

# 上市20元一斤仍供不应求

## 澄迈福橙缘何结出“金果子”？

■ 本报记者 李佳飞  
特约记者 陈超 通讯员 宋祥达

“一斤20元,还常常抢不到!凭什么?”近日,澄迈福橙上市,吊足了消费者的胃口,海口市民陈先生这样感慨道。

陈先生知道,普通橙子一斤也就3—4元,最好的能卖到8元左右,但澄迈福橙价格却堪比市场猪肉价。

那么,究竟为何澄迈福橙高价供不应求?

### 种植户愁产量不愁销路

日前,记者来到澄迈福橙的主产地——澄迈县福山镇,走进种植户吴先忠的家,一缕福橙的清香扑鼻而来,打包橙子的纸箱堆得像小山一样。每年的12月份,他都忙得焦头烂额。只是,让他焦虑的不是橙价,而是无法满

足的市场。“福橙品质好,牌子也很响亮,这些年来我们只愁产量,不愁销路。”吴先忠说。

今年67岁的吴先忠,是福橙老种植户,如今是澄迈福橙产销协会会长。他的话没错:在福山,靠种福橙发家致富的例子多不胜数,少则一年利润几万元,多则一个月就能赚近百万元,原本种植其他作物的农户也纷纷改种福橙。

### 标准化种植门槛高

不过,正宗的福橙可没那么好种。

“技术含量高,很难管!”来自广西的小伙子陈云在福山租了50亩地,3年前开始种植福橙,今年第一年挂果,由于种植技术不过关,他今年的橙子达不到福橙标准,口感、品相稍次,因此不能统一打包装箱销售。即使这样,

慕名前来进园采摘的游客,还是以15元一斤的价格将鲜果散装带走。

“好的果园,果农是舍不得让游客采的,因为每个果子都很珍贵!”澄迈福橙研究所所长金忠泽说,“澄迈福橙”是从广东引进的红江橙,在澄迈的富硒土壤上经多年培育、改良、逐步选育而成。2008年,为打造品牌,澄迈申请注册“澄迈福橙”商标,制定3项地方标准,并投资设立了澄迈福橙科学研究所,专门负责培育无病种苗、选育优良品种,推广澄迈福橙标准化种植技术。

也就是说,正宗福橙从种苗培育,到田间管理、鲜果验收,都有着统一严格的标准,贴有福橙商标出售的果子必须是色泽金黄、皮薄汁多、酸甜适度、口感爽滑并且富含健康微量元素的。

在金忠泽就职的澄迈福橙科学研究所,2亩福橙母本园、5亩福橙采穗

圃,都用防虫网大棚严密地遮罩着,里面是被精心呵护的98棵母本树和用来培育无病毒健康芽条的橙树。来自中科院柑橘研究所、华南农业大学、华中农业大学、台湾大学等权威专家经常来此指导栽培技术。有专家曾说,像澄迈这样由地方政府投入专门设立基层研究所的做法,在全国都不多见,“难怪福橙的品质一直得到市场高度认可”。

除了研究所的试验园区,澄迈还在各乡镇设有10个福橙种植示范基地,总面积约2000亩,辐射带动澄迈福橙的标准化种植。

### 品牌营销叫响市场

而在澄迈县委、县政府组织或参与的各类农产品宣传推介场合,澄迈福橙都是不可或缺的重要角色。

2007年以来,“澄迈福橙”先后被国家有关部门评为“中国十大名橙”“中国国宴特供果品”“全国最具特色产品”,澄迈县被授予“中国福橙之乡”。今年,澄迈福橙还获得了农业部“农产品地理标志”登记,并荣获第十四届中国国际农产品交易会金奖。

自打响了品牌,澄迈福橙就成了种植大户的“摇钱树”。吴先忠说,10年前,他要自己把橙子拉到海口卖,才不到一元一斤,而现在,每到收获的季节,他只要打开手机,要货的电话就一个接一个进来,今年开园价是15元一斤,后来涨到20元,但还是挡不住纷繁而来的订单,“坐在家里打包就行,不出家门橙子就卖完了!”

