

# 电商助农到底是不是伪命题



老李家在黑龙江,种植的就是东方甄选主播董宇辉口中所说的普通玉米。几年前,老李的身边也曾有人试水种过几十亩黄糯玉米,但最终因为不划算而选择放弃。对于当地着重走量的生产模式,黄糯玉米的“性价比”显得没那么高。但如果是在今天,黄糯玉米的命运可能不一样了。

一位业内人士给北京商报记者算了笔账:工厂从农民手里收购玉米后,整个加工环节至少要加价30%-40%,终端零售的毛利率如果做不到40%,其实是很难赚钱的。食品电商从业者斌哥直言,毛利率到底是40%合适还是10%合适,这其实不是道德层面的问题,而是企业所处的竞争位置决定的。

6元一根的玉米风波,直戳到了原本默默无闻的老李和斌哥。电商助农很热,我们采访了很多产业链关键环节的人,无论是老李担心的,还是斌哥强调的,比“6元”本身贵不贵更有价值的,其实是如何让“6元”更有市场。这关系到老李的生计和美好生活,也关系到斌哥的生意和电商正名。

## ■ 毛利率不到40%很难赚钱



6元的价格之外,引爆这场风波的还有董宇辉此前直播时提到的“谷贱伤农”。在指责声中,东方甄选一边打着谷贱伤农的情怀助农,一边在其中赚取高额的利润;“农民捞着钱了吗”的质疑和其公司40%的利润形成了鲜明的对比。

从新东方在线的财报来看,所谓40%利润的说法,大抵来源于其2022财年的财报。数据显示,2022财年新东方在线直播电商业务实现收入2460万元,毛利930万元,毛利率为37.8%。此前,新东方在线CFO尹强就曾在电话会议中回应过东方甄选毛利率高的原因,第一是不需要买流量,第二不需要给主播分成。

但财报的数据不足以回答农民挣没挣到钱,以及钱被谁赚了的问题。随着争议的发酵,矛头已经指向了电商以及其中的中间商。

而李国庆的加入更加剧了这一探讨。这一次,李国庆也为东方甄选站台。李国庆称,6块钱一根的玉米,其中25%损耗、10%物流、50%积压,算下来根本不挣钱。五常大嫂刘美娜的愤怒更是将风波推向了高潮,她说,抛开品质谈价格,不叫助农,这叫损。

更令围观者叹为观止的是,在“6元玉米”处于舆论风口浪尖的时候,东方甄选背后玉米供应商“吉林省农嫂食品有限公司”(以下简称“农嫂食品”)跳出来,表示在自己平台同样的玉米一根只卖3.6元。一时间,过河拆桥、背后捅刀的评价,逼得农嫂食品的抖音账号东北农嫂清空了自己的店铺。

9月27日,北京商报记者致电农嫂食品了解相关情况,对方留下了记者的联系方式,并表示

近期采访要求较多,需回复相关人员,如有需求会致电。但截至发稿,记者尚未得到回复。

一位业内人士告诉北京商报记者,工厂从农民手里把玉米收购了之后需要加工,整个加工环节再加上包装、人工等,至少要加价30%-40%,而且这还不算上游的收购者、运输等费用,在电商领域,整个环节的成本逐渐加上去,终端零售的毛利率如果做不到40%,其实是很难赚钱的。

在接受北京商报记者采访时,中国人民大学公共管理学院教授马亮称,从田间地头直到消费者的餐桌是理想的农产品销售模式,但是在当前的转轨时期,很多地区还不具备这种可能,中间商仍然有存在的必要性。

“这是大规模的分散农户生产格局所决定的,任何电商都不得不面对如何同成千上万的农户建立维护产销联系挑战,在农户和电商之间设置中间商,也就成为理所当然的选择。”马亮称。

