

菜价上涨远超订价 个体农户难担风险

“合同菜”优势不再？

□本报记者 白晓 本报通讯员 冯连营 报道

订单充裕,旱涝保收,近年来,“合同菜”俨然成为农民增收的保证。但今年以来,由于菜价持续高涨、农贸市场意识薄弱等因素,“合同菜”已经难显优势。如何维持更稳定的供销关系以及更高的采购价格,成为摆在“合同菜”面前的一道新课题。

一亩地赔了七八百元

今年以来,蔬菜价格不断上涨,但莱西市开发区果佳園村金海源有机蔬菜生产基地的菜农刘志成却怎么也高兴不起来。前不久,他的60多亩生菜球以远低于市场的价格卖给了食品加工企业。

今年50岁的刘志成,在金海源有机蔬菜生产基地租种了240多亩地,为了保证收益,今年上半年,看到生菜球市场收益好,刘志成按照当时的菜价和一家食品加工企业签订了60多亩生菜球的订单种植协议。协议规定,企业按照1元/公斤的价格全部收购。没想到,之后蔬菜价格一路走高,生菜球涨到了3元/公斤,加上今年秋天的涝灾,60多亩生菜球的产量还不到往年的一半,刘志成赔了不少钱。

“合同价定低了,没长好的又有1/3,一亩地赔了七八百块钱,加上生产资料和人力成本,60亩地差不多赔了六七万元。在这个基地,其他蔬菜价格基本都在每公斤两块以上,一般每亩收入最少2000元。”眼看别人种的蔬菜都挣钱,自己辛辛苦苦几个月却赔钱,刘志成心里很不是滋味。刘志成告诉记者,目前正和企业商量补偿的问题:“如果企业不给涨价的话,明年就不打算给企业种了。”

刘志成告诉记者,目前正和企业商量补偿的问题:“如果企业不给涨价的话,明年就不打算给企业种了。”

“合同菜”今年难显优势

据了解,前几年蔬菜价格波动很大,旱涝保收的“合同菜”成为广大菜农的避风港。然而今年随着蔬菜价格不断上涨,“合同菜”的优势却不再明显。记者采访了解到,今年像刘志成一样受累于“合同菜”的菜农不在少数。

问题到底出在哪儿?有关农业人士分析认为,有些“合同菜”的价格规定不是以市场形成的价格为基础,而是以自己企业需求量等各方面的因素来确定的。这样,在蔬菜价格波动不定的情况下,再加之农户的市场意识等综合素质原因,难以确定预期的价格。在此前提下协商定价,农户难免会在利益上受到损失。

青岛晨仁果蔬专业合作社的近千亩合同菜没有受到市场的影响,就是受益于保护价。合作社经理李忠仁告诉记者,签订合同之初他们就与企业约定了最低保护价。以黄秋葵为例,合同规定最低保护价为3.2元/公斤,即使今年市场价低于这个价格,企业仍按保护价收购,这就保证了农户们的收入。

青岛市农委生产指导处处长王亨国表示,菜农跟企业签订合同时应注意保护自己的利益,可在合同中协商最低保护价或者约定菜价与市场的上浮、下浮比例等。在他看来,订单农业仍然是引导和发展的方向。“今年看似赔了,但是当菜都卖不动的时候,合同菜的优势就体现出来了。”王亨国说。

把农民组织起来是方向

不过,与大型合作社不同,中小菜农们在与企业接触的过程中,由于自身规模限制,往往显得“人微言轻”。在采访中,部分菜农表示,之所以不愿发展“合同菜”,就是公司签订的“合同菜”价格太低,一般只有同期市场价格的60%左右。

对此,李忠仁表示,个体农民单打独斗面对市场,始终会被市场牵着鼻子走,只有组织起来才能抵抗市场风险。“价格好,大家抢着种;很快,价格跌了,大家都亏本,也就都不种了;之后,价格又猛涨……反反复复,农民总是滞后于市场一步,所以

总是受伤。”李忠仁告诉记者,单个农户种植蔬菜处于无序种植状态,品种单一,品质较差,效益低下。而大型合作社可以实现种植蔬菜的规模化、专业化、品牌化。与个体农户比,营销能力好的蔬菜合作社田头批发价明显要高,因此,把农民组织起来至关重要。

“在我们合作社,参社菜农形成风险共担、利益均沾的共同体。菜农只管在合作社的技术指导下种好‘合同菜’就能拿到稳定的收入,其余什么事也不用操心。”李忠仁说。



争当“金蓝领”

11月26日,“青岛啤酒第三届职业技能大赛”总决赛举行。历时4个月,经过全国10个区域的层层选拔,本次大赛共吸引了来自青啤全国50多家分公司的5342人争当“金蓝领”,约占青啤生产系统总人数的1/4。

□张欣 张黎 报道

“涨声”一片,家电还能撑多久

□本报记者 白晓 报道

在CPI不断走高,柴米油盐一片涨声中,家电是一个不多见的另类——各类家电不断降价促销。为何家电企业可以在通胀风暴中“独善其身”?成本不断上涨的压力下,家电企业还能坚持多久?

