

铁皮石斛遭爆炒,云南浙江价格天渊之别

■ 本报记者 钟文

又到每年铁皮石斛的采割期,对于指望今年能够卖个好价钱的许多云南种植户来说,这个愿望恐怕又要落空了。

“今年的报价只有每公斤170—200元,有的种植户可能连本都捞不回。”云南红河州一位种植户忧心忡忡地告诉《中国企业报》记者,以往高峰期每公斤都可以卖到上千元。然而,记者调查发现,远在云南千里之外的浙江省,铁皮石斛鲜条每公斤依然需要上千元。

价格一个在天上一个在地下,这是为什么?

利润丰厚,浙商进军云南

铁皮石斛是传统名贵珍稀药材,居“中华九大仙草”之首。中国对铁皮石斛的使用和研究已有2000多年历史,20世纪80年代中期,浙江天台县的“赤脚医生”陈立钻开始进行铁皮石斛人工繁育栽培的试验研究,开启了人工培植铁皮石斛的先河。陈的浙江天皇药业有限公司后来成为国内最大的铁皮石斛企业之一。

进入21世纪,随着生物科技的发展,人工栽培技术的成熟运用,铁皮石斛的产业化进入发展期。浙江省中药材产业协会铁皮石斛分会副秘书长何伯伟告诉《中国企业报》记者,浙江全省铁皮石斛种植基地已从2005年的2000余亩扩大到现在的20000亩,产值从2005年的4亿元上升至今年的35亿元。

浙江铁皮石斛商陈锋(化名)告诉记者,铁皮石斛产业的利润简直可以与鼎盛时期的房地产业相媲美。他说,按照每公斤铁皮石斛鲜条1000元、两年生每亩产鲜条200—300公斤计算,一亩地就可以达到20万—30万元,管理好的铁皮石斛一般可以连续采收4—5年,一亩地的总产值就可以达到100万元以上,而实际上在高峰时期,价格还不止千元一公斤。

由于产品价格高、利润大,许多企业纷纷投入这个产业。精明的浙江商人把目光投向了利于铁皮石斛生长的云南省,使得云南一时成为我国最大的铁皮石斛种植大省。

从2008年开始,仅用3年时间,云南石斛种植就一跃成为全国最大区,涉及云



种植铁皮石斛的高利润来自后期的深加工。云南作为全国石斛第一大产地,至今没有一个像样的品牌产品。

CNS 供图

南全省的大部分州市,仅农业产值就接近50亿元。在红河州,就有几千农户加入到石斛的种植大军中来。

2012年12月,第六届中国石斛产业发展论坛在德宏芒市召开。会上通报,根据当年调查,全国石斛种植面积已经达到8万亩左右,其中云南有石斛4万亩,占据半壁江山。2013年7月,中国中药协会石斛专业委员会统计的数字显示,全国各类石斛种植面积12.56万亩,其中铁皮石斛约7万亩,云南占50%;紫皮石斛约1.5万亩,云南省占95%。

价格下跌,云浙相差数倍

云南红河群鑫石斛种植有限公司的沈先生告诉《中国企业报》记者,这几年铁皮石斛的价格是一路下跌。2009年、2010年高峰期,每公斤在千元以上,达到1200元每公斤,前年降到400多元一公斤,去年只有200多元,今年目前报价低到只有170—180元。还有一个月就可以收割了,估计价格最高也就200元。对于价格大幅波动,他认为,主要是产量高造成的。“物以稀为贵,东西少自然就珍贵,东西多了价格自然就

下降了”。

云南铁皮石斛科技发展有限公司一位工作人员告诉记者,这段时间比去年同期略微涨了一点,鲜条每公斤200元左右,鲜条统货170元每公斤。他表示,春节过后价格可能还会下跌。

“我们这边还涨了一点。”浙江乐清市铁皮石斛产业协会副会长、温州岩圣源铁皮石斛有限公司董事长吴呈勇告诉记者,总体今年价格上涨了10%左右,铁皮石斛鲜条每公斤1000元,仿野生、种植在树上的要6000元一公斤。他说,相对于大棚里面2年生产量300公斤,树上种植的亩产只有100公斤,且三年才能采收。

