

新闻分析 INWENFENXI

一头紫皮蒜的使命 辣了嘴 暖了心

本报记者 高日河

清明不在家,伏夭不在地。说得就是大蒜。

在大青山乡井尔沟紫皮大蒜覆膜栽培(种植)示范二试验田地边,蒜苗已有黄意。井尔沟柳沟的王天亮看着蒜地和我们叨唠说:“再过半个月就起蒜了。”王天河以前种了1亩大蒜,今年他一下子种了2.5亩。“这里的葱、蒜都上羊粪,不化肥,味正,不易烂,再加上人家巧妈妈公司兜底收购,也就敢种了。”

“您年龄这么大,腿又不方便,怎么还下地做苦活呢?”别人这么帮我,我自己也吃那得生在前刨在后哇!”

这是我们冒着午后的酷热在地头见到杨兰桂的对话。

大青山乡庙底村77岁的杨兰桂看见井尔沟村党支部书记刘志保就踏实。刘志保看见贫困户地里齐刷刷的紫皮蒜苗就欣慰。

大青山乡井尔沟村党支部书记、驻村帮扶工作队队长刘志保来带着我们直奔杨兰桂的家,但家里没人。刘志保边打电话边和我们说:“我有村子里一半人的电话。”确定杨兰桂在地里,去田里找他的路上,一位叫张满才的老人也一路陪着我们来到杨兰桂的地边。

见到杨兰桂时,他正蹒跚在自家的蒜地里,说蹒跚,不仅因为他已经年近耄耋,更是因为他的双腿的痛疾。两个膝盖缠着厚厚的塑料布。紫皮蒜种需要5次草,因为前两次草人不大放心,这次老人亲自动手侍弄。刘志保介绍,2014年,杨兰桂因为年龄和身体原因进入低保户,2017年被动调整为建档立卡贫困户的杨兰桂,是因为没有达标,而成为贫困户,现在20平米的危房正在改造。见我们挺疼老人的年龄大,身体有点不利索,为什么还要种大蒜。刘志保说,2014年大蒜产业作为扶贫项目后,村委会征求了老人的想法,老人很有心劲。村委会综合考虑后,多次和老人沟通,商量了专门的帮扶措施,在大蒜种子、浇水安排上,为老人跑前跑后,杨兰桂今年种了七八分的大蒜,能收入5000多元。他指了指身后的张满才说:“他比我大2岁,快80岁,看人家多朴实,人家接替他干活:“所以您也要像人家一样,健康康康活。”张满才老人在2016年已经瘫痪,他种了1.5亩大蒜,1亩葱,如果灌溉和销路没有问题,老人依托产业脱贫就能持续。

这一次地头相见,刘志保再一次把健康扶贫政策告诉杨兰桂,腿疼了,可以去县医院看,零挂号费、零住院押



金。杨兰桂开始还问:“上一次就听说过,真的哇?”后来看到众人恳切的回答,又看自己的腿,咧开嘴笑了:“我就知道政府和帮扶干部们想着我。”

扶贫,聚焦再聚焦,精准再精准,就是要坚持一个问题一个问题解决,一件事情一件事情解决。井尔沟缺乏水源和配套设施,大大限制了大蒜种植面积和产量。2017年刘志保联系市经信委下拨资金7万元,进行农业设施建设,今年继续为扶贫项目再投资6万元。在驻村之前,刘志保担任武川县经贸局书记一职。大青山乡是他曾经工作、生活了25年的革命老区,因为熟悉、热爱这块地方,2015年他主动放弃县城的工作、生活,下到农村。2018年5月8日,在上级领导调研井尔沟时,刘志保汇报了当地情况,并针对路板村水地面积小的实际情况申请了该自然村修建蓄水池和新建节水灌溉设施,工程完工后新增水浇地150亩,所有的新增水浇地将全部用于大蒜种植。经测算每年亩产大蒜4000斤左右(每瓣大蒜30头约1.25公斤),每瓣按内蒙古巧妈妈酿造有限公司保底价20元计算,亩均毛收入为8000元,每亩纯收入可达6000多元。刘志保盘算,按这个计算,村里像杨兰桂这样的低保户,稳定脱贫不成问题。

大青山乡井尔沟村位于武川境内的查干河下游,平均海拔1400多米,属于独特的小盆地气候,种植紫皮大蒜有独特的地理、气候条件。已经有50多年的种植历史。井尔沟紫皮蒜品质独特,耐储存,辛辣度高,含大蒜素物质多,耐病性强。亩产鲜蒜6个月就有异味。但井尔沟紫皮蒜泡10个月也没有异味。村支部书记刘志保告诉我们,井尔沟紫皮蒜种植基本上都是羊粪施肥,这也是井尔沟紫皮蒜产业化形成和逐渐扩大规模的基础保证之一。

