



寻路京津冀

D3-D6

2016.3.28

春分已过,清明将至。经过了一冬的蛰伏,北京的休闲农业园正跃跃欲试。几天前,位于丰台的麦秀生态休闲农场(以下简称“麦秀农场”)拉开了2016年的首次活动。休闲农业园能够推当地的农业用地产生更高的附加值;带动就业;与旅游形成联动;促进生态建设;也是区域品牌建设的支撑。虽然北京的休闲农业呈现出快速发展的态势,但北京商报记者走访麦秀农场、北京呀路古热带植物园(以下简称“呀路古”)、蓝调庄园等时发现,这三家休闲农业园的经营情况正在趋好,但他们的投资均尚未完全收回,机遇、困惑与迷茫并存。缺乏文化元素、资金匮乏、人才短缺、产业分散、投入大回报周期长,这些已成为休闲农业园经营者们再次走上转型路的掣肘。

休闲农业园繁荣背后的隐忧

回报周期长让资本望而却步

草色青青,杨柳依依,天空不断变换形态的云彩,以及吹过脸庞的微风……无不让人兴起踏青出游的欲望。上周六的清晨,伴随初升的太阳,丰台区长辛店镇李家峪村麦秀农场内,已有游客在“自家”的一亩三分地里忙起了农活。

“3-11月,是我们现在的经营期,平均每天可以接待两三百人。最多时,单日接待过2000多人。”小小农场,为什么会单日引来2000多人?麦秀农场经理张斌道出2000人这个数字背后的秘密,“休闲农业和民俗文化的结合不是简单的1+1。3月20日,长辛店镇第二届民俗文化节在我们这里开幕,原汁原味的少林会、刚柔并济的太极剑、热闹欢腾的花辊等民俗表演,以及民间传统美食、民俗工艺DIY……瞬间让我们这里人气爆棚”。

麦秀农场是典型的休闲农业园。休闲农业是利用田园景观、农村自然生态及环境资源,结合农林牧渔生产、农业经营活动、农村文化及农家生活,吸引游客前来观赏、品尝、购物、习作、体验、休闲、度假的一种农业生产经营形态。自上世纪90年代起步以来,一直是北京市都市型农业重要组成部分,也是郊区农民增收的重要途径,具有广阔的市场潜力,正在推动北京城乡发展一体化中扮演着越来越积极的角色。

从20年前星星点点的农家小院、采摘园区、垂钓鱼塘起步,如今的北京休闲农业产业已经成长为年产值近40亿元、拥有8万直接从业者、1.6万多个乡村旅游接待户、227个市级民俗旅游村、1300多个休闲农业园、155家星级休闲农业企业、年接待超过2000万人次的都市型现代农业支柱产业,呈现出良好的发展态势。

2000万元的投资何时可以实现盈利?“按照现在的客流量和收入计算,我们预计需要4-5年的时间才能收回投入。”张斌告诉北京商报记者,“对所有企业而言,只有盈利才能获得更大发展。后期也需要持续的投入,因为要给游客提供更好的服务,就需要投入更多的资金去新建或改善硬件设施。更好的服务,也就意味着更高的产业附加值、更大的盈利空间,有了更多盈利,也就意味着更大的投入,这是一个良性循环的过程。而这,就需要投资者对产业发展有足够的耐心”。

相比于到处融资的互联网产业,休闲农业的大部分资金投入都需要企业本身去承担。因为,相比而言这是一个回报周期相对较长的产业,回报周期长就意味着会有很多的不确定性,这让许多投资人望而却步。



到农业园已成为京城节假日“亲子”必修课

农业+文化带来再次转型

相比于麦秀农场的2000万元投资,投资超过3亿元的北京呀路古热带植物园压力无疑更为巨大。

2006年,呀路古正式开园,陆续将番荔枝、番石榴、杨梅、澳洲坚果等多个热带、亚热带水果品种成功引入到园区,填补了北京“南果北种”品种单一的空白。

但科研上的成功并没有带来经营上的突破。

“要想创新、要想研发新品种,就要不断投入资金。如何实现盈利,才是决定生死的关键问题。”呀路古常务副总夏钰告诉北京商报记者,“单纯的种植观光只是最初级的模式,想要获得更大的发展,必须加入文化的元素。以前,我们也只是单纯的植物种植观光,大笔的研发投入很难实现回报和盈利。如今,我们不但将园区升级为景区,更将位于热带的西双版纳民俗文化引入进来,游客到这里不仅可以感受热带植物,更能感受地域文化,这就让游览变得更为立体、更有味道,也获得了更好的口碑和回报。”