云南石斛科技发展有限公司一位销售人员告诉记者,他们的价格基本和去年差不多,每公斤鲜条2500元。不过他强调,他们公司铁皮石斛是种在树皮上的。

记者进入一个铁皮石斛的QQ群,群内价格更是五花八门。但基本处于这样一个价格,铁皮石斛鲜条:云南产每公斤180元—260元之间,浙江产的也只要450元左右。

对于云浙价格如此大的差距,多位接受采访者都表示,主要是云南那边产量太大。

吴呈勇告诉记者,云南那边日照长、温度高,铁皮石斛的生长快,产量也高。他曾去过云南的一个铁皮石斛种植基地,高的有将近180厘米,而浙江白昼的温差大,铁皮石斛生长慢,一般也就几寸,高的也就一尺左右。

浙江农林大学教授斯金平告诉记者,中国从古代开始就对中药材讲究道地药材,古代对于药材的种植也有浙江为上、广西为次、广东再次之说,说明浙江是最好的产地。但实际上,从含量成分来说,未必云南的就差。就像我们民间所说的土鸡蛋比普通鸡蛋好,但从蛋白含量来看,未必土鸡蛋就比普通鸡蛋的含量高。他表示,今年的价格还是上涨的,价格下降的大部分还是一些小散户。

无议价权,浙商掌握主动

“他们没有议价权。”斯金平告诉《中国企业报》记者,云南大部分铁皮石斛的种植大户都是浙江人或者是浙江人投资的,而全国80%以上的铁皮石斛的深加工都在浙江,采购的价格权都掌握在浙江人手上。

另外,斯金平认为,价格出现下滑,也

北京传统百货关张调查:旧有销售模式背离新消费习惯

■ 本报记者 郝帅

12月1日,经营9年的华堂商场西直门店关张,这已经是今年华堂商场在北京关闭的第三家门店。同一天,已经有62年历史的老百货会城门商场关闭。数据显示,2014年上半年,主要百货企业共关闭12家门店,同时百货企业的经营状况也不甚理想。

业内人士告诉《中国企业报》记者,无论是数家华堂商场的关闭还是一些传统百货业的关店,都是综合因素造成的,如果说以百货商场为核心吸引消费者形成了之前商圈,那么现在这些商圈正在逐渐转移。

传统百货:关店或将转移

不仅是华堂,近年来传统百货店的经营情况都不乐观。资料显示,除了之前提到过的12家百货门店关闭外,进入下半年,就连传统百货龙头王府井百货集团的湛江店也因经营亏损于7月关店,百盛百货北京东四环店也停业;8月,春天百货青岛店和重庆瑞福的奥特莱斯停业。

12月9日,《中国企业报》记者来到华堂商场亚运村店,该店工作人员告诉记者,上周末该店店庆,为了迎接店庆,还特地进行了装修。

“店庆打折力度大,效果挺不错。上周末顾客非常多,可以用摩肩接踵来形容。”某品牌服装胡姓销售员告诉记者,“平时我们店也比关闭的那几家华堂商场销售要好很多,有多大盈利不好说,起码能自己养活自己。虽然说华堂关了一些店,但也不是所有的销

售都不行。”

上述工作人员告诉记者,她从事该品牌服装销售已经很久了,到过一些商场。从销售额就能看出华堂亚运村店的销售还算说得过去,“我基本工资在两千元左右,别的都是销售绩效,多的时候能拿到六千元左右。在其他一些商场达不到这个水平”。

该商场另一品牌的销售人员也告诉记者,她是从北辰商场来到华堂亚运村店的,相比于北辰,华堂的销售情况要好些。

虽然华堂商场亚运村店销售正常,但其他地点的门店似乎还要继续关闭。该门店某工作人员告诉记者,如果销售不力,华堂商场在北京开门最早的左安门店有可能在明年春关闭。

华堂商场亚运村店工作人员告诉记者,包括之前关闭的西直门店,也能吸引一定的消费者并形成商圈,因为以百货商场为核心的商业并非不可替代,所以以其为中心形成的商圈也就并不牢靠。一旦周边出现同化商业,就有可能转移之前形成的商圈。

而近些年来传统百货业的衰落,与商业项目供应激增也有着密不可分的关系。数据显示,2013年到2015年仅在北京,集中新增商业项目体量约340万平方米,相当于17个西单大悦城。

“西直门店临近动批,左安门店临近大红门批发市场,都出现过商圈转移的情况,甚至有的消费者会在西直门店逛,看好衣服的样子后去动批买类似的。亚运村店的销售之所以比那些关闭的店面好,是因为这里周边没有什么同化的商业项目,而且周边居民

