贵说。

在胡金贵的坚持与努力下,青三彩重新焕发了活力,在当地被越来越多的人所熟知。如今,已经有20多名专业工匠在胡金贵的工作室从事青三彩的研发与烧制,胡金贵也被授予“河南民间工艺美术家”的称号。“我有一个理想,总有一天,我要让世界认识我们沈丘的青三彩。”谈到未来,胡金贵信心十足。

本报记者

冯举高

通讯员

郭力铭

陈驰:

# 在短租共享平台“吃螃蟹”

本报记者 余颖

人物小传:

陈驰,在线短租平台小猪的联合创始人兼CEO。陈驰原为住院医师,2002年他决定辞去公职去留学。留学申请迟迟得不到回应,陈驰便在朋友引荐下进入了初创的3721西南公司,并在两年间成为了3721西南大区总监,随后先后在雅虎、奇虎、酷讯等公司工作。2011年,陈驰加盟赶集网,他第一次听同事提到了短租鼻祖airbnb,并组建了蚂蚁短租。2012年5月份,陈驰辞去蚂蚁短租总经理,与原负责赶集网团购业务的王连涛联合成立了小猪短租。



造访陈驰家时,他的冰箱里放着饺子,是前天租房的小猪客人留下来的。“昨天晚上做了蛋炒饭,鸡蛋也是另一拨房客留下来的。”说着,他自己也忍不住笑起来。

来去匆匆的房客可能不知道,这位睡在楼上的房东就是小猪平台的联合创始人兼CEO。去年,他和他的在线短租平台小猪对接了14万房源和1000万房客,是共享经济领域受中国网民认可的短租品牌。

## 执着拿下第一单 一年半内积攒万套房源

与陈驰一样,小猪的员工基本都在平台上当房东。“小猪的第一套个人房源是我同事家的沙发,接着是我自己家的沙发,我家的单间、我母亲在成都的主卧。”相声贯口般的一段话,配上陈驰一脸严肃的表情,可见当初并不容易。

这是小猪走过的一段弯路。在工商营业执照上,小猪注册的公司名字叫做“北京快跑信息科技有限公司”。“互联网嘛,用雷军的话来说,就是专注、极致、口碑、快。”陈驰承认,一开始自己也想过快快跑起来。

追求快,是互联网的共性。陈驰对自己和团队应用互联网工具的能力也有信心,但很快就发现了问题,“O2O是用互联网解决信息透明度,往线上去导流量,线下做承接即可。但是在短租行不通,不光线上没有流量,线下也没有个人客户愿意打开自己的家门,欢迎陌生人,客户也不敢住到陌生人家里”。

为了冲交易量,得力的地推团队迅速谈下了很多商务酒店公寓,但这偏离了小猪连接人与人、做有人情味住宿的初衷。要交易量还是要人情味,在那段时间,陈驰也感到很迷茫。后来他意识到,短租等新商业模式的发展并不是必然的,而是需要创新者来推动。陈驰要求,团队从身边的熟人关系推进,踏踏实实地一个一个积累房东和客户。

这就等于前半年的努力白费了。他的团队中有人不理解离开了,但陈驰坚持要这么做。2013年初,上线半年后,小猪放弃了在商务酒店领域的突进,将业务收缩到了北京、上海。

为了吸引个人房东加入,小猪不光免费为房间拍摄照片,为房东买房屋风

险保险,还给他们做软装。过程很缓慢,大概花了一年半时间,一直到2014年中期,小猪平台才突破了1万套房源。

房东是愿意吃螃蟹的人,他要赚钱,自然愿意做很多的互动和改造。房客这一端的工作更复杂。住到陌生人家里,安全、卫生都有担忧。最开始的时候,连小猪的员工也有自己带着床单被罩入住的。对此,小猪坚持严格的实名认证,用身份证验证、房源验证、在线聊天,希望打破信息的不对称。