“1万人到40万人”,这一组数字正是呀路古转型前后的年客流量对比。

呀路古发展至今,已经成为集热带植物观光、热带水果采摘体验、科普教育、餐饮会议、休闲娱乐于一体的综合性游览景区,而这一过程用了近十年时间。“转型之后的呀路古,已经实现年客流量40万人、年收入过亿元。”夏钰告诉北京商报记者,“现在的客流量距离我们的最大接待能力还有很大的一段距离,还有更大的成长空

间需要我们去挖掘。”转型后的呀路古,不仅实现了当年盈利,还有望短时间内收回全部投资。

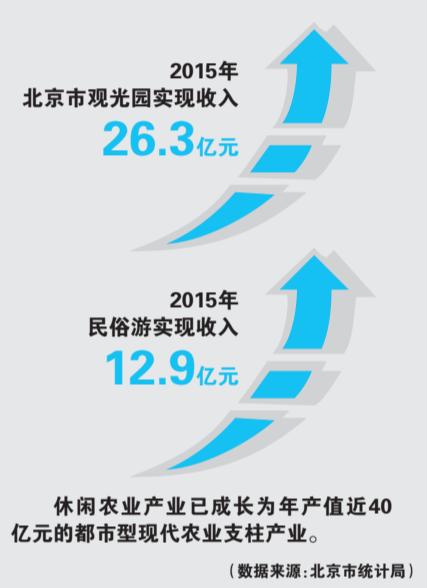
同样投资超过3亿元的蓝调庄园,也通过产业转型发展找到了新的盈利点。主打喜庆文化的蓝调庄园三期内,一对对新人正在拍摄婚纱照、定制婚礼、选择婚宴……“北京的高成本,决定了仅仅做农业是很难生存的,这就需要找到新的价值点。寻找本身就是不断试错的过程,从发现大家喜爱到薰衣草花海拍照,到如今主打喜庆文化,我们也走了很长的路。如今,喜庆文化产业正逐渐成为我们园区的最大盈利点。”蓝调庄园副总经理王亮告诉北京商报记者,“去年蓝调庄园总收入达1.2亿元,未来还有很大的成长空间。”

经营者热盼产业集聚

如今,麦秀农场、呀路古、蓝调庄园虽都已经找到了适宜的产业发展方向,但距离收回投资实现盈利,还有一段不短的路需要走。

“产业冬眠期”,一个被不断提及的词语,因季节等多方面原因,冬季成为农业休闲产业的冬眠期。“如何破题?让四季均有卖点”成为困扰绝大多数从业者的一大难题。“冬季其实也存在很好的机遇。因为,这一时期大多数项目都处于冬眠,如果你有亮点,那肯定会吸引来众多游客。”夏钰说。依托室内观景厅、土司堡民族展览馆等不受季节影响的景观,呀路古在冬季也保证了可观的游客量。

去年底,蓝调庄园推出蓝调薰衣草主题温泉项目,随着这个项目的推出,由蓝



(数据来源:北京市统计局)

调薰衣草园、蓝调温泉酒店、蓝调八月奥古斯都环球影城……多元化的项目让蓝调庄园实现了一年四季都有看点和吸引力,形成了完善的造血机制,突破了制约传统薰衣草庄园发展的瓶颈,走上可持续发展的道路。

除了资金压力、产业冬眠期外,人才匮乏也成为阻碍产业发展的难题之一。“‘独特’是我们的特色,也同样是我们的短板。它让我们拥有差异化的发展空间,也让我们不论是经营模式,还是管理模式,甚至是人才培养,都需要我们自己去探索,因为没有现成的模式可以去借鉴。”夏钰说。

主打农事体验的麦秀农场也同样存在同样的困惑。“下一步我们想做科技+生态。比如,通过光伏、风力等新能源实现园区电力自足,通过互联网、物联网等技术让游客在家中就可远程查看和种植……这样不仅可以带给游客更好的体验,也可以打破制约发展的冬眠期,让一年四季都有卖点。而这些,就需要有很强的技术支撑和相应的人才,来帮助我们实现”。张斌说。

此外,产业分散没有形成合力也同样是阻碍产业发展的因素。“这条旅游线路上,现在只有我们和野生动物园两家较为成熟的景点。这样对游客的吸引力就会很弱,如果周围能再多几个这样的景点,必然会带来更多的客流量。”夏钰说。蓝调庄园也同样有这样困扰,“单打独斗,毕竟是能力有限。如果能形成产业聚集区,必然会给产业发展带来很大的提升”。王亮说。

北京商报记者 韩琮林/文 王飞/制表