区多,所以消费者到这里来的就相对集中。”上述工作人员表示。

消费习惯:从金字塔到枣核

对于传统零售业企业旗下的百货商场来说,竞争绝不仅仅来源于内部。火爆异常的电商和消费者购物习惯的改变所带来的冲击都是他们不得不面对的难题。

电商对传统零售业的冲击不仅在国内有所体现,在美国,亚马逊一直遭到零售业的同仇敌忾。而据外媒报道,最近在美国上市的阿里巴巴,由于可能取代亚马逊的角色甚至被美国零售业称为头号公敌。电商对零售业的冲击可见一斑。

华堂十里堡总店企划广部部长程宁日前在接受媒体采访时表示,西直门店闭店一部分原因是受来自所处地理位置周边环境竞争影响,“动批比我们建立得早,这两年的变化也较大,刚开始走低端市场,后来商品慢慢变好了。”也有来自电商的压力,很多顾客都是到商场看好东西后,回家在网上买。

“不要说淘宝今年‘双十一’近600亿元的销售额,就是去年‘双十一’当天350亿元的交易额,相当于王府井和百盛2012年全年销售额的总和。时下电商已经凭借品类和价格优势对百货业造成巨大冲击。”盈石集团研究中心总经理张平对此表示。

而电商的冲击仅仅是传统百货业衰落众多原因中的一个。相关业内人士表示,消费者购物习惯的改变,也带来巨大影响。

相关业内人士向记者表示,之前消费者

从高到低形成了一个金字塔形,即高端消费者非常少,中档消费者也不多,大多数人都在低端消费。而从经济的发展,特别是北京这种发达的超大型城市中中等收入人群大大增加,也就使得原来的金字塔型变成了现在的枣核型。其特点是高端消费者和低端消费者都很少而中等消费者最多。

北京商业经济学会秘书长赖阳表示,随着消费者习惯的转变,传统百货在时间和空间上的优势已不存在。目前,百货业的变革已势在必行。而部分公司仍坚持传统的商品销售模式,注定会被淘汰,百货业的关店潮也将持续。

新型商业:体验最受重视

事实上,传统百货业绝不会坐以待毙。自去年以来,包括世茂、王府井、SO-GO、凯德等企业都在调整其在北京的百货门店业态。例如,世茂旗下的百货业态将全部向购物中心转型,北京老牌百货企业也正在尝试转型购物中心,通过压缩传统的零售区域,在新馆中以购物为中心主打租赁模式运营,引进更多休闲娱乐的体验式业态。

在商业领域经营多年的启元道和广告有限公司总经理李鹏在接受《中国企业报》记者采访时表示,纯粹从数字上看,现在的电商对于传统零售业是有优势的,但电商之外的商业项目绝非无路可循。有一样东西是网上购物无法达到的,那就是体验。

“之前以商场为核心形成的商圈已经发生变迁,除了专业化细分市场之外,单纯经

营单纯商场的商业项目日子一般都不好过。”李鹏说,“体验绝不仅仅是购物体验,因为消费者现在的购物习惯已经发生改变,从目的性消费转向非目的性消费。”

李鹏告诉记者,现在的商业项目已经不能以某一个百货商场为核心,它是多个使用功能不同的建筑空间组合而成的建筑群。商业综合体到现在已经发展到第5代,核心概念是购物公园。

李鹏说,以前的消费者有想买的才会去商场,所以零售业大行其道。现在的消费者消费习惯已经发生改变,从统计数据来看,高端消费者更加倾向于去国外购物,这样既能旅游又能购物。越来越多的年轻人更加喜欢网购。那么商业项目要想抢夺市场就要在网购无法提供的体验上下功夫。现在一些商场已经被改造成餐饮、电影院、购物中心、教育、健身等功能集于一身的商业综合体,为消费者提供购物、休闲、娱乐等完整解决方案。要让消费者来这里玩的同时还能消费,这就是购物公园概念和无目的性消费的体现。

12月12日,记者在位于北三环附近的一座商业综合体看到,这里由电影院、超市、多家餐饮店等构成,人群络绎不绝。超市工作人员告诉记者,由于客流充足,像很多电视等大型家电品牌也会在这里落户,即使消费者不会在超市买电视也没有关系,起码能起到展示和宣传作用。

李鹏表示,单纯的商场式零售已经落伍,紧靠这样的方式很难建起商圈。如果死守不变,那么衰落是必然的,跟电商的竞争和挤压无关。