



农庄经济：特色差异之争

□本报记者 於徐阳 文/摄

每逢天气晴朗的周末,在居民区经营着一家理发店的老板叶锋总能感觉周末的生意比平日要来得清淡一些,他猜测着分析:“估计趁着天气好,大家都去近郊游,赏花玩水吃农家饭了,无暇光顾理发店。”确实如此,随着各地游玩型庄园的涌现,短途出行似乎成为不少家庭周末的必备行程。

近郊游的火热无疑是农业庄园发展的“一把火”,也改变了农业与消费者的关系,它不再是农作物到餐桌的单纯线路,而是提供了一个与消费者互动交流的平台,可以融入消费者生活的方方面面。

与此同时,农业庄园正在从单一的农业种植或养殖,向一个更加系统化的多功能有机体演变。例如有依托于自然生态景观的观光休闲,也有依托于健康生活方式的养生养老,更有依托于有机绿色农产品的生产基地和文化内涵的交流平台等。

复合型的主体给农业注入了广阔前景,也符合生产、生活、生态这“三生融合”的现代农业发展理念。



大同小异化的困境

在农庄经济日益发展的今天,投资农庄产业确实已经成为不少生意人眼中的新热点。而早在2012年时,当时的庄园发展普遍不景气,最先起步的位于金清黄琅区域的金荔泉度假山庄也在游玩二字上显现出了疲态。尽管在前几年不断增加了烧烤园、采摘园、钓鱼塘等项目,但仍属于庄园经营中的普通项目。

而另一方面,只要某个村有几亩田地,几个村民一合计承包下来,就可根据季节不同摇身变成桑葚、桃子、枇杷、草莓等水果的采摘园。但其



单一化的采摘,并不能成为真正意义上的农庄,也不能带来有着连锁效应的农庄经济。与此同时,许多为了追求投入成本快速回笼的人就乐于此道。

峰江街道苍东村锦色庄园的负责人谢仙平就坦言,农家乐的发展必须有独创精神,创出“自家招牌”。

“这两年,随着生态旅游需求量的增加以及政府在乡村旅游、绿色产业上大做文章,都是我们大力发展的东风。”谢仙平说,虽然2014年元旦庄园就开门迎客,但农家乐这块却等到5月份才真正做起来。他不仅提供味道地道、价格实惠的农家菜,但庄园里最引人注目的是“土灶”。客人可以租一个烧柴火,体验当大厨的快乐。但庄园经济的“反应”特别缓慢,更考验着各庄园主人能否守得住“寂寞”。

钓鱼、烧烤、农家菜等以生态农业为主的农业庄园,在大环境的催生效应下,也愈发遍地开花。同中求异,成为庄园主人思考的方向。

花海,这个词就出现在了九龙花海农场负责人梁宝根的脑海中。230亩的面积上,他足足种上了50万株的观赏花,让到访者在不同季节都能看到花。

差异化的竞争牌让九龙花海农场自去年国庆开业以来,受欢迎的程度就远远超出了梁宝根的预料。据统计,在去年国庆和春节期间,每天接待的游客达5000人以上,平时周末的游客量一般也能保持在2000人左右。

有了人气,梁宝根等人还打算往南建一个户外拓展场,往北再拓展一块,用来丰富耕作体验活动。

大同小异会让农业庄园发展走进“死胡同”,但在小异之中,庄园主人可以琢磨着在种、养、教、游、购、娱、会议等功能中寻求大差异,以链条产业带动,发展成为一、二、三产全产业链的综合型庄园。

精致化与特色化并存

前几年,新桥镇金大田村凭借着古朴的四合院落与“竹外桃花三两枝”相呼应,凭借着小桥流

水与花田的相得益彰,算是稳坐了我区农业庄园发展行业中的“头把交椅”。但一二年下来,类同的景致让“喜新厌旧”的市民多少产生了一些“排斥感”。

“如果仍然依靠这些风景来吸引人群,势必会走下坡路。”新桥镇相关负责人看到了这一点,便提出要以花为媒,引市入园,筑巢引入文化创意产业这只“金凤凰”来做深做长庄园发展之路,先后引入了东篱茶叙、扶雅书院、凤梨画艺、香草的天空、如故手作、白纸储物等一个个充满文艺气息的手作小店铺,“文化商品”在这里唾手可得。

为了让“手作文化”在此扎根生长,金大田打出“花田”品牌,开创了“花田市集”。同时,读书沙龙、摄影讲座等更让金大田的名气越来越大,慕名而来的游客络绎不绝。

有了文化铺路,村民金小良也借机开起了提供餐饮的“功夫小良苑”,他说,随着金大田越来越好,他的任务就是抓紧时间寻找新的“财富点”。

“以文掘金”并不是一段苦旅,在峰江街道蒋僧桥村近300亩的土地上,Vivian庄园于2015年10月对外试营业。这里打造的就是台州一站式家庭园艺采购中心——提供家庭园艺绿植、工具和药品,融入饮食、派对、活动等休闲娱乐。据介绍,来这里的客人可以尝到庄园主人周薇烘焙的点心,喝到美式咖啡等。走私人会所路线的庄园,每个月还会为会员举办一期主题沙龙,吸引更多志趣相投的人。同时,Vivian庄园提供私人定制家庭园艺服务。

