

农企风采

枸杞之家的坚守与开拓

■本报见习记者 王方

6月初的一天,北京志起未来营销咨询集团董事长李志起像往常一样忙碌着,一个电话打了进来。原来是他新认识不久的德令哈青农业发展有限公司总经理马会萍打来的。马会萍的有机枸杞基地远在青海柴达木盆地,她要咨询的是这些健康优质枸杞的销售事宜。

“家族三代种植”“有机枸杞生产”“走 OTC 渠道的好枸杞”是他们的事业标签,也是马会萍一直从事的工作。李志起为之提供的咨询服务让她对企业的未来发展更有信心。与此同时,她还在紧张地筹备发表一份有关枸杞的健康宣言,为枸杞事业再添一把火。



图片来源:百度图片

高原上坚守有机种植

青海枸杞和宁夏枸杞是“姻亲”。“青海的枸杞产业是由宁夏人发展起来的,他们发现青海的自然环境很适合枸杞生长,枸杞品质不错,产量也大,于是大批人涌入青海。”马会萍告诉《中国科学报》记者。

马会萍说:“我们家族是从宁夏中宁迁过来的,一直跟枸杞打交道。如今,家族三代,百十来号人,远离家乡在青海开拓新的枸杞事业。”他们成立的德令哈青农业发展有限公司是一家专业从事枸杞种植、生产、加工、销售的民营企业。

在青海海西州德令哈市情人湖畔,马会萍家族拥有枸杞种植基地3万亩,年产枸杞4000吨以上。这是全国最大的有机枸杞种植基地、出口基地,也是中国医药物资协会枸杞分会专供基地,其中有一部分种植区是采用欧盟认证质量管控体系的。

“前一任经营者做不下去了,我们在2009年将这块土地从政府那边接手过来,之前就是做有机种植的。”马会萍说,“我们不仅仅接手了这块地,也接手了种植有机枸杞的理念,继续保持当地政府有机种植的传统。”

“当时,家族中我一位四叔的想法与这一观点不谋而合。他很有远见地告诉大家,我们一定要做与众不同的枸杞,品质好是我

们第一位的追求。”马会萍回忆道,“刚开始进行有机种植时也很艰难,坎坎坷坷后我们也坚持了下来。”

世界“四大超净区”之一的青藏高原腹地——柴达木盆地拥有丰富而独特的光、热、水、土资源。年3144小时的光合日照,昼夜温差12摄氏度;远离工业污染,用冰川、雪水浇灌。这里种植出的枸杞皮薄肉厚、籽少味甘,所含人体需要的营养物质和具有调节生理功能的生物活性成分高。

有着这么好的基础,马会萍家族没有“靠天吃饭”,反而更加重视有机枸杞种植基地的科学化管理,采用生态循环农牧业种植方式,草原牛羊粪发酵成有机肥,采用生物病虫害防控体系,不进行土壤消毒,不使用除草剂。枸杞采用 GMP 标准生产,加工不使用硫磺熏制,不添加亚硫酸钠。

家族三代人精耕细作,始终坚守有机枸杞的种植与发展,让安全放心的优质枸杞走向国门,走向世界。他们生产的有机枸杞远销欧洲、非洲、东南亚等多个国家,在国内外市场上建立了稳定的销售渠道。

“很多国内大品牌的枸杞公司用来出口的有机枸杞,也是从我们基地进货的。事实也证明了,从我们基地出去的枸杞没有检测不达标的,也没有退货退货的。”马会萍说。

药店里开拓专属服务

随着德令哈青农业发展有限公司的有机枸杞种植事业越来越红火,马会萍家族又迎来了新的发展难题。“我们逐渐意识到,虽然很多国内外企业都从基地进货,但我们始终是做原料的,永远没有品牌。消费者吃到了好枸杞,却不知道是从哪里来的。”马会萍表示。

“专一枸杞、专供基地、专属服务,是我们提出的有机枸杞种植与发展理念。”马会萍说,“在终端市场,我们从医药渠道做起。”