家电卖场“降声一片”

“厂家直补300元”、“全场普降23%”、“买1000送200”……走访岛城家电卖场,标有此类字

眼的促销广告被张贴在了醒目位置上,让人眼花缭乱。

近期难言涨价

为何家电企业可以在通胀风暴中坚持降价?业内人士分析,除技术因素外,有充分竞争的因素,家电行业信息对称,利润率比较透明,因此,激烈的竞争让厂商不敢轻易涨价。

另外,彩电等黑电降价的一个主要原因就是技术更新较快,新产品不断推出,老产品则加速贬值。据了解,彩电新产品的生存周期一般为半年到一年,最多不超过两年就会被新产品所取代。新产

成本上涨压力即将显现

虽然降声一片,但家电企业同样承受着成本上涨所带来的压力。

在原材料价格上涨方面,空调所受影响最为明显。今年以来,有色金属价格持续上涨,铜价从过去的4万元/吨已经飙升到现在的8万元/吨,

这让空调的成本至少上涨了30%。

不仅是空调,多位电视生产企业负责人曾公开表示,彩电的变压器、散热器等要用到铝、铜等有色金属,外壳要以石油为原料,这些原料都涨价了。

品上市后,老产品将被清理,价格自然会下降。家电业资深人士罗清启认为,从宏观层面来说,家电行业面临来自国内外的各方面压力,这使其价格很难上升。今年连续出台的房地产调控,可能导致房地产销售面积下滑,这或许会影响到今后家电的销售,结果必然会在价格上体现出来。

更何况,行业本身还存在着不小的压力,比

此外,在冰箱、洗衣机这些白色家电中常用的塑料和钢板价格一路飙升,成本压力与日俱增。

除原材料价格外,劳动力、运营成本也在上涨。国美空调产品的销售人员向记者透露,人力、仓储、运输等这些附加成本至少上涨了20%。特别是空调这类特殊产品还需要大量送货、安装人员,成本压力就更为明显。

家电生产成本的上涨为何没有在价格上体

仅为1499元。除此之外,水洗产品的降价促销活动则更为繁多,让利幅度高达40%。一家家电卖场负责人说,他们已联合众多知名家电厂家,将向消费者让利800万元,打响反季节销售攻势。

除了反季节家电产品价格和促销活动有所调整外,12月1日起,国家将对电视机、微波炉等产品实施能效标准,届时不能达标产品将被禁止生产和销售,为此,旧款产品的特惠销售也进入最后高潮。

如,不久前工信部、中国电子视像协会等联合发布的今年前三季度中国彩电业盘点数据显示,彩电企业面临较大存货压力,预计今年彩电库存将达500万—600万台,高出正常库存1.5倍水平。

业内预测,家电行业的这些特性很可能决定,在这轮涨价潮中,家电继续扮演“另类”的角色。

现?青岛东翔电器有限公司经理曲雪生告诉记者,之所以原材料的涨价还没有立即体现在售价上,主要原因是厂家对原材料通常都是提前进行期货采购,到生产成品通常有个3个月至半年的周期。“最近的上游涨价对现在已经进入家电卖场的成品并未有太大影响。但是,这些因素的涨价肯定将体现在以后生产的产品或是新产品上。”

海关加工贸易

推新政

□记者 白晓

通讯员 郭欣 报道

本报讯 为适应加工贸易形势的变化,规范加贸有关业务,海关总署近日对在执行的加工贸易监管办法做出部分修改,修改内容涉及保税货物存放、外发加工、保税与非保税料件串换等业务。新政将于12月5日起施行。

记者从大港海关了解到,此次增加了“加工贸易货物与非加工贸易货物应当分开管理。加工贸易货物应当存放在经海关备案的场所,实行专料专放。企业变更加工贸易货物存放场所的,应当经海关批准”;“对外发加工业务跨关区,全部工序外发以及外发加工后的货物不运回情况拟征收相当于外发加工货物应缴税款金额的保证金或银行保函”;“加工贸易货物应当专料专用”等多项新政。较先前规定,新政就加工贸易专料专放及专料专用问题,外发加工征收保证金做了更详细的规定,并以法规条款形式加以明确,对加工贸易企业物料管理要求更为严格,同时提高了部分外发加工业务的门槛。

日前,大港海关正积极做好加贸新政的前期宣传和解释工作,帮助和指导企业在新政施行前提前采取应对措施,同时海关也提醒加工贸易企业应及时了解新政内容,就目前企业管理中存在的不足及时整改,避免出现违规行为。

金王集团再次收购

美国油田

□记者 梁旭日 报道

本报讯 在去年首次收购美国两块油田之后,世界知名的蜡烛制造商青岛金王集团最近再次出手,总投资约2亿美元,收购一处占地约50平方公里的美国油田。

据了解,青岛金王集团本次所购油田名为福洛布拉非油田,位于美国德克萨斯州,占地约50平方公里,曾是德克萨斯州大型油气田,不过2008年以来没有新的勘探开发投入。

目前,青岛金王集团已与福洛布拉非油田的拥有者签订初步购买意向,正在进行各项材料申报准备工作,计划在明年第一季度末之前完成美国政府及中国政府的各项审批,明年4月—5月完成油田资产及运营管理交接。