有趣的是,不仅福橙紧俏,一些当地的橙子也受欢迎,部分从外地进入的橙子,在福橙上市期间,其价格也跟着翻了番。 (本报金江1月3日电)

## 三亚第二家 公益性平价市场营业 周边6万市民受益

本报三亚1月3日电 (记者黄媛艳)三亚市民购买平价菜又多了一个新场所。今天,三亚市平价蔬菜产销联盟承办的第二家“市政府公益性平价市场”在该市海螺一路开业,周边近6万市民可以在家附近购买到新鲜的肉蛋菜。

今天开业的平价市场吸引众多市民的光顾,120多种水果、肉、蛋和蔬菜琳琅满目,其价格比市场同类品种便宜近50%。目前,平价市场建设及运营采取市场化运作,由平价蔬菜产销联盟成员投资和经营,采取“公司化经营,一站式服务,统一结算,明码实价”模式,1200平方米的经营面积内主要销售蔬菜、肉、蛋、禽、鱼、粮、油等生活必需品,对市政府保基本的15种蔬菜品种实行统一调控。

“除了蔬菜产销对接确保菜品品质和平价外,市场也特别设立扶贫摊点,贫困户生产的农产品可以免费进场销售。”三亚市物价局副局长陈金波透露,三亚第三、第四家“市政府公益性平价市场”力争今年春节前投入运营,第五家、第六家“市政府公益性平价市场”也在抓紧建设中。

据悉,为防止菜价出现“过山车”的现象,三亚已建立长效机制,出台了26项稳定菜价的具体措施,制定6个推进蔬菜保供稳价的可操作性文件。据不完全统计,去年11月三亚保基本的15种蔬菜品种比同年春节期间低54.6%,比去年同期低19.7%。

### 电信助力乡村发展互联网+

## 文昌逾九成行政村 有了光纤覆盖

本报文城1月3日电 (记者刘梦晓)“连上WiFi之后,我们上网就方便了许多。”在文昌市文教镇嘉美村王春梅的家里,王春梅正使用着近日刚安装好的电信WiFi体验上网。

该村驻村第一书记黄德乐认为,有了WiFi,村民们不仅上网快,也为村里的“互联网+”产业发展打下良好基础。正是因为电信光纤宽带入村、使用电信电视等,让村民们能了解外界的发展,电信电视还能回放,让村干部、贫困户更了解扶贫政策,掌握扶贫技能。未来,村里计划运用电信的硬件条件,把村里的农产品通过电商、微商销售。

据了解,截至2016年11月30日,文昌市中国电信全光网建设的各项任务已全部达标:城区、商务楼宇光纤覆盖率达到100%,行政村光纤覆盖率91%;光纤宽带端口占比84.5%;光纤宽带用户占比80.4%,其中光纤宽带百兆用户占比达到了60%。



### 临高加来4万亩 辣椒畅销岛外

日前,临高县加来农场工人正在收购点筛选优质圆椒装箱,当晚过海运销到兰州。

据介绍,临高县加来农场所属8个冬季瓜菜种植作业区,今年种植圆椒、尖椒等多个品种近4万亩。产品销往北京、湖南等十几个省份和地区。去年辣椒产值近两亿元,今年椒农在田间管理上下足了功夫,如果按目前的价格每市斤2元至3元持续销售,产值将超两亿元。

本报记者 苏晓杰 特约记者 吴孝俊 摄

## 海南金海浆纸获 中国林业产业 突出贡献奖

本报海口1月3日讯 (通讯员谢文广)日前,由国家林业局、中国农林水利气象工会全国委员会公布的《关于表彰第三届“中国林业产业突出贡献奖、创新奖”获得者的决定》,授予海南金海浆纸等单位第三届“中国林业产业突出贡献奖”荣誉称号。

作为APP(中国)在海南投资建设的特大型林浆纸一体化绿色循环企业,海南金海浆纸高度重视林业生态建设和林业技术创新。在科学营林方面,坚持创新林业、产研结合,建立了一套完备的操作和理论体系,提高了海南森林经营水平。截至目前,已在海南科学营林达102余万亩。

截至目前,已在教育与环保等方面累计捐资4400万元。同时,通过实施林浆纸一体化绿色循环体系,直接及间接为海南创造一万多人的就业机会。

## 海口美兰机场免税店去年销售额16.5亿元

线上销售额突破1亿元,同比增长超250%

本报海口1月3日讯 (记者杨艺华 通讯员吴玥)记者今天从海口美兰机场免税店获悉,随着离岛免税政策调整、免税店新品牌入驻等,2016年海口美兰机场免税店销售额达16.5亿元,同比增长超33%,其中线上销售额突破1亿元。

