

违约风险掣肘“订单农业”发展步履维艰

■ 本报记者 薛午安

金秋十月,正值大田蔬菜上市旺季,蔬菜的销售和价格愁坏了不少菜农。但在山西天镇县,《中国企业报》记者却看到了另一番景象。“别的地方圆白菜7分钱还不好卖,我们公司种的按保护价1毛7全部上门收,比市场价每斤整整高了1毛钱。订单农业消除了我们卖菜难的烦恼啦!”在地里忙得满头大汗的老赵对记者笑言。

专家指出,近年来,以“先找市场、再抓生产、产销挂钩,以销定产”为特征的我国订单农业得到了蓬勃发展,这种契约化合同化的模式很好地适应了市场需要,有效地解决了农产品生产与销售的脱节问题。不过,记者在调查中也了解到,“订单农业”在推进过程中,也存在着合同违约等乱象,掣肘了这种模式的健康发展。

“公司+合作社+农户”模式促多赢

订单农业有“公司+合作社+农户”等各种不同的产业化经营模式。在产前签订购销合同,以保护价收购农业产品,实实在在地让农民提前吃下“定心丸”,也为农业增产农民增收奠定了基础。

国家现代农业示范区农业改革与建设试点——四川省南充市的统计局相关人士表示,该市全面推广订单生产,使示范区农产品订单率达到近60%。2015年,示范区农业总产值达264亿元,农民人均可支配收入达到1.51万元。

今年年初,山西天镇县鼓励涉农龙头企业与贫困户对接,推广“公司+农户+基地”的合作种植模式,大力发展订单农业。仅博诚蔬菜有限责任公司一家企业,就与贫困户签订了蔬菜种植合同3000亩,水果玉米种植合同5000亩。到目前,仅圆白菜种植今年就为贫困户增收300多万元,成为带动全县农民增收致富的有力支撑。

市场需要什么就种什么。订单农业让农户与企业、消费者建立起了更加紧密的联系,让资本、技术、信息更加有的放矢,也让农民收益稳定、干劲十足。

“这种重点发展定点农业的生产方式,比如消费端可以‘包养’梨树、枣树等,可以直接解决资金问题,避免农



产品过剩无人购买的情况发生,农民还能提前拿到钱。”农村淘宝河北运营经理李艳霞对记者说。

“订单农业对提高农产品交易速度,促进农产品生产的规模化、标准化和品牌化的进一步提升,起着非常重要的作用。通过‘互联网+’订单农业能够提高整个农业经济的发展速度和效率,有效缓解了农产品产销不对称的问题。”北京派得伟业科技发展有限公司智慧农业事业部副总经理王秀徽在接受《中国企业报》记者采访时表示,“相关企业在传统订单、‘互联网+’订单农业、定制农业多种方式相互补充的模式下,针对不同的客户提供不同的解决方案,全面提高了经济效益、社会效益和生态效益。”

违约风险成订单农业发展的主要瓶颈

尽管订单农业是解决农产品产销困境的有效办法,但其中违约、抗农的事件也时有发生,使合同兑现率不足50%,成为制约订单农业发展的重要因素。

专家指出,诚信问题是订单农业

发展面临的主要瓶颈,法制观念不强是订单农业存在问题的深层原因。除冰雹、暴雨等天灾以及行情波动等市场因素造成违约出现的原因之外,“店大欺客”“客大欺店”的两头违约也成为一种“常态”。一方面,当订单中农产品价格远远高于当时市场价时,企业为避免亏损,制造种种借口,拒不履约,给农民带来了严重损失;另一方面,当市场价格高于订单中农产品价格时,农民为了眼前利益,不再履行合同,而是私自销售,使订单成为一纸空文。

订单本身的局限性以及对“订单农业”的认识偏差也是违约的原因之一。据了解,大多数“农业订单”只是农产品购销意向书,通常没有关于违约责任的约定,与正规的经济合同相去甚远,单凭订单本身的约束力和信用度,难以保证最终的兑现。

专家呼吁强化诚信机制

河北省农林科学院副院长王海波指出,订单农业是“诚信农业”,真正要让农业、农产品生产和市场实现较好的对接,就要发展各种农业组织,比如

生产基地、合作社和农企等,从建立长期的合作关系的角度出发,使农民、企业、消费者之间形成稳定的生产、供应、消费系统和产业链。

王海波呼吁,政府应监督农业订单的履行和实施,要把农业订单合同细化,明确各方权利和责任,确保订单农业规范化发展;要大力倡导诚信意识,强化诚信机制,教育和引导农民与企业增强信用意识,自觉履约;要加大财政支农力度,落实相关补贴,健全农业投融资服务体系;发挥保险职能,提升护农能力,使风险防范新措施更有力。