2014年,井尔沟开始申报“大蒜种植”扶贫项目,并与内蒙古巧妈妈食品公司签订收购合同。巧妈妈的收购,解决了农户“敢种”的问题,也助推了大蒜产业的顺利实施和可持续。虽然其他地方的大蒜有时低至3.6元/公斤,井尔沟大蒜是一公斤达二三十元,但巧妈妈还是二话不说签了合同。企业的社会责任和企业的担当在整个精准扶贫工程的实施中,彰显并光大。

井尔沟从2014年种植大蒜13.5亩发展到2017年种植73亩,纯收入29万多元。2018年5月5日村委会又与内蒙古巧妈妈食品酿造公司签订3年保底收购贫困户大蒜和扶贫项目资金链接贫困户返利合同,每年返利7.5万元,资金主要用于贫困户、大病和特困人群帮扶。刘志保说:“我们利用‘三到、三到户’扶贫资金每年为每户建档立卡贫困户资助1000元用来发展大蒜种植,激活他们内生动力积极性,加快脱贫致富步伐。”今年,在井尔沟村党支部的带领下,在驻村工作队的推动下,井尔沟大蒜种植面积共达122.1亩,同比增长67.3%。其中9户贫困户种植4.5亩,正常脱贫户30户种植24.1亩。现在,以回村创业大蒜种植专业户王瑞瑞为带头人,“井尔沟大蒜”商标已经审批通过。井尔沟为王瑞瑞投资40万元,一路帮助发展和电商平台建设。一路而来,途中就有“井尔沟紫皮大蒜种植基地”标识的牌子,提醒我们目的地就在前面。

28岁的王瑞瑞和王性是井尔沟村一对年轻夫妻,也都是从大山里走出去的大学生。一次探亲回家,她看到

父母和乡亲们说得紫皮大蒜,她从小就知道家乡的大蒜很辣人,很出名,也了解到政府正在支持推广种植大蒜,如果销路有保障,大蒜种植对村民的致富就有积极意义。深入了解中,她知道武川县巧妈妈酿造公司已经和井尔沟签订了收购合同。王瑞瑞心里不平静了。回到她以前就读的浙江杭州某公司,办理了辞职手续。

2017年,王瑞瑞夫妻开始种植大蒜。种子下地前,师出有名,他们先注册了“武川县县包办大蒜种植专业户”的营业执照,并注册了“井尔沟大蒜”商标,市场和品牌意识,给井尔沟这个大山腹部的山村带来了新的活力。这一年他们种了10亩蒜,纯收入5万元,核算后发现,籽种、肥料、灌溉、劳动力等成本还有压缩的空间。

2018年,他们一方面参加政府和村委会组织的技术培训,一方面向山东订购了地膜进行覆膜种植,让其村民们很是稀罕。开春后,他们分别用传统白地膜、高垄黑地膜进行实验,并且留出一小块地按照传统种植方式经营,通过对比检验自己学到的技术。播种时,加大了植株密度,在6亩土地上种了下去10亩地所需的籽种量,用这种方法提高土地利用率。出苗后,他们观察记录到不同种植方式的蒜苗生长情况——覆膜密植技术下,大蒜植株比未覆膜的数量高一倍,而且出苗率高、生长快、无需施肥;白地膜比黑地膜保湿效果好,植株高。

王瑞瑞这样的新时代农民在尝试新技术种植的同时,也在尝试通过电商平台开拓电商销售渠道,当然,这也是脱贫脱贫、村民致富依托的稳定产业。井尔沟大蒜种植专业合作社将完成这个使命。

井尔沟驻村工作队队长梁松告诉笔者:“基础设施建设,包括水浇地节水灌溉设施的情况下,再加上销售渠道畅通,井尔沟的紫皮大蒜今后会扩大到200亩左右,甚至300亩、500亩。这样,这个产业就彻底成熟了,应该是井尔沟的暖心产业。”

“我对大蒜有感情。”大青山乡井尔沟二道村的张春亮今年69岁,老两口都有病,目前还没有脱贫,他种了1.3亩大蒜,还有亲戚帮他,他没有一点垂头丧气,他兴致勃勃地和我说:“种蒜是个好营生,不累,还有收入,像我这样的岁数最适合了。”

情分和使命,穷人眼里平常的一头蒜,却承载着一方水土的生计和未来。

井尔沟紫皮蒜,是有故事的蒜。

“国庆期间,各大电商平台都在搞促销,出货量很大,我也没得闲,骑着电驴四处忙活。”山西小伙张利明在北京当顺丰快递员,国庆期间正常上班,“干了多年快递,我们这行也在不断升级,比如,现在寄件用户可以在微信公众号上自助下单,方便又环保;隐私面单逐渐普及,收件人电话号码加密,大伙不用再那么担心隐私泄露了。”