日前,总部位于波士顿的美国咨询公司贝恩(Bain & Company)和意大利奢侈品行业协会 Fondazione Altagamma 合作发布的《2016年

全球奢侈品市场洞察》指出,中国消费者对全球奢侈品消费的贡献比例首次出现下滑——从2015年的31%下滑到2016年的30%(包括国内购物和海外旅游购物)。

而在刚刚过去的2016年,海南离岛免税行业却呈现出另一番景象。2016年,海南国际旅游岛建设中含金量较高的“离岛免税”政策第三次调整于2月1日正式落地实施,取消了非岛内居民的购物次数限制、

提升了免税购物额度和购物件数、增设了网上销售窗口等,由此,海口美兰机场免税店实现了全年销售额达16.5亿元,同比增长超33%的业绩。

据悉,随着此次离岛新政的调整,海口美兰机场免税店应势推出了“免税夜市”、“岛民特权”、“五周年店庆”等多个促销活动,并引进了Versace、Dunhill、JIMMY CHOO、Kate Spade等国际知名品牌。值得一提的是,在各大跨境电商铆足劲发

展的同时,海口美兰机场免税店2016年线上实现销售额突破1亿元,同比增长超250%,进一步释放了海南离岛免税的政策效应,促进了海南旅游消费升级。

2016年11月22日,财政部正式批复同意扩大海口美兰机场免税店营业面积,扩大后总营业面积将超3万平方米,这意味着海口航空旅游城免税项目正式启动,标志着海口美兰机场免税店进入了全新的发展时期。

## 海南省黄冈商会 助推海南经济发展

本报讯 (记者卫小林)2016年12月31日,海南省黄冈商会一届二次会员大会暨2017迎新年会,在海口香江国际温泉大酒店举行,200多位商会会员企业家达成共识,将凝聚全力助推海南国际旅游岛建设。

自2016年5月22日成立以来,海南省黄冈商会秉承“凝聚乡情整合资源,开拓创新共谋发展”的宗旨,在黄冈市委市政府和各市县以及海南省湖北商会等帮助支持下,积极充分发挥信息平台作用,不断完善管理机制,努力拓宽合作共赢渠道。截至2016年12月,会员企业达到150余家,业务遍及海口、三亚、儋州、万宁等地,覆盖建筑建材、房地产开发、教育、IT等多个行业,让黄冈楚商成为黄冈继“教育”之后的另一张新名片。

## 恒大成功引300亿战投 土地储备、运营模式获投资者青睐

成功引入战投,恒大在回归A股的道路上迈出一大步。1月2日,中国恒大(HK.0333)公告称,恒大地产已与8家企业签订增资协议,引入第一批300亿元人民币的战略投资。据了解,此次恒大引入战略投资者,与深深房的重大资产重组有关。为满足境内上市公司社会公众持股比例超10%的要求,去年10月9日,恒大与深深房签订重组协议时,宣布了引入300亿战投的计划。不到3个月时间,恒大就已完成引战工作,这也为其回归A股扫除了障碍。

从公告来看,这8家战略投资者背后的股东实力雄厚,其中中信、华信、中融、山东高速、深圳广田等都是知名财团和上市公司。证券分析师认为,此次引战成功,反映恒大2280亿的估值得到市场认可。

### 负债率虚高“事出有因”

恒大的高效一直为业界称道,但其在快速扩张发展中带来的高负债率,也同样为人诟病。根据2016年中期业绩,

其合约销售收入为1418亿元,总债务规模增加至3813亿元,净负债率高达92.9%,资产负债率为81.8%。这种高负债现象近几年也一直伴随着其销售收入的快速增长,2014年恒大合约销售为1315亿元、2015年合约销售为2013亿元,而根据中指院公布的数据,到2016年底恒大合约销售达到了3810亿元。高企的负债率本应为企业引入战投的障碍,但根据恒大的公告,自开展引战工作以来,市场反应热烈,为何众多投资者如此看好恒大?