陈驰至今记得小猪的第一笔个人用户订单。当时,陈驰和同事正在去吃饭的路上,收到咨询提示后,大家都有点小激动加小紧张。“当时手机客户端的聊天功能还没有上线,我们就用手机热点给笔记本电脑提供WIFI,一群人围着看同事怎么跟这位女士聊天,心里想着一定要成功啊。”几年过去,陈驰这样描述对拿下这一单的渴望。最终,这位女士定下了这张沙发,住了7天左右。那天的饭格外香。

## 平台底层支撑 动动手指遥控房源

经过5年的培育,了解短租的人多了,特别是随着信任、支付体系相对完善,房东发现短租比长租更赚钱,房客发现短租更具性价比、更有意思,小猪用户迅速增长。

去年,一位上海房东的三居室在小猪成交253单,作家王小川靠一套“鬼吹灯”主题四合院在小猪赚了36万元。一位西安的大学教授江先生,为了躲避雾霾,去年他带着不到6岁的孩子前往昆明、重庆、海南度假,在小猪上住了172天。从他们身上,陈驰看到了分享经济愈来愈火热的趋势。

平台进入良性循环后,小猪几乎不需要花力气开拓房源,99%的房东都是自行加入,70%的住戶是自己来的。陈驰也把关注重点从运营细节转移到如何提供一个平台级的支撑,让房东用最少的力气挣最多的钱,让用户用较少的钱住到最称心满意的房子。

现阶段,小猪为房东提供的支撑工具主要是智能门锁、保洁、支付、聊天等等。“因为用了智能门锁,房客付款后就会自动生成开门密码,房客凭密码开门,不需要人送钥匙、办理入住。”陈驰解释说,“客人走之后,我只需要在客户端预约经过小

猪挑选和培训的阿姨,做专业的酒店保洁,就可以放心等待下一批客人。钱都在系统里结算,也很方便”。

春节期间,他远程操作在成都的房子接待了10多批客人。陈驰拿出自己的手机,展示上面的房东客户端。他刷刷地划着屏幕,划了好几下也没有到底:“用得太多了,一下子看不完”。

保洁阿姨是小猪平台的最新“生态”。她们要经过小猪面试和培训,成为签约的“小猪管家”,类似滴滴司机。抢单成功后,她们会擦洗和消毒面盆、马桶,套上封圈,要给客户填上日期,专业的保洁会让房东省心,让客人放心。

## 改善入住体验 与中端酒店竞争

陈驰递给记者的,是一张英文名片。小猪正在拓展海外业务,目前已经上线了东京、京都、大阪、新加坡等地的房源。

“徒弟”想要走出去,“洋师傅”airbnb也正式入华了,干得风生水起。去年,途家收购了蚂蚁短租。但是,陈驰对此反应平淡,“小猪目前最大的竞争对手是airbnb和途家,而是因为从使用场景来看,现在用户面临的最大选择是住酒店还是住小猪这种短租民宿,而不是要在哪个平台上订民宿”。

陈驰把酒店比作短租特别难翻越的一座山:“因为酒店是一个高度市场化、用户满意度又比较高的行业。这与曾经垄断的出租车行业不一样,不是用共享经济的砖头敲一敲就会破的。”陈驰给小猪设定的对手是中端酒店,因为小猪现在的平均间夜价是280元,正好跨入中端酒店的价格区间。但小猪也好,其他短租平台也好,跟酒店相比,入住体验在这个档位并没有绝对的优势。

“任何一个平台的民宿离完全满足消费者需求都还有很长距离,小猪现在的任务是改善体验。”陈驰说。他第一次正面否认了之前小猪被airbnb收购的传闻,“平台必须是独立的。”他让小猪赶快飞起来,“今年我们会做一些推广,扩大知名度。”



不过,另一个问题随之而来:小猪上的好房子不够多,入住体验也不好。特别是当住惯了高星级酒店的中高端用户开始入场时,他们对老旧小区、没有电梯的房子、美化后有点失真的图片容忍度显然不如沙发客那么高。