业内人士分析,在蜡烛产品原材料价格上涨背景下,收购美国油田,可以说是青岛金王集团开拓上游能源领域的重要举措。

容声推出

五天才用1度电

冰箱

□记者 白晓 报道

本报讯 11月22日,容声宣布其最新推出的日耗电量为0.22度的节能明星冰箱技术成果通过专家鉴定。据了解,该产品比新能效国标的一级能效水平高60%,比欧洲最高的能效级别A+++产品还要省电33.5%,成为目前全球冰箱行业中最节能的产品。

据了解,过去近10年来,容声一直是全球冰箱节能技术创新的领跑者;曾连续六次刷新最低日耗电量的世界纪录。早在2003年联合国UNDP、全球环境基金GEF与国家环保总局共同设立的“节能明星冰箱大奖”招标项目中,容声推出的第一代节能明星系列冰箱单日耗电量仅0.42度,能效水平在国内外所有冰箱品牌中遥遥领先,独家中标。随后,容声先后推出第二、三代节能明星冰箱,节能水平连破纪录。2007年推出日用电量为0.28度的第四代节能明星冰箱,2009年推出了日耗电量0.25度的第五代节能明星冰箱。现在,容声又推出日耗电量仅0.22度的冰箱,每一次均刷新了由自己保持的最低日耗电量世界纪录。

高交会完美谢幕

近日,历时6天的第十二届中国国际高新技术成果交易会在深圳会展中心圆满落幕。本届高交会吸引了来自49个国家和地区的106个代表团、2775家参展商,参观人数达到52.5万人次。

本届高交会进一步向“国际化、市场化、专业化”的世

阿里斯顿健康型热水器成环保宠儿

界第一科技展标准迈进,节能低碳是本届高交会的重要主题,展出的新材料、新能源技术产品也开始深入生活,市民从这里发现日常衣食住行皆可“低碳”。据相关负责人介绍,本次展会亮相的产品大都具有低碳、环保节能等特性,这也为企业建设节能、绿色生产线指明了方

向,其中阿里斯顿最新展示的UV杀菌健康型热水器吸引众多市民目光,阿里斯顿集团首次将“UV杀菌”技术融入电热水器领域,结合物理抑菌系统能够杀灭99%的真菌病毒,实现完美洗浴,着实让不少市民叫绝,成为高交会亮点之一。

天语手机领衔校园时尚

2010年天语赞助的全新改版的《声震八方》,将发掘奇才的目标锁定高校学子,节目环节中融入“游戏”元素,将游戏与唱歌紧密结合,把挑战寓于娱乐之中。

北京天宇朗通通信设备股份有限公司自成立以来,凭借精准的市场预

测,强大的研发实力、快速高效的集成整合、完备的售后网络、独特的商业模式,被誉为中国最具成长潜力的手机品牌。随着3G到来,天语手机正全力、全面研发生产最适合中国消费者的3G产品,深刻理解中国消费者需求,积极贡献天语手机价值。

列,传统文化事业的发展就更加有力。作为首届学京赛的赞助企业,连天红营销公司总经理张剑钊表示,连天红一直凭着过硬的产品质量和独特的销售理念赢得广大消费者的支持和青睐,抱着“取之社会,用之社会”的想法,始终坚持“分享”和“回馈”的双赢理念。连天红作为中式家具文化的传承者,为培育民族文化艺术这棵大树“买单”、发扬和推广中国传统文化是连天红应尽的责任,首届学京赛的成功举办也更加坚定了人们对于京剧艺术和传统文化未来之路的信心。

连天红杯“学京赛”圆满落幕

大赛,在我国尚属首次。担负了弘扬民族文化、振兴京剧艺术,关注戏曲人才培养和保证京剧事业可持续发展的重要使命,《连天红杯学京赛》是由央视继“青京赛”之后打造的专业级大型赛事。

举办以戏曲院校学生为对象的全国性电视

对于连天红对首届学京赛的倾情支持,央视节目制作组和大赛评委都表示了赞赏。随着我国国民经济的发展和壮大,京剧界戏曲前辈呼吁应该有更多如连天红般热心民族文化事业传承的企业来积极地投入赞助支持民族文化行

11月21日,由“连天红”独家冠名的《中央电视台连天红杯首届全国戏曲院校京剧学生电视大赛》(简称学京赛)在中央电视台举办了盛大的颁奖典礼,由中央电视台戏曲频道进行全程直播。央视节目组特邀著名主持人孙小梅加盟同张哲、任鲁豫一同主持此次颁奖晚会,良好的默契与极富节奏性的主持为整场晚会拉开了完美的序幕。

此次学京赛颁奖晚会共颁发了优秀表演奖、绿叶奖、集体绿叶奖、特色奖、组织奖、园丁奖、铜奖、银奖、金奖9项大奖,现场得