枸杞是少有的同时具有食品、药品、保健三大功能的药食同源品种,在中医药和饮食中被广泛使用。“通常而言,品质最好的枸杞用来出口,食品、药品市场上的枸杞品质较差。目前,国内市场终端流通的多是亚硫酸钠枸杞。”马会萍表示。

劣币驱逐良币,有的劣质枸杞甚至进入药品正规流通渠道,药品安全风险很大。“除了安全之外,OTC 市场销售枸杞品种也很单一,以低端产品为主,满足不了消费者多元化、品质化的消费需求。”马会萍指出。

为加强枸杞安全、保障群众健康奉献一己之力,“首先当然是从源头保证每一粒枸杞的安全健康,专一枸杞、专供基地。很多医药界人士前往基地参观考察,被我们执着于有机枸杞的精神打动,被有机枸杞本身的质量打动。”马

会萍说。

渐渐地,马会萍家族把枸杞从原料做成成品,再上升至专柜,以整体形象出现在药店中。德令哈枸杞领衔的枸杞品牌以系列化、品质化的形象让消费者眼前一亮,成为百姓能重复消费的健康枸杞。

“基地能提供好枸杞,但经销商不懂枸杞,销售人员不懂也不会卖枸杞,怎么才能把枸杞真正地送到消费者手上?”马会萍说,“为此,我们提供培训、提供服务,立志做专业的枸杞服务商。”

专业培训,为13省药店连锁客户提供专业的枸杞销售经验和终端指导,根据消费者制定差异化产品方案、策划各类销售活动方案,并提供完善的售后服务。销售“五部曲”,重点是泡好样品,同步演示德令哈有机枸杞与其他劣质枸杞的甄别方法,并鼓励试吃。

“我们想告诉大家亚硫酸钠枸杞的危害,也希望联合医药界坚决抵制亚硫酸钠枸杞,共同搭建枸杞安全资源平台。”马会萍说,他们希望医药行业企业以质量求生存,以信誉求发展,不生产、不销售、不使用不合格的枸杞,为人民群众的身心健康和生命安全承担起社会责任,为推动我国枸杞安全事业的发展贡献一份力量。这也是马会萍家族以及枸杞人的共同心愿。

根据投中集团(China Venture)的数据统计,2014年,我国农业行业融资案例数量为14起,环比下降50%;融资规模约10亿美元,较上年明显增长。

从IPO(首次公开发行上市)情况来看,2014年农业行业6家企业实现IPO,而全年IPO总数为126家,农业行业数量占比不足5%。不过,IPO融资总额及平均融资额大幅回升。2014年国内农业行业共涉及13笔IPO退出案例,退出金额创近6年来新高,平均账面回报率3.26倍,较2013年相比有显著的提升。

同时,2014年农业领域并购市场宣布交易案例数量55起,环比下降1.79%,交易规模13.77亿美元,环比上升31.39%。

而截止至2014年底,我国农牧食品行业(含农业、牧业、食品加工、食品制造业、餐饮业等)上市公司数量为138家,占上市公司总数2548家(不含B股)的5.4%。

整体上看,2014年农业行业VC(风险投资)和PE(私募融资)活跃度降低;中国农业领域IPO数量不足IPO总数的5%;农业领域并购市场不够活跃,且农业领域并购市场宣布交易案例数量以及宣布交易案例规模一直处于下降的趋势;同时,农业类上市公司总体数量及比重都严重偏低。

从目前所有的统计数据来看,农业在资本市场上的表现不如预期。那么,在中央一号文件连续12年聚焦“三农”,国家积极出台各种农业税收优惠政策和补贴政策,并大力推进农村土地产权制度改革的利好背景之下,农业在资本市场的表现不如预期的原因何在呢?