四川南充市的做法值得借鉴。该市发改委的一位工作人员向《中国企业报》记者表示,示范区设立了1000万元企业订单履约风险基金,与中粮集团、汇源果汁、家乐福和沃尔玛等企业建立稳定购销关系,大幅提高了示范区农产品的订单生产比率。

专家指出,任何一种模式的发展,都要充分地考虑现实的市场需求,灵活应用和定制,切不可模式套模式。“订单农业”在实施过程中要不断进行调整和优化,才能走得更远,为农民增收,促农业发展。

汽车快报



江淮小型SUV双雄 携车模精英登陆安徽车展

■ 吴明 本报记者 张晓梅

10月1日,每年一届的安徽车展随着国庆假期正式开启,作为安徽本土车企,江淮汽车凭借在安徽区域的高人气基础,加上第三代瑞风S3、第二代瑞风S2两款全新产品联袂登场以及瑞风S3杯第八届汽车模特大赛总决赛的上演,一举成为了本届车展上最受关注的明星展台。

在本届安徽车展上,最受瞩目的车型无疑是江淮旗下的小型SUV双子星——第三代瑞风S3和第二代瑞风S2。本次是这两款明星车型在上市之后首登车展舞台,成功吸引了现场众多消费者和媒体的关注。

在持续领跑小型SUV销量榜的基础上,第三代瑞风S3全面升级。新增搭载1.6VVT的动力系统,与原有的1.5VVT动力系统形成双动力组合。智能装备是第三代瑞风S3全面超越同级别对手的“杀手锏”。PEPS无匙进入、一键启动、8英寸中控彩色悬浮屏、车联网、智能语音、前后超声波倒车雷达、360°全景影像等高级别市场的前沿配置,均出现在配置清单上,智能化水平比同级别对手足足超前一代,再次体现了快速迭代的引领优势。

为了紧跟车市年轻基因的进化趋势,第二代瑞风S2围绕“颜值范”和“实力派”两个层面进行迭代升级。新增自动头灯+转向辅助照明、四门一键升降防夹、行车记录仪、泊车辅助等智能安全配置。此外,综合全国汽车拉力赛赛场反馈的大数据,第二代瑞风S2还针对性优化了起步阶段CVT标定策略,加速性能大幅提升15%,进一步激发了驾控激情。

本届安徽车展江淮展台举行的瑞风S3杯第八届汽车模特大赛总决赛,也是现场的重头戏。来自全国各地的选手层层淘汰决,最终在本届安徽车展江淮展台上展开最终对决。

全新车型登场加上高水平车模大赛的连番上演,让江淮展台成为本届车展绝对的焦点。新车+精英车模的高颜值也让观众印象深刻。观众赵先生对《中国企业报》记者说:“第三代瑞风S3和第二代瑞风S2上市之后我就很关注这两款车型,今天安徽车展特地来看看,如果适合就打算入手了。没想到还赶上了车模大赛,非常惊喜,这车模跟两款新车搭配起来,感觉颜值更高了。”

“战略2.0”产品供不应求 奇瑞销量节节攀高

■ 本报记者 张晓梅 / 吴明 张晔

“十一”假期,奇瑞汽车迎来产销两旺的火爆局面。由于艾瑞泽5、瑞虎7等“战略2.0”产品供不应求,奇瑞10月份的排产计划达到5.5万辆,创下自2010年以来的月产量新高。产品品质大幅提升,带动产品力和品牌力的节节攀高,引领奇瑞进入“二次腾飞”的新阶段。

奇瑞以消费者体验为核心,不断提升产品“颜值”和“内涵”,打造出一批内外兼修的精品车型。9月20日刚刚上市的“未来派超动感”SUV瑞虎7,上市短短10天内,终端市场有效订单已达14760台。目前,瑞虎7还以日均近1000台订单的惊人态势火爆增长,成为奇瑞近年来订单过万速度最快的车型。另一款今年3月中旬上市的“智能互联中级轿车”艾瑞泽5,连续5个月产销过万,8月销量达13072辆,成为中国品牌轿车的标志性领军产品,在国内轿车市场掀起一股“艾瑞泽旋风”。

“奇瑞订单火爆的关键原因,是因为战略转型后建立了正向开发的新体系,拥有了更成熟的团队、更精细的流程、更严苛的标准,让奇瑞新一代产品得到了更多消费者的认可。”据奇瑞公司总经理助理金弋波介绍,以瑞虎7为例,在造型设计、震动与噪音、操控、行驶舒适性、制动和安全等各方面,拥有全面领先的卓越品质,实现了“性能自主领先,品质超越合资”。