在业内人士看来,恒大负债率偏高有其特殊性,根据近几年恒大发布的年报,其新增土储以承债并购中小房企的二手项目为主。一方面,这些项目本身负债率就偏高,因此拉高了恒大自身的负债率;另一方面,恒大通过大规模快速开发,也盘活了这些存量土地,消化了行业的金融风险。

据Wind资讯统计数据显示,按照申银万国行业分类,2016年上半年,沪深两市137家上市房企负债合计超过

4.33万亿元,同比增长幅度达24%。

“事实上,从财务报表上看,很多房企的负债率其实有些‘虚高’,并不能反映企业真实的财务状况。”有证券分析师指出,其原因就在于尽管房企前期购买的土地近年来不断增值,但按照会计准则要求,土地储备是以土地原值而非土地市场价值纳入总资产计算,客观上造成房企的土地储备越多,负债率越高。

### 大量土地储备为发展备足后续力量

2016年中报披露的土储量达1.86亿平方米,连续多年位居全国前列。相对应的,恒大在土地方面的支出也很庞大。根据恒大历年来的年报,2009年—2015年,恒大累计新增土地款为2949.7亿元,平均每年新增土地款达到491.6亿元。其中,2013年和2015年,恒大当年新增土储拿地款分别达到了707亿元和712.6亿元,而2016年上半年增加至869.9亿元。

由此可见,恒大将大量的资金沉淀在了优质土地储备中,很多项目都是早

年以较低成本获得的,也享受了土地增值的红利。恒大2016年中报显示,其超过3800亿元总土地款中,73%投向了一二线城市,目前这些城市的土地储备总量超过8300万平方米。

近年来,部分一二线城市房价上涨幅度较大,这也导致土地市场持续火热,公开拍卖市场常常出现“面粉贵过面包”的情况。据知情人士透露,恒大近年来取得的土地成本较低,近期也大多采取二级市场收购的方式拿地,土地储备的真实价值与财务报表相差很大。

这显示了硬币的另一面:恒大的高负债下,藏着大量优质的土地储备。如果将土地增值因素考虑在内,则恒大的负债率将明显降低。

据恒大2016年半年报披露,国际著名评估公司世邦魏理仕对2016年中期土地储备进行的评估结果,其土地原值为2595亿元,评估总值为5700亿元,土地增值额为3105亿元,扣除50%土地增值税和25%企业所得税后净增值1164亿元,计入净资产后,恒大的净负债率仅为56.7%,资产负债率相应降至73.3%。

证券分析师表示,恒大大量优质低成本的土地储备是此次成功引战的关键,这些土地储备保证了恒大未来三年的可持续高速增长,引入300亿的战略投资,还将进一步改善恒大的负债结构,为其未来的发展打下基础。“从恒大引战成功也可以看出,拥有庞大土地储备的房企必将得到市场青睐。”

### 标准化运营为高速发展打下基础

有行业分析师指出,恒大高速增长的净利润背后,体现的则是“恒大模式”强大的竞争优势。

在笔者去过的十几个城市中,且不用去看楼盘项目的具体名称,便可以判断是否由恒大开发的,因为几乎全国所有的恒大楼盘,在设计和施工上都高度的统一。

实际上,这正是恒大强大执行力带来的标准化运营结果。

有券商报告指出,恒大的主要竞争

优势在于将产品标准化,整体开发过程包括选择项目、设计、选材、投标、施工以至销售,均采用标准化模式进行,令营运效率与成本控制均可做到最好,犹如地产界的“麦当劳”。

“标准化保证了恒大在大规模扩张中,方寸不乱、大而有序,而扩张带来的规模优势又帮助恒大建立起和数家企业内龙头企业的强强合作关系,如施工、建材、装修、家装等,为产品品质打下了坚实基础。”业内专家称。

也正是有了这样的品质基础,恒大才敢于在所有项目推出无理由退房,进一步扩大市场占有率,并迅速拿下房企销售榜前列的位置。

在保证品质的同时,恒大通过集中采购统一发包,从源头上控制成本,保障产品的高性价比,维持强大的竞争力。

此外,标准化运营和强大的执行力,也使得恒大在拿地后4—6个月即可开盘,不但实现了高周转,也提高了资金的使用效率,确保自身的大规模快速开发能力。

(汪达)