这与中国农业企业的特征不无关系。第一,农业生产本身具有季节性和周期性;其次,目前中国农业生产的集约化程度仍较低;再次,目前中国农业企业同质化严重且无序竞争;最后,农业企业的投资回报周期较长,自然风险也较高。

而对于资本来说,它更为青睐的是规模化、特色化和全产业链的农业企业。在全国范围内,规模化、特色化和全产业链的农业企业与资本成功结合的范例也有不少。例如,某新兴互联网食品品牌,以用户极致体验贯穿品牌与消费者沟通的全链条,在2012年获得150万美元A轮融资,2013年获600万B轮融资之后,又于2014年获得1627万美元的投资。

从投资的角度来看,2014年互联网成为私募投资案例最集中的行业,“互联网+”已成为产业发展新常态及资本逐利的新趋向。而以农业为代表的典型的传统行业若想要“触网”,更要有互联网思维。

现在,“互联网+”已经上升为国家战略,对零售、金融、教育、医疗、汽车、能源等传统行业产生了深刻影响,而农业将成为下一个被互联网改造的传统行业。但其尚面临着不少困难,包括:农业市场空间大,但产业相对落后,信息不对称严重;农业存在大规模分散的用户;交易成本高,交易环节较多,且交易可持续性不强。

“互联网+农业”是大势所趋,随着互联网技术对农业的渗透,互联网与农业将逐渐紧密结合起来,将改造传统农业产业链。“互联网+农业”可从信息化、链条化、产业化、平台化等方面进行线上线下一体化建设,实现互补性整合,打造信息平台、物流平台、交易平台和社区平台等四大平台。

(作者系财赋资本董事长,据其在“互联网+新农业商业模式”高级游学班的授课内容整理)

从农业投融资看「互联网+农业」

田广峰

北京志起未来营销咨询集团:中国农业策划“最强大脑”



扫描了解更多

用5实精神做全案服务

实在 / 实际 / 实效 / 实干 / 实战

独创“四轮驱动”全案模式,从战略、品牌到产品、模式,一站式快速解决!
双线并轨,全程参与,提供专业的教练式顾问服务!

战略 品牌 产品 模式

“中国要强,农业必须强!”

北京志起未来营销咨询集团,中国率先专注农业领域的战略创意机构,16年来帮助全国各地超过300家农业龙头企业和地方政府,完成战略规划、模式提升、品牌重塑和产品设计,在农业规划、农业电商、农企战略转型和升级、农业投资、农产品营销、休闲观光农业、文化创意农业等众多领域拥有丰富经验。

在创始人李志起老师带领下,我们首创“智慧+资本”模式,成为中国首家“营销咨询+产业投资”集团型企业,拥有众多合作伙伴和行业资源,是中国农业领域首屈一指的合作平台。



【百瑞源】中国枸杞产业领先品牌继六月红、一顶天后,我的果果问世,战略新品打造硕果累累,志起未来协助开启枸杞产业O2O时代的战略新品电商模式!



【渔米之湘】以产品力突围,著名主持人谢娜代言,正引领休闲渔品牌电商潮流,成为湘湖大地与岳阳楼媲美的又一道亮丽风景。



【金健米业】志起未来战略新品农业模式助力中国粮食第一股“金健米业”淘金全产业链,权威实战专家为企业量身定制解决方案,3个月冲击涨停板!



【沃土天诚】志起未来与东北农业合作社沃土天诚农业集团共同扛起民族农业大旗,成就大品牌。530万亩沃土,6.5万农户社员,用生命为自己代言!



【老子牛坊】志起未来携手河南周家口,打造老子牛坊、老子牛肉饼等一系列让用户尖叫的好产品,战略新品订货会1小时突破1080万。



【汇福粮油】战略新品大农业模式,帮汇福粮油突围中国食用油内忧外患包围圈,跳出死海战,连年入围“中国企业500强”。



【西王集团】中国领先玉米加工厂商从B2B进军B2C,战略新品“西王玉米胚芽油+西王果糖”成就“火箭速度”2011年2月西王食品成功在A股上市。



【四川多多】志起未来携多多生态农业,打造“生态猪肉卓越品牌”,成就千万家餐桌上的美味佳肴。战略新品大农业模式,农业龙头企业拥抱成功的秘诀!

