

“以农养农”，他是崇明农人成功典范

——记上海王波果园专业合作社负责人王波

□ 文/朱竞华 摄/张峰



每

年冬春季节,是草莓集中上市的时节,也是市民体验草莓采摘的最佳时期。过往,在崇明的草莓基地体验采摘,20元至25元一斤是“标准体验价”,可今年,位于港西镇北双村的王波果园却打破“行价”,开出了60元、甚至80元一斤的采摘价,且依然供不应求。这么高的采摘价,市民为何依旧趋之若鹜?这还要归功于基地今年试种成功的新品种——有着草莓中“白富美”美誉的白草莓“白雪公主”。

“白雪公主”祖籍日本,近年来已成为“网红草莓”的代言人。“白雪公主”外形与普通草莓无异,只是草莓原本标志性的红色“外衣”改成了接近白色的浅粉色,口感香甜,入口即化,吃起来有黄桃的味道,且富含更多维生素。“白雪公主”能在崇明落户,得益于王波果园有一位敢闯敢拼又喜欢“尝鲜”的年轻农人老板——王波。

十年前,带着从日本打工赚回的第一桶金,王波毅然追随家乡生态岛建设的步伐,投身农业这个他眼中的朝阳产业;十年后,他秉持着“农业要赚钱,就要玩命干”的信念,在合作社的发展过程中不断求新求变,成为崇明农业“以农养农”的典范。



农业要赚钱 就要玩命干

如今的王波,在崇明农业界也是名人一个。其合作社承包的土地达到400亩,种植蔬果品种200余种,田间每年70%的农产品通过配送销售模式找到了“主人”,每天有5吨左右的农产品被送往崇明与市区的合作单位、酒店和超市;另有20%的农产品则被果园的游客现场带走,仅绿地集团每年就会组织不少于2万名的客户到基地开展采摘回馈活动。基地上,只有很少一部分农产品是通过散客销售出去的,成片蔬菜烂在地里的情况在这里不会出现。

不少朋友羡慕王波生意做得红火,觉得搞农业有赚头,也想涉足,却被王波一一劝阻。“农业这一行可不是随随便便能干好的,想要挣钱,一定要玩命地干,比人家付出的多得多,你们吃得起苦吗?”“农业投入大,产出慢,你们能顶住一年两年甚至三四年不赚钱的压力吗?”……

王波对朋友的劝阻并非一个成功者的夸夸其谈,而是一个亲历者的切身感受。

2008年,在日本当了三年农业研修生的王波回到家乡崇明,决心投身农业,像他在日本的雇主一样,依靠农业实现致富。当年7月1日,上海王波果园专业合作社正式开业。然而,接下来的几年,王波面对的却并非他憧憬的美好:为了卖几只西瓜,王波骑着三轮车与城管打着“游击战”;每天晚上,他和母亲在南门施翘河菜场席地而睡,只为在凌晨第一时间把菜批出去……

因为没有稳定的销路,2008、2009、2010,创业的前三年,合作社都没挣钱。“当时,我妈说我傻,放着日本雇主介绍的一份月薪8000元,去市区为松下公司老总开车的活不干,却要自己到地里找罪受。”王波笑着回忆道。

创业初期陷入的窘境,让王波明白,“闭门造车”等客来是没有出路的。2012年,他买了一辆二手汽车,开启了配送业务。他把市场拓展到了江对岸,进入浦东、宝山等地区的社区,成为崇明农产品直供上海社区的首批“探路人”之一,进而渐渐打开销路和市场。

如今,合作社运转步入正轨,菜也不愁卖了,可王波的“苦日子”却没怎么改变,每天凌晨四点起床,亲自开着菜篮子工程车出门送货,上午完成配送任务,下午到地里和母亲一起组织采收,晚上为第二天的订单配货,往往忙到十点才结束一天的工作,上床睡觉已是深夜。这样的生活一年到头,唯有大年初一那天可以休息。有时感冒发烧,也要硬挺着送完货才能休息片刻。

周边的村民都把王波看作是老板,可这个大老板平日里开的私家车却是一辆花了2万元买回来的二手车。“人家都说,事业上正轨了,也要适时地懂得享受,我不是不会享受,但我更愿意把时间用在研究怎么创新发展、稳定客户、拓展销路上。”王波说,经历过深夜在菜市场席地而睡的日子,才更懂得当农人的苦,也更明白做农业的不易。



迎着春日的微风,漫步于王波果园生产基地,一排排整齐的白色塑料大棚连成片、排成列,在阳光的照射下犹如银色的海洋,场面蔚为壮观。400亩承包地、150多个设施大棚,还有去年新建成的办公区、仓库、冷库,眼前的一切都是王波打拼十年的成果。

采访期间,记者留意到,与规划有序的生产基地相比,基地的道路似乎显得格格不入——进入果园后的主干道有明显拼接痕迹。“这路是分期建设的,最初是2米宽的,后来有钱了,便拓宽到了3米。”王波解释了其中的原因。

过去10年,王波花了五六百万元用于建设基地,这些钱都是靠卖农产品赚回来的,期间,没有一分贷款,也没有“三产”支撑,赚一点,建一些,每一笔投入都精打细算。对于这件事,王波特别自豪,因为他真正做到了“以农养农”。

目前,王波的农业生产基地上有60多名工人,每年用于地租和人工开支就高达150多万元。在崇明农人中,纯粹依靠农业养活如此大规模农业生产基地的,寥寥无几。王波做到了,靠的是“诚信”和“创新”。

