

琼中玺对村“养殖＋种植”模式将竹狸与竹林资源融合利用

# 小小竹狸养得省心卖价不低

■ 见习记者 郭畅  
本报记者 刘贡 通讯员 王丽娟

穿过乘坡河上一座漫水桥，琼中黎族苗族自治县和平镇玺对村宁海构成的翠绿屏廊赫然出现在眼前。虽已立秋，竹子还是扶摇直上，青翠欲滴。竹子是玺对村大力推广的扶贫养殖产品，也是竹狸最喜爱的食物。该村之所以选择养殖竹狸，除了竹资源丰富，还有错开其他养殖产品上市高峰等因素。

## 仿野生养殖前景广阔

“这些竹子是父辈就开始种的，起初因为长得太高，挡住了槟榔树生长的光线，计划全部砍掉，现在村里合作社搞起了竹狸特色养殖，竹子不用砍了，都可以用来喂竹狸。”养竹狸能手、

玺对村竹狸养殖专业合作社成员陈师泉说：“养竹狸成本低，卖价高，给全村人的致富都带来了希望。”

8月9日，记者看到玺对村竹狸养殖专业合作社养殖的竹狸，毛茸茸、胖乎乎，浑身呈灰色，三两只住在一个隔间里，或蜷缩在一角睡觉，或“唧唧”叫唤，或用力啃竹子磨牙。隔间是由瓷砖砌成，其中一侧由人工专门钻了一排通风孔，地底用水泥浇筑，防止竹狸打洞逃跑。陈师泉说，竹狸很爱干净，通风孔也是竹狸把吃剩的竹渣等垃圾推出去的出口。

玺对驻村第一书记石乐光说，这种仿野生养殖的产品，别看个头小，卖价却不低。他介绍，人工驯养的竹狸自上世纪90年代开始，它们吃生竹子杆茎，肉质细腻精瘦，味极鲜美，营养价值高，属低脂肪、低胆固醇的肉类产品，深受国内消费者喜爱，养殖市场前景广阔。

## 每只竹狸能卖300多元

“竹狸又叫竹鼠，主食为竹子，平时也会搭配一些玉米秆、甘蔗，怀孕的竹狸我们还会给她喂少量米糠。”合作社的陈金香说起养殖技术便滔滔不绝：“一只母狸每胎可产幼鼠2到6只，每年有3到4胎，竹鼠养殖一年即可出栏，每只3至4斤的成年竹鼠，按目前市场价每斤100元计算，每只竹鼠能有300多元的收入。关键是养竹狸不费心，按时给它们修剪牙齿就可以，合作社每天有人轮流值班，养殖竹狸还很节约人力。”

石乐光介绍，合作社目前发展社员11户，其中建档立卡贫困户6对，接下来，省委办公厅扶贫队还将加大扶持力度，扩建狸舍120平方米，引进

竹狸种苗250对。“村里一对老人养了400只竹狸，每年可以挣10万块，也不愁销路，从哪里采购的竹狸，就到哪里回购，我们和外省的竹狸养殖公司签订了回购协议，一斤竹狸最少卖80元。”石乐光说。

再容易养殖，也需要精心照料。牙长了要及时剪牙；竹子不能有黑点，也不宜太湿；甘蔗不能有红点；狸舍的温度不能过冷过热。

## 寻求网络平台新销路

驻村干部常英伟认为，虽然前期购买种狸需要投入大量资金，但是合作社毅然决然选择引进竹狸这一品种，最看重的就是可以错开与黑猪、山羊、鸡、鸭、鹅等传统扶贫养殖品种一起上市的高峰期。

“当集体上市时价格会受到市场

影响，扶贫对象养殖的积极性就会受挫。”常英伟认为，竹狸市场目前供不应求，前景广阔，玺对村要全力发展竹狸养殖业。

通过玺对竹狸养殖专业合作社成员的积极带动，越来越多的村民愿意加入到养殖竹狸的行列中来，接下来，玺对村还积极寻求网络平台打开竹狸新销路。

琼中扶贫路上提出“主动调整扶贫产业结构，也就是拓宽农民增收渠道”，玺对村先行先试，玺对“养殖＋种植”模式让竹狸仿野生养殖和大量竹林资源实现了融合利用。

针对未来大量竹林会占用林地这一问题，玺对村党支部书记王大标表示，还将引进牧草等新品种，用草料喂养竹狸，促进竹狸特色养殖产业链的可持续发展。

（本报营根8月10日电）

## 海口商圈格局日趋成熟

近日，在海口观澜湖新城商业中心，部分店面已经开始营业，吸引了众多顾客的光临。

目前海口周边东西南北的新商圈不断扩大，老商圈、老品牌也在不断做大做强。海口在海秀商圈、解放路商圈、国贸商圈、金茂商圈、秀英商圈五大传统商圈基础上，正在着力打造五大商业中心，包括西海岸、海秀路、大英山、白水塘、观澜湖新城商业中心，将为市民营造更好的消费体验。