作为全食优选创始人,斌哥自己也经营着相应的食品电商,在他看来,中国的农业大部分还是小农经济为主,最核心的一点就是缺乏有效的组织,帮大家把共性的问题解决了,而这个共性问题,就包括了技术、物流、品牌、营销乃至渠道等在內。

“国家大概从2014年左右就开始推动电子商务进农村,就是为了帮助父老乡亲将电商发展起来,让百姓的农产品能够卖到相应的价格,当然这个相应价格的基础则是品质的提升,而不是简单地把两块钱的东西卖到五六块钱,那样本身对整个经济来说也是不负责任的。”斌哥说道。

## ■ “6元”怎么来的



10天过去了,围绕着辛巴与东方甄选“6元一根玉米”的争议仍在发酵,而讨论的焦点,也已经从“6元一根的玉米贵不贵”延伸到了“助农电商到底助不助农”的深层拷问。

9月18日,网红主播辛巴在直播时批评东方甄选将地头7毛钱一根的玉米加价卖到6元“丧良心”,直指对方公司利润40%,农民没有“捞着钱”。随后东方甄选董宇辉回应称,东方甄选玉米和普通玉米不一样,东方甄选的玉米从地里回收价格就2元,成本高。

双方粉丝的“互掐”,更多农民的发声、当当创始人李国庆的人局、东方甄选“6元玉米”供应商东北农嫂的意外操作,让这根玉米引发的纠纷变得越发复杂,陷入这场漩涡的局内人也好,局外人也罢,迫切需要一个个答案。

解铃还须系铃人,回答“6元一根的玉米到底贵不贵”的问题,成了理顺这其中脉络的关键切入点。据悉,东方甄选所售卖的鲜食玉米为可生食的黄糯玉米。在老李的回忆里,几年前当地也曾试图推广过这种玉米,但种植的人很少。

“那时候没有气吸播种机,种子下了之后容易产生二茬苗,二茬苗产出的黄糯玉米通常在大小上就不合格。”老李说,即便是一茬苗产出的玉米也不能用机器收割,因为容易伤粒儿,人工掰玉米的费用每天在150-200元之间,每人每天大约能掰两亩地,一亩地玉米大概4000株。掰好的玉米又要经过人工对粗、长进行筛选,进冷库又是一笔支出。

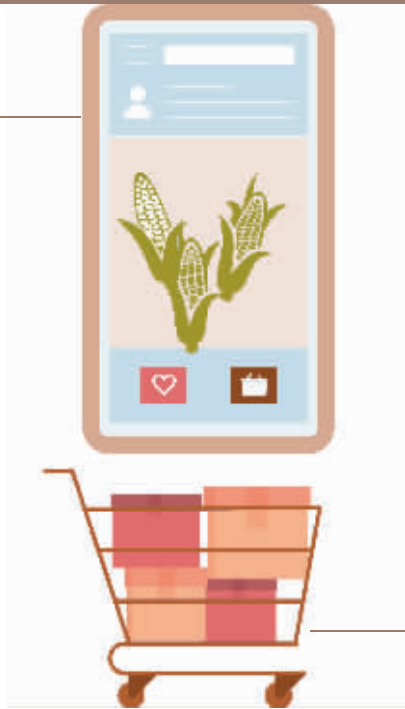
老李的经历虽然不能印证2元收购价的真假,但能证明不同品种的玉米成本的确

不同。王一鸣是五常市荣者农业有限公司基地生产负责人,自家有合作社和基地,主营水稻,部分玉米。在社交平台上,他也曾发表了自己对于玉米风波的看法,没想到评论区差点被“攻陷”。

就着6元玉米的事儿,王一鸣用周边三农企业普遍认可的数据给北京商报记者算了笔账:鲜食玉米的种子35元一斤,比普通玉米高15元,化肥需要高钾含量的,成本再上升10-20元。两种玉米的种植株距都在9寸,每亩地4500-5000株左右,但在田间维护方面,包括苗后二遍除草等,鲜食玉米一亩地的成本也要比普通玉米高10-15元,每年7-11月还要用高效的防病虫害产品维护,而这些还都只是田间地头高出来的部分。