诚信和创新是成功要素

时下,一提起绿色农产品,从生产者,商家到消费者,大有趋之若鹜之势。很多上海市民对于崇明农产品的印象就是“生态、绿色”。“我的客户中有很多来自上海市区,他们愿意买我的菜,就是因为觉得崇明这片土地上种出的菜是绿色、安全的。”为了不辜负这份信任,王波努力让自家地头的果蔬都挂上“绿色标签”,为此需要花费更多的钱来悉心呵护。

王波家的草莓、葡萄、蔬菜都已取得绿色证书,为了保证绿色品质,必须使用绿色农药,光这笔花费就比使用普通农药多十几万元。此外,粘蝇纸、粘虫板等物理防治材料又要花掉好几万元。“我虽是一个农人,但也明白‘一损俱损、一荣俱荣’的道理。”王波说,崇明的农人要想把农业做好,还得背靠“生态岛”这块金字招牌,每个人都把“诚信”二字放在心里,落实到行动上,崇明农业的大环境才会越来越好,最终受益的还是农人自己。

王波在种菜这件事上特别“耿直”,但在经营生意上却是一个敢闯敢试的人。不断寻求突破,不断创新发展,也是他成功的一大因素。

王波曾是崇明最早一批尝试“农产品直供市区高档社区”的农人之一;白草莓、黑布林等崇明未有人触碰的“新、奇、特”水果,他率先试种;他还在南门的新区租下了店面,准备在今年尝试开一间无人超市,贩卖农产品……

三个月一小变,一年一大变,这是王波对于生产基地“改造升级”定下的目标。除了打理生意之外,王波把空下来的时间都用在思考如何拓展销售渠道和把基地打造得更具吸引力等事情上。“做好农旅结合,崇明农业才有出路,要让上海的市民开着车把崇明的农产品运回家。”区委书记唐海龙关于崇明农业发展的一席话,王波特别认同:“蔬菜从地里摘下的那一刻,便失去了‘身价’,拿到菜市场卖2元一斤,市民还要货比三家,而直接到我们的基地里采摘,既能挑到自己满意的,也能体验采摘的乐趣,这时即使卖10元一斤,他们也不嫌贵,有时还能顺带买些其他的果蔬回去,一下子就消费带上了。”

对于目前基地仅有20%的农产品通过采摘被带走,王波并不满足:“希望未来更多的农产品通过这种渠道销售出去。”

一个懂感恩有温度的农人

去年,王波做了一个重大决定,把南门城区的两套房子全部卖掉,与亲戚合股斥巨资把生产基地附近的几间厂房买了下来,改建成为民宿,进一步丰富基地的功能。“我希望最终把整个基地打造成为一个开心农场。”王波透露,“砸锅卖铁”搞农业的背后,是为了实现一个多年的心愿——等事业有了,邀请过去的日本雇主一家到崇明来看看。

在日本的三年研修生活,王波吃了不少苦,但也让他重新认识了“农业”。日本老板曾对王波这样说:“吃是人一生中不可或缺的部分,做农业永远都不会被淘汰。”在日本,农场主是一份体面的职业,社会地位很高。离别前,王波婉拒了老板介绍的“美差”,并表示:“回去之后,我也要像您一样当农场主。”

“邀请老板过来,既是想向对中国人带有偏见的他证明,我们是可以把农业做好的,同时也为了感谢在日本的三年里他对我照顾,是他让我认识到‘搞农业是有前途的’。”对于老板,王波常存感激,每年过年,都会进行问候。

懂得感恩,让王波成为了一个有温度的农人,也让他创业途中结识了更多的朋友。

在宝山美兰湖地区,王波有两家农产品直营店。这些年,受到网络营销的冲击,生意大不如前,目前只能维持收支平衡。门店不赚钱,还要耗费精力来经营,王波完全可以把门店关掉,但他却没有这

么做。“因为我要维系一份感情。”王波说,那里有一群跟他关系特别好的“马大嫂”,其中一些还把他认作干儿子。“我的那些‘干妈’都是老客户了,当年我去社区里摆摊,她们给我送雨衣、送饼干,现在,她们抽空还会跑到崇明的基地上来看我,带点亲戚朋友过来‘捧捧场’。就冲着这份感情,我也会坚持把门店开下去。”

王波果园生产基地上的工人以六七十岁的老人为主,大多是周边的村民,跟着王波都有些年头。对待跟着自己一路创业过来的工人,王波也关怀备至。免费午餐从3个菜变成4个菜,且一周菜谱天天不同,很多干活的叔叔阿姨直言:比家里吃的都好。逢年过节,总有年货。工人们的收入也十分可观,不少人能拿到二万一年的工资。“没有这些工人,就没有这个基地,钱可以想法赚,他们的待遇一定要保证。”王波说。

上海市扶残涉农经济组织、崇明工会职工创业就业示范基地、农民田间学校……挂着众多头衔的王波果园,如今已不仅仅是一个农业生产基地,更是王波感恩社会、回馈社会的实践地。“周边的农户只要愿意踏实工作,我都欢迎他们到基地上来;那些在农业创业中遇到问题、渴望获得指导的创业者,我也愿意尽最大努力帮助他们。”王波说。

肯吃苦、有闯劲、懂感恩,王波就是这样一个筑梦“三农”的新型农民。