快递业又好又快发展是我国消费提质升级的缩影。消费升级的重要动力是从业者不断推陈出新,他们手里掌握了什么样的升级密码?记者进行了走访。

旅游触网,再现新玩法

【镜头】“老王头,中午两人入住,你那儿还有房间没?”初升的朝阳刚挂上窗棂,位于四川广元朝天区马家坝乡的民宿“洞东园”的厨房里早已蒸汽腾腾。“还有客房一间,那我给你留着了。”老板王业先一边回着餐,一边把刚出锅的稀饭、爽口的小菜摆上餐桌,供客人享用。有了“管家”以来,老王就没愁过生意。

“民宿管家”是广元朝天区乡村旅游联盟设立的岗位,到当地旅游的,都可以添加“管家”微信,报上自己的目的地、住宿要求等,“管家”就会帮忙联系或推荐符合条件的民宿,也受理消费者反馈。既能统筹当地旅游资源,也能起到行业监督作用。

“民宿管家”网约导游“指尖微客”……借助移动互联网,旅游领域的新玩法不断涌现。

想自由,但对目的地不熟悉,别怕,提供咨询服务的“微领队”已上线,游客发问,群主解答的“微领队”模式,正成为旅游界的新潮流。

“世界那么大,我想去看看”,没问题,“VR旅游”“AR旅游”带你圆梦,借助地面感应平台等科技工具,游客能体验乘坐直升飞机俯瞰万里长城,在大草原策马奔腾的快乐……

去年,我国接待国内游客达到5.0亿人次,与5年前相比,增长了69%。个性化、科技含量更高的旅游业务不断涌现,生动诠释了旅游领域的“供给侧结构性改革”。

物流方便,宅着也精彩

【镜头】“昨天下的单,今天就到了,螃蟹还都是活的!”国庆黄金周,江西鹰潭信江新区夏辉村夫妇虽然“宅”在家,但天天南湖的美食每天吃不停,“这几天通过电商订购了大闸蟹、潮汕的生蚝,都是隔天就到,这快递速度必须点个赞。”

过节的方式越来越多,既可以出门看世界,也可以惬意“家里蹲”。不论你处于哪种状态,喊出“假期不歇业”口号的物流行业,都随时准备等候消费者的招呼。

比如,人在旅途的,有可能出现种临时状况;自驾游携带车药,泡温泉发现没有拖鞋……一些平台在国庆期间推出“随叫随到”等代跑腿业务,专门应对这种突发状况。

不仅如此,一些外卖平台在假期拓展服务领域,将“送餐”延伸到“送万物”,送药、送菜、送证件……“不能小哥”24小时响应消费者召唤,为方便消费者、扩大消费面提供了有力的支撑。

智慧门店,逛街变新奇

【镜头】从没想到买东西这么有趣。这是国庆期间游客陈亮在北京大柘栏商圈逛完某体育用品店后的感受。这家智慧门店可以让消费者在没有导购的情况下,通过“百指魔镜”等智能设备,了解产品详细信息。同时,系统能够根据顾客的穿搭“读懂你”,并为其挑选适合的单品。

新零售颠覆消费体验,不只发生在北京。在上海,全球最大的星巴克新零售智慧门店成为网红级新零售地标;Lily百货商场率先推出虚拟试衣等功能后,试穿率和成交量双双提升。在杭州,盒马鲜生解百货的线上线下客流峰值接近3万人次,甚至超过雷峰塔的单日游客数。

从遍布大街小巷的新零售智慧门店,到许多城市致力打造的“新零售大街”,智能化、体验式消费风靡全国。今年二季度《中国购物中心发展指数报告》指出,实体商业与电商平台不断深化融合,电商零售企业布局线下门店,刷脸支付、电子标签、智能云货架、AR试衣/试妆等新科技带动消费者全新的体验。

“新零售的兴起折射出中国消费市场的强劲活力和创造力。”中国贸促会研究院国际商务研究中心主任赵萍说,消费供给正逐渐抓住需求越来越个性化和多样化的特点,实行精准营销,让顾客的体验更好。