普通玉米走苞米机送进粮点,而鲜食玉米收割回来需要在短时间内人工扒皮、整理、清洗,包装方式、存储时间也不一样。以价格相对较低、存储时间短的速冻玉米为例,其2022年的种植成本是0.75元每根,加工费、包装费、包材破损加在一起,每根成本合到1.3元。但真空玉米需要经过杀菌等特殊处理,装进食品级别的真空袋,0.2元一个的便宜真空袋容易跑气,阻隔性差、保鲜度差,而贵的真空袋则要1元多。

他们的鲜食玉米也多靠当地的直播团队线上销售。王一鸣引用了一组同行的数据,粗略统计,一根鲜食玉米从田里出来到工厂,经过杀菌等处理,再加上团队和设备的费用,成本能合到2.5元。而鲜食玉米必须走顺丰快递,仓储费、库损率再加上快递费,一根玉米从田间到直播间下单再到消费者手中,平均的成本已经达到了3.3元左右。



“2019年我回来种烟薯的时候,批发商来收的价格是1块2一斤,还得是糖化好的。去年山东聊城的一个团队来这边把烟薯25卖火了,今年地头收购价就达到了1块8到1块9,在地瓜芽、人工、时间成本都没增加的前提下,农民的收益将近翻了一番。”在社交平台上,有农民讲了这样一个例子。

事实上,电商助农不是简单地帮助农民一斤玉米多卖几毛钱的逻辑。电商带货火起来,中间商赚到钱,来年才会有更多人竞收农产品,农户才能卖上好价钱。在不少农户眼里,对直播电商的肯定,原理大抵是相同的。

佟先生在湖北种植蜜薯,他正期待着大品牌可以去当地做直播。他对北京商报记者说,一旦这样的电商过去带货,很多种植户不挣钱都会卖,原因在于知名的电商品牌有助于帮助形成具有当地特色的地域性品牌,让这里的农副产品知名度变得更高。知名度高了,就会产生后期的利益;比如今年是这样

个价,明年出名了,卖出去的价格可能也会稍稍提高”。

“电商助农不在于给他们‘输血’,而在于让他们‘造血’。”在斌哥看来,类似于东方甄选一样的直播间,完全可以大大方方地承认自己是一个中间商,而且是一个不可或缺的中间商,因为他的价值在于市场、渠道、品牌、营销、反馈。

这些作用到种植端,就对种植户提出了种植品质的要求,比如减少农药化肥的使用等,而种植者的功夫其实就是在如何让产品更有价值,这样正向的循环下,种植者就会有更大的动力将产品做得更好,卖出农产品的价格自然也会有所提高,当品质提升了,竞争力也就有了。

佟先生也提到了类似的观点:助农电商的意义,其实就是提高种植户的积极性,生产出更高质量的产品。因为电商拿货有自己的标准,这个挑选的过程就导致他的拿货价要比其他高,高的部分种植户也能得到相应

的收益。

“农产品的利润取决于很多因素,利润如何在农户、中间商、电商等环节分配也取决于各方之间的利益博弈。”马亮分析称,当前农产品的利润不高,不意味着未来不可能提高。未来要增强农产品的产业链,使其朝着规模化、标准化、规范化方向发展,才能实质性提升农民收入。

对于助农的理想状态,中国人民大学农业与农村发展学院教授全志辉提出了一种想法——让农民成为生产环节以外的涉农环节的主要获利方,也就是说应该有一个农民的经济组织来主导电商,而不是让电商主导农民。

“当然,要实现这一目标,不能靠市场的自然演化,而是要靠国家的公共政策去推动,要支持这种农民合作的经济组织,或者是以他们为主体的经济组织能够主导电商,甚至能够入股这种电商平台。”全志辉总结称。北京商报记者 陶凤 杨月涵