本报记者 陈元才  
实习生 陈若龙 摄



## 海南黎(南)药分析测试中心成立

本报海口8月10日讯（记者况昌勋）近日，海南黎（南）药分析测试中心成立，拥有沉香、降香、砂仁等药材检验检测能力，可辨真伪、评优劣。

据悉，该中心研究出特征物质测定、浸出物测定等多种方法对沉香、海南黄花梨、砂仁等南药进行真假、质量鉴别。中国热带农业科学院热带生物技术研究所副所长、研究员戴好富认为，这对海南黄花梨、沉香等黎（南）药产业实现健康可持续发展具有重要意义。

# 上半年我省保险业保费收入逾75亿元 逾5万人受益大病保险

本报海口8月10日讯（记者杨艺华 通讯员胡文捷）记者今天从省保监局获悉，今年上半年，全省各保险业实现保费收入75.08亿元，同比增长23.52%，提供风险保障3.37万亿元，同比增长62.08%。保险业在开辟险服务新领域、完善社会保障方面也发挥了积极作用。

据统计，1—6月，全省实现保费收入75.08亿元，其中财产险公司实现保费收入25.29亿元，同比增长8.85%；人身险公司实现保费收入49.8亿元，同比增长32.59%。全省保险赔款和给付支出23.37亿元，同比增长31.36%，其中财产险公司赔付支出12.01亿元，同比增长4.22%；人身险公司赔付支出11.36亿元，同

比增长81.29%。

今年上半年，我省积极开辟农险服务新领域，稳步推进槟榔价格指数保险和水产养殖保险试点。商业性荔枝价格指数保险试点启动一周内为29名农户的1.9万亩荔枝种植地提供保险保障7446.44万元，蔬菜价格指数保险为228亩的蔬菜种植地提供55万元的风险

保障。

完善社会保障方面，截至7月5日，大病保险累计追溯赔付33418.69万元，55146人受益，完成赔付金额进度96.51%，赔付人次进度93.05%。其中城镇居民医保累计赔付8324.54万元，赔付人数12887人；新农合累计赔付25094.15万元，赔付人数42259人。

本报石碌8月10日电（记者邓海宁 通讯员杨耀科 胡祖凤）近日，昌江黎族自治县召开种桑养蚕工作推进会，会议透露，到2016年底将确保昌江扶持农民种桑养蚕规模达到1万亩。

据了解，发展桑蚕业是昌江调整优化农业产业结构、培育新型支柱产业的重要举措，也是促进农民增收的重大农业项目。昌江于2014年下半年启动发展桑蚕业试点工作，计划到2016年底扶持农民种桑养蚕规模达到1万亩。截至目前，已在石碌、七叉、十月田、红林农场等地种桑6200多亩，全县种桑农户702户，平均每户种桑近9亩。蚕房建设方面，全县建设小蚕共育室4处2700多平方米，共育小蚕3300多张，建成大蚕房423间。

# 恒大上调销售目标至3000亿 完成目标几无悬念

## 多地热销 掀销售热潮

8月9日，恒大（HK.3333）发布公告，将2016年销售目标上调至3000亿（人民币，下同），较原目标2000亿大增50%，较2015年2013.4亿实际销售额大幅提升49%。

数据显示，恒大前七月实现销售1847.9亿，同比增82.6%，完成年初制定的2000亿目标92.4%。恒大历年业绩显示，其连年超额完成目标。故分析认为，恒大完成上调后3000亿目标应无悬念，将实现49%的年增长，意味着中国将出现年销售超3000亿的房企。

今年前七个月，恒大各地项目持续热销，屡创恒大楼市销售纪录。

7月多个项目入市，在全国掀起销售热潮，一举创下了单月销售430亿的行业历史纪录。其中30日、31日多盘齐开，首日即销售超80亿，包括海上威尼斯开盘当天销售额达28.3亿，北京滨河左岸开盘销售23亿，兰州恒大翡翠华庭、许昌恒大翡翠华庭、长春恒大净月公馆三项目开盘当天共销售18亿等。恒大7月实现销售430.1亿，同比增205%，创恒大单月销售历史纪录。