面对记者反馈的问题,陈驰微微有点尴尬,似乎是他犯了什么错,甚至还自我批评。“前几年我对运营细节抓得比较紧,近年主要在思考战略,关注得就少了一点。你反映的情况很重要、很重要,我要开会向他们强调。”

其实,小猪之前已有许多努力。比如,早期的房间照片习惯用大广角,10平方米的客厅看起来像20平方米,现在已经严格控制。陈驰希望小猪能成为短租领域最好的品牌,因为他相信好的产品和服务是平台企业的根本,有了好的体验,自然就会吸引用户加入,形成一个好的平台,一个好的生态。“短租行业最终的竞争,可能是平台品牌的竞争和平台支撑能力的竞争。”从更长远来看,陈驰对小猪的社会价值寄予厚望。

这两天,隔壁小区一户人家因为自家房子在装修,就租了陈驰的房间,由外婆带着外孙住一个月。陈驰发现小孩拍皮球的时候,外婆都会跟他说:“嘘,你小声一点。”这种客气和理解让陈驰相信,随着小猪等共享经济的发展,信用、道德和对公共资源的节约意识将会逐渐普及,“它们不仅会成就小猪这样的企业,也将催生一个更美好的社会”。



惠泰吉:

# 让核桃树变“摇钱树”

本报记者 许凌

老家房前屋后遍布的核桃树,能不能变成脱贫致富的“摇钱树”?宁夏彭阳农民惠泰吉琢磨这个事情已经很久了,但他以前不敢把这个想法告诉别人,怕被笑话。

“在外面闯荡那么多年,就盼着找到能脱贫致富的项目。”在郑州、西安打工十多年,惠泰吉一门心思创业。

机会总是青睐执着的人。“鲜香纯绿色的核桃油,不买、不尝追悔莫及呀!”2015年4月份的一天,惠泰吉在西安看到有商家门前排起长长的队伍,原来是卖核桃油和杏仁油的。他排队半小时后买了两小瓶。噢!核桃油果然醇香可口。

好事不怕晚!惠泰吉迫不及待地返回彭阳,准备和亲戚从事核桃油和杏仁油的生产销售。当年9月份,他们在彭阳注册了食品加工公司,大规模收购彭阳本地产的核桃和核桃,11月份开始投产。惠泰吉先试制了一些样品,色泽浅黄,味道醇香,这让他有了开拓市场的自信。

为了开拓市场,惠泰吉学了不少关于食用油的专业知识。“核桃仁含有钙、磷、铁等多种微量元素和矿物质,以及胡萝卜素、核黄素等营养物质……”在学习、生产、推销的过程中,农民出身的他,渐渐成为了一个“土专家”。

惠泰吉采取“先卖后付款”的策略,送货上门,商家卖出后,才按量收款。同时,他将目光瞄向餐厅、学校,宣传核桃油和杏仁油的保健功效。适销对路的营销策略和良好的品质,很快帮助他打开了当地市场。目前,他在周边县市的销售点达到50多家,还为不少特产网店供货,产品线上线下销售走俏,每天生产加工2000多公斤食用油。

“自己富不算富,带动大家共同致富才是正路!”惠泰吉的创业,还带动了县内贫困户脱贫致富。这两年,他们采取“公司+合作社+贫困户”的模式,以高于市场价的价格向贫困户收购核桃、杏仁、胡麻等,招纳贫困户到公司培训、务工,共帮助300多户贫困户发展农副业,2016年户均增加收入4800多元。

由于原有两条生产线已经不能满足市场需要,彭阳县工业园区为惠泰吉的公司提供了2000平方米标准工业厂房,扶持他扩大生产规模。“最近准备再上两条生产线,一条生产亚麻籽油,一条生产核桃油和杏仁油。”惠泰吉告诉记者,春节后公司两条生产线已全面投产,就近吸纳了130多名贫困人员务工。



本版编辑 胡文鹏 杨开新 徐达  
联系邮箱 jrbrw@163.com