“十一”黄金周零售和餐饮消费达1.4万亿元

商务部7日发布“十一”黄金周消费数据,10月1日至7日,全国零售和餐饮企业实现销售额1.4万亿元,日均销售额比去年同期增长9.5%。

黄金周期间,商品消费升级势头明显。各地有机食品、金珠宝、超高清电视、智能手机、智能家居用品、汽车等商品销售红火。根据商务部数据,陕西、山西、四川、湖北重点商贸企业销售额同比分别增长12.7%、12%、11.3%和11.1%。上海以举办首届中国国际进口博览会为契机,打响“上海购物”品牌,重点监测企业销售额同比增长10%左右。一些重点监测企业大屏高端电视销量同比增长5倍以上,洗干一体机、净水器、健康空调、智能马桶销量同比增长一至两倍。

餐饮市场红火,大众化、特色化餐饮广受青睐。陕西、江苏、湖北重点监测餐饮业企业营业收入同比增长13.2%、12.6%和12.5%。北京老字号餐饮企业生意火爆,午餐营业额在2月以来,晚餐翻台率甚至达到3次以上,一些企业营业额超过10%。

服务消费亮点纷呈。旅游、看电影、观演出、逛博物馆、泡图书馆等过节方式成为潮流。黄金周4天,全国接待国内游客5.02亿人次,同比增长8.8%,个性化、定制化、高品质旅游产品受到欢迎。前6天,全国实现电影票房171亿元,一批优秀国产电影叫好又叫座,人们纷纷走进影院、博物馆、科技馆、图书馆,陶冶情操,增长见识,开阔眼界。

新兴消费模式蓬勃发展。网络购物、网上订餐、定制旅游、共享民宿、移动支付等新消费模式持续火热。黄金周前6天,一些电商平台交易额同比增长20%以上,一些网络订餐平台订餐数同比增长50%以上。一些短租平台共享民宿预订量同比增长5倍,一些线上旅游平台定制旅游销量增长50%以上。

新零售借黄金周“攻城略地”引爆线下消费新热潮

不到下午四时,位于南京夫子庙地区的一家生鲜超市已是座无虚席。老人们悠闲地扫码选购着“自带芯片”的蔬果,年轻人则坐着购物车来自热火锅的啤酒饮料。数百种新奇的海鲜,河鲜被上“二维码”,从水里到盘中仅需半小时。

在这个黄金周,新零售、新业态异军突起,让低迷了许久的线下消费市场重燃生机。

9月28日,盒马鲜生对外宣布,“十一”期间在北京、广州、深圳、西安、南通、海口等13座城市新增20家门店。

在盒马鲜生南京地区总经理程懿婷看来,在线上消费已是一派红火之际,线下消费必须借“新零售”实现突围。“这种零售平台不同于超市、便利店、餐饮店、菜市场,它更像数据技术驱动的平台,供应链、销售、物流链路完全实行数字化管理,从商品到店、上架、拆货、打包、配送,作业人员通过智能设备识别作业,极大提升了人员、物流和坪效。”

住在“盒区房”的南京市民陈女士对于新零售带来的“生活革命”颇有感触。“每天只要点点手指,就可以搞定一家三口的蔬果食材采购。偶尔赶上澳龙、面包蟹之类的特价食材,还可邀请三五亲友来家里吃顿海鲜大餐。”

同样作为生鲜超市的“超级物种”,

直至晚上八九点依旧日理万机。三两个年轻人开瓶红酒,随手扫码选购着瘦身寿司、鲜切水果,在露天卡座座座闲谈。超市不仅成了“夜生活”的新去处,还带动了整条商场的客流。

业内人士认为,伴随着互联网流量红利的枯竭,业态创新的电商正在走进全新的发展阶段。曾经“野蛮生长”的线上消费市场让线下实体店一度进入“寒冬”,然而随着线上营销成本的高涨,民众消费的日理性化,实体消费渠道正借“智慧”回归。

今年以来,在大数据、人工智能等新技术的推动下,京东、阿里、苏宁等电商巨头纷纷回归奔向新目标——线下新零售。

借黄金周,昔日的电商巨头正加紧“攻城略地”,抢占线下消费先机。在线下门店引入智慧家居体验馆、VR场景……依靠互联网起家的小米,也正在将实体店打通大江南北。

据小米官方消息,目前小米之家及小米授权店数量已超2000家。“十一”期间,小米约有200多家新开业,2000家线下店以旗舰店迎接海量客流。

小米旗舰店的工作人员在接受采访时表示,通过AI技术,每个店铺可以全流程捕捉消费者动向,根据消费者的到



游客涌进南京夫子庙广场。资料图片

店次数、停留时间、购买选择等信息标记客户,通过大数据与线上联动,提高转化率和客单价,并通过实时掌控门店客流及销售状况来提升坪效。

纵观这个新消费驱动下的国庆假期,购物正渐渐变成娱乐方式。新奇的商业模式加速重构线下零售,商店不仅变成“旅游景点”,也成为茶余饭后的休闲去处。

据新华网