这几年的战略转型中,奇瑞重新梳理了九大运营体系和研发体系,建立起与国际接轨的V字形正向开发流程,为提升质量优化和管理水平、打造高品质产品提供了体系保证。

奇瑞在品质和品牌上的执着追求,得到了市场和权威机构的双重认可。除了销量持续攀高,在日前落幕的全国第38次质量管理小组代表大会上,奇瑞还摘得大会的最高奖项——成果发表“优胜奖”。这是继今年7月份摘得全国机械工业质量“双代会”多项大奖之后,奇瑞又一次获得国家级质量大奖。在9月24日的2016TTA(腾讯汽车盛典)“自主品牌评选颁奖盛典”评选中,奇瑞凭借近年来在正向研发方面的突出成绩,而荣获本次盛典的重磅大奖——“研发成就奖”。



院校合作专项医疗科研基金设立

日前,河南省新乡医学院三叉神经科研合作单位在京揭牌,北京彭胜医院正式成为新乡医学院在三叉神经领域的科研合作伙伴。双方将联手设立彭胜专项科研基金,共建三叉神经领域研究平台,进行课题立项,围绕三叉神经痛的基础病理等课题进行深入研究和广泛探索。据了解,这是我国首例由医疗机构和高等院校联手设立的三叉神经领域科研基金项目。新乡医学院与北京彭胜医院在《合作协议书》中约定,该科研基金共计50万元人民币,面向新乡医学院在编教师就三叉神经痛相关领域研究展开科研项目招标。

走进“鲁能体育+”系列媒体活动第三站在宁举行

9月10日,鲁能集团主办的走进“鲁能体育+”京城媒体品鉴鲁能泰山7号系列活动第三站在南京鲁能泰山7号举行。北京20余位媒体主编出席活动,一同品鉴了南京鲁能泰山7号项目。此活动分为重庆、天津、南京、济南四站,对“鲁能体育+”产品线——鲁能泰山7号的开发理念进行解读与体验。鲁能集团以体育休闲产业链为核心,研发了“让体育走进社区,让运动融入生活”的“体育+”生态共享产品——鲁能泰山7号。首批落地北京、天津、济南、南京、重庆五大城市,打造以“体育社区”为背景的健康人居生活。

2016年中国汽车行业用户满意度测评结果发布

自2002年开始,中国质量协会、全国用户委员会已持续15年组织开展中国汽车行业用户满意度测评(CACSI),并每年定期向社会发布测评结果。2016年CACSI仍以轿车为主,同时包括了城市多功能运动车(SUV)、商务旅行车(MPV)、微型车、新能源汽车等类别,测评对象为2016年销量较大的176个品牌车型,涉及全国50个汽车生产企业、58个汽车品牌,由中质国优测评技术(北京)有限公司组织实施。2016年中国汽车行业用户满意度指数(CACSI)为77分,同比下降2分,创下近八年最低水平,比美国汽车满意度指数(ACSI)低5分。

第七届“孔子儒商奖”颁奖活动举行

9月27日,第33届中国(曲阜)国际孔子文化节开幕之际,2016世界儒商大会暨第七届“孔子儒商奖”颁奖活动在山东济宁隆重举行,十一位海内外企业家荣获丙申年“孔子儒商奖”。首次启动的世界儒商大会,成为推动中华商业文明精髓与世界文明对话的重要平台。本次大会汇聚了来自中国内地、香港、台湾以及美国、日本、新加坡、马来西亚、泰国等国家和地区的商界名流、国学专家、媒体记者以及全国工商联、全国台联、济宁市等有关部门负责人共计300余人,旨在“表彰儒商楷模,交流儒商思想,增进友谊、深化合作”。

E健康交换社区引领健康消费大变革

10月10日,由维码E健康交换社区——维码利得(北京)文化传播有限公司主办的“E健康交换节”新闻发布会在京举行。会上向全社会发出积极倡议,将每年10月10日定为“E健康交换节”。这是国内学者在社会交换领域里一项与社会发展活动紧密结合的学术成果发布,同时“E健康交换节”启动仪式开启以及维码利得交换工程院成立。设立“E健康交换节”,有利于促进变革传统社会交换意识,形成现代社会交换意识。对于构建健康社会、提升健康生产水平、发展健康生产力、改善健康生产关系,具有极其重大的意义。(温森特)

贵州天河潭景区顺利实现国庆开园迎宾

9月27日,由中铁七局承建的贵州天河潭景区提升建设一期工程顺利通过了贵阳市相关领导及业主单位的检阅。经过近一年的提升改造,景区于10月1日以全新面貌开园迎宾。天河潭景区位于贵阳市花溪区,距贵阳市20余公里,集飞瀑、清泉、深潭、奇石、溶洞与天生石桥于一体,总面积15平方公里。该项目按5A标准规划设计,分一、二期建设,一期工程投资10亿元,主要包括贵阳故事街、滨水休闲区、生态水景、园林绿化等。项目建成后,景区日接待量将从8000人提升到15000人,并提供全天候的旅游新体验。(周世平)