特色之路让农业庄园有了多元发展的趋势,文化营销赋予庄园更多内涵,使庄园成为观光、科普、休闲、养生、度假的新型综合体。不少业内人士分析,在未来,农业庄园的分类还会更加具体化,比如会有茶庄、香草庄、牧场、有机农场等。这些行业内的细分,带来的不仅是经济层面的收益,更是发展思维转变后现代农业发展的新载体。就如,山清水秀、空气清新、安逸幽静、景色迷人,皆是养生休闲类型农业庄园的特色,而飞龙湖生态区版块内,恰好满足了所有的条件,因此这里早已揽进了投资者的目光。

生意不佳 副业来助

本报讯(记者 蔡 聪)近段时间气温虽然有所上升,但是春装的销售量却不见上升,这是记者于4月7日在各服装市场中走访时发现的现象,不少店铺老板都抱怨,日营业额很难突破万元大关。为此,就有不少店铺老板表示:“只能找副业来赚钱,感觉网络平台还是一条相当不错的出路。”

营业额不过万元的生意让在中国日用品商城做女装生意的罗女士有些焦虑,她说,往年自己跑武汉等地进货的频率很高,但是今年生意不红火,亲自出门进货的动力也就没了,

“上个月,有个推销员来店里推荐文胸,我就拿了一批来卖。”于是,罗女士的服装店里就兼售起了内衣,眼下这次试水做得还算不错。

“之前看过别人在微信销售内衣,我现在刚开始做,感觉生意也还可以,第一个星期就卖出了100多件。”罗女士表示,可能自己做服装批发生意的缘故,有时候连带推销内衣还是比较便利的。为了开拓副业,她还开着车和同行去温州上了销售培训课。“虽然现在是副业,我希望到时能发展成主业。”罗女士如是说。

采访中,记者还发现,不少认识的生意人都会建立一个微信群,除了闲聊平日的生意状况外,他们还会相邀一起经营副业。在十里长街卖服装的蔡女士就跟着罗女士做起了内衣的生意,她们都表示:“如今服装店太多,生意不好做,找点副业来增加收入,还是可以考虑的。”

同是微信群里,在富仕广场做饰品生意的英姿表示,当下实体店生意不好做,自己已经打算转让店面结束实体生意,“之后在微信或者网上找些生意做做”。

顾客购买欲不强 iPhone SE 销售遇冷

本报讯(记者 王恩兴)3月31日,iPhone SE正式开卖。记者走访了电子数码城的几家手机店发现,以往出现的iPhone手机抢购情况,并没有发生在iPhone SE上。顾客对iPhone SE的反映较为平淡,其销量也是平平。

“现在iPhone 6S价格多少?”在一家手机店,记者碰到了市民张女士,她正在询问手机价格,“我用的是iPhone 5S,现在想换一部iPhone 6S,手握4.7寸屏幕刚刚好。”当被问及会不会考虑购买iPhone SE时,张女士表示,iPhone SE虽然性能不错,但屏幕太小了,看视频不方便,所以不考虑入手。

和张女士一样,市民李先生对于iPhone SE也比较失望:“我是一名忠实的‘果粉’,iPhone手机出新品我都会入手,但是对iPhone SE我完全没有兴趣。性能虽然比iPhone 6强大,在外观方面却没有一点创新设计。”

据了解,iPhone SE是美国苹果公司推出的一款新的4英寸iPhone智能手机,外形与iPhone 5S基本一致。“上次iPhone 6S发售时,都是加价销售而且没有现货,都得预定。”手机经销商王老板说,“顾客对iPhone SE并不‘感冒’,而且我国在iPhone SE首发国家之列,再加上苹果公司的供货比较充足,

iPhone SE并没有出现顾客抢购的情况。”

某分析公司在星期一公布的数据中表明,苹果公司新推出的iPhone SE智能手机在上市后首个周末的销售表现不佳。iPhone SE在所有iPhone机型总销售量中所占比例仅为0.1%,远低于苹果公司最近以来发布的其他机型。



冲破淡季桎梏 阶段性爆发在眼下

□徐张增

3月是个收获季,全市一手商品住宅成交3997套,同比增加2143套,涨幅达115%,环比增加35%,其中我区成交769套,在各县(市、区)中排名第二,势头十分强劲。和往年比较,今年3月仅用了20天时间就达到了2月全月的成交量。值得一提的是,在此前业内人士调查3月楼市开盘情况时,明确表示要开盘的项目并不多。但随着楼市持续热销,开发商推盘的积极性明显上升,共有11次推盘记录,该势头有望在4月延续。

从各县(市、区)成交量的分布来看,全市明显呈现出南热北冷的状态。其中,南片的库存量较大,去化诉求迫切也是主要原因。

在南片,温岭近几个月的表现始终强势,3月的成交量依然位居榜首,作为表现并不弱的我区,销量从2月的322套上升到3月的

769套,成交主力楼盘是香樟源、金悦花园、星光耀广场、开元景都、欧雅兰庭等。其实,温岭、路桥两地有很多相似的地方,比如每个月有成交记录的楼盘比较多,区域库存比较大。而两地之间最大的成交差距来自于乡镇楼盘。据了解,我区目前在售的乡镇楼盘中,有位于金清镇的金御华府和春江名园,位于峰江街道的滨河佳苑,位于蓬街镇的云锦花苑,以及位于新桥镇的宏大·熙景园等,总数量不超过10个;而在温岭,目前在售乡镇楼盘近20个,遍布新河镇、坞根镇、大溪镇、箬横镇、石塘镇、滨海镇、温岭镇、泽国镇等地。另悉,温岭乡镇人群的购买力十分强大。

随着节后楼市开启,原本并不算旺季的3月份表现出了极高的热度,无论从成交量还是开发商营销的积极性来看,全市以及我区楼盘的销售,显然都会迎来一个阶段性的爆发。