数据显示，恒大旗下项目今年持续热销，哈尔滨恒大盛和世纪、西安恒大翡翠华庭、衡水恒大绿洲、天津恒大帝景等开盘即售罄，创下多项楼市纪录。

另外，大量优质项目陆续入市，去年，恒大并购新世界、华人置业等港资巨头收购15个超大型项目，总建面超1700万m<sup>2</sup>；海花岛继

去年开盘大卖，今年持续热销；深圳拥有20个项目潜力巨大，总建面1179.2万m<sup>2</sup>。

## 产品契合市场 逆市热销有道理

有分析认为，在市场持续盘整的形势下，恒大业绩持续攀升，并大幅上调目标，体现了其强大的功底。

行业分化、竞争加剧，恒大以过硬的产品品质、强大的成本控制、准确的产品定位、大规模快速开发等竞争优势，保持了业绩持续增长。另外，作为全国少有的全精装修交楼，也是一家向老百姓宣布无理由退房的企业，恒大实施精品战略提升打造品质的能力，并通过标准化管理严控成本，保证了产品的高品质、高性价比，是其完成3000亿目标的信心所在。

首先其定位为刚需，产品定位于满足首次置业者和自住的刚性需求，中高端中高端产品占85%，高端及旅游度假产品占15%，产品结构合理，与市场需求比例吻合，满足了不同地区、不同层次的市场需求。

其次精装、工程、园林、配套等方面高品质明显。全精装修交楼方面，恒大是全国少数全部精装修交楼的

企业，装修单位均为行业精英，所用材料均为国内外知名品牌。实现拎包入住方面，恒大与国内知名品牌家居企业建立合作联盟，业主在购买恒大楼盘后，可享受家具定制实现拎包入住。工程质量方面，苛刻的6000多条工艺标准保证工程质量，施工单位必须至少为全国前十强单位。内控管理方面，在设计、施工等房地产开发链条上严格实施标准化管理，打造“环节精品”。园林环境方面，按豪宅标准为普通住宅项目设计园林环境，将社区园林打造成健康的生态系统。配套设施方面，配套先行，实行项目首期住宅与整体配套同期交付使用，并优先商住分离，提升商业价值和住宅品质。

再次，无理由退房推动其业绩高速增长，市场研究报告显示，恒大自去年实施“无理由退房”以来，成效显著，客户来访量、成交转化量等均有提升，今年3月恒大举行无理由退房一周年活动发布会后，其全国多个项目的销售再度出现爆发性增长。

值得一提的是，通过强大的成本控制能力，尤其是采用“全球统一采购，全国统一配送”的模式，确保产品品质，又有效控制成本，确保产品高性价比。

## 连年30%以上增长 销售额7年或增10倍

研究发现，在经济下行压力较大，市场分化加剧的形势下，恒大上市以来连年实现高速增长，将实现销售额7年增10倍。

09年销售303亿、10年504亿、11年804亿、12年923亿、13年1004亿、14年1315亿、15年2013亿。今年前7月即销售1847.9亿，全年将实现销售3000亿，是09年的10倍。以上数据分析看出，恒大销售额保持30%以上的增长。

另一组数据梳理发现，恒大从2009年开始连年超额完成销售目标。2009年至2015年目标完成率分别为101%、126%、115%、115%、100.4%、120%、111.9%。此外，各核心指标也保持连年健康快速增长：总资产从631亿增至7570亿，净利润从11.2亿增至173.4亿，营业额从57亿增至1331.3亿。

## 跻身世界500强 龙头房企地位凸显

业内指出，恒大已进入《财富》2016世界500强，位列中国500强43位，3000亿的新销售目标完成将推动其营收继续创新高，预计其未来在世

界500强的排名将大幅提升。

值得一提的是，国内权威研究机构克而瑞发布最新市场研究简报，恒大在2016年1—7月的权益销售排行榜中，以1755.5亿元名列前茅。权益销售额是房企按项目持股比例应占的销售额。近年来，房企合作开发项目越来越多，但部分房企在统计销售额时并未剔除非权益部分，未能真实反映其实际销售额。行业普遍认为，权益销售额是销售业绩最真实的反映，更客观显示房企真正的实力，恒大权益销售额位居前列，揭示了行业新格局。

与恒大持续热销相对，国内楼市仍处于盘整期，中原地产监测数据显示，7月54个重点城市商品住宅成交量创5个月最低，环比下降8.77%；中国指数研究院的数据则显示，7月主要监测城市的成交面积环比下跌5.98%，超七成城市环比下降。

另悉，7月13日，《财富》还曾发布2016年中国500强排行榜，恒大排名第43位，较去年上升4位，继续保持逐年上升的态势。

恒大3000亿销售目标的实现，将进一步明晰千亿级房企的“座次”，其作为业绩增长显著的房企，行业地位凸显。

（赵亮）