## 牵手国药 第二款进口新冠口服药已提交申报

北京商报讯(记者 姚倩)9月28日,默沙东和国药集团联合宣布,双方签署合作框架协议,默沙东将其和Ridgeback公司合作研发的抗新冠病毒口服药莫诺拉韦(Molnupiravir)的经销权和独家进口权授予国药集团,同时双方将评估技术转让的可行性,以便该药物在中国境内生产、供应和商业化。

根据合作框架协议条款约定,莫诺拉韦在中国境内获批后,默沙东将该药物在中国境内的经销和独家进口权授予国药集团;国药集团中国生物将在获得默沙东莫诺拉韦技术转让后,积极推进本地化生产和供应,为助力抗击新冠疫情持续贡献力量。

据了解,Molnupiravir是全球率先上市

的两款新冠口服药之一,另一款为辉瑞的Paxlovid。在海外,Molnupiravir的获批时间早于Paxlovid。2022年2月,国家药监局根据《药品管理法》相关规定,按照药品特别审批程序,进行应急审评审批,附条件批准辉瑞公司新冠病毒治疗药物奈玛特韦片/利托那韦片组合包装(即Paxlovid)进口注册,Paxlovid也成为首款在华上市的进口新冠口服药。

从作用机制来看,Paxlovid属于3CL蛋白酶抑制剂,Molnupiravir属于RNA聚合酶抑制剂,可与新冠病毒的RNA聚合酶结合,在新合成的RNA分子中引入错误的核苷酸,从而起到抑制或清除病毒的作用。

敲定在华合作伙伴,这是否意味着第二

款进口新冠口服药获批在即?今年6月,默沙东中国总裁田安娜在接受采访时公开透露,公司已向国家药监局药品审评中心(CDE)滚动递交其新冠口服药莫诺拉韦的申请资料,期待尽早获得反馈并实现莫诺拉韦在国内上市。

针对药物申报进展,默沙东方面回应北京商报记者时表示,目前默沙东已经完成了国家药品监督管理局药品审评中心要求的滚动递交,虽然无法预计监管部门的审批时间,但会持续和中国药品监管部门保持积极沟通,并竭尽所能尽快把Molnupiravir带给患者。

关于产能方面,默沙东方面称,正在利用全球网络生产和供应Molnupiravir,其中包

括三大洲9个国家的生产基地和17个内外部工厂的供应链。“我们通过全面供应直通战略做出了广泛努力,包括承担风险投资生产数百万疗程的Molnupiravir以及与政府和其他组织签订供应协议。通过这些广泛的努力,预计将能够满足全球包括中国对Molnupiravir的需求。”默沙东中国相关负责人说道。

随着新冠病毒新变异株的出现,默沙东在评估潜在疗法时也将这些变异株纳入考量。默沙东方面表示,在临床试验中,对于感染了Delta(德尔塔)、Gamma(伽马)和Mu这些值得关注的变异株(VOI)的患者,Molnupiravir已显示出有效性。

关于奥密克戎(Omicron)和奥密克戎子变异株,默沙东公布了6项临床前研究数据,

证明Molnupiravir在体外对新冠病毒奥密克戎变异株(B.1.1.529)具有活性。体外研究由来自比利时、捷克、德国、波兰、荷兰和美国6个国家机构的研究人员独立进行。在以奥密克戎变异株为主要流行株时期进行的一项波兰Molnupiravir真实世界研究得出结论,因新冠肺炎住院的患者使用Molnupiravir可降低死亡率。这种效应在80岁以上患者中尤其明显。

据悉,这并非默沙东和国药集团的首次合作。1989年,为从源头上解决当时中国严峻的公共卫生问题之一,默沙东将基因工程乙肝疫苗生产技术转让给中国生物北京生物制品研究所等公司,以保护中国人民免受乙肝病毒感染和相关疾病的侵袭。