

来自四大洲的600多种3万株兰花齐齐亮相

兰韵辰山·香约上海 ——第三届上海国际兰展明开幕



□记者 陈宗健

本报讯 人为万物之灵，兰成百花之英。第三届上海国际兰展将于4月22日至5月8日在辰山植物园隆重举办。

此次兰展，以“兰花与健康”为主题，邀请了泰国、日本、西班牙、印度尼西亚、乌干达、厄瓜多尔及中国台湾等国家和地区的兰花大师，并由大师们分别带来了精美绝伦，在我国目前难得一见的兰花精品。届时，来自四大洲的600多种3万株兰花将在辰山植物园近万平米展区内齐聚一堂，让游人在兰花丛中尽情体验异域风情，寻找回归自然的乐趣。

本届兰展恰逢五一小长假，园方对此还特为市民游客精心安排了

寻访幽兰记、亲子昆虫跑、婚纱花艺秀和花仙子巡游等形式多样、喜闻乐见、受众面广的活动，让游人在赏兰的同时能有更多欢乐互动体验，以努力营造一个踏青郊游的愉悦氛围。与此同时，本届兰展期间，园方还将为游客提供免费交通短驳车。即每日开通地铁9号线洞泾站至辰山植物园1号门的往返免费公交直达车。其中，周末及节假日每日开通6辆车，短驳车时间间隔为20分钟/班次。并将开设辰市集作为临时配套餐饮服务场所，其中包括必胜客、爱茜茜里、德克士、全家等20余家知名商家。在辰山市集内还将设置医疗、问询、休憩、购物、互动活动等功能。在2号门外，还开设了园艺产品销售区，以向游客售卖各类花卉、盆栽、纪念品等。

据介绍，本届兰展特别注重公众的参与性，精心策划了很多专题活动。兰展筹备期间举行了广告语征集、志愿者招募、千名少年画兰花等活动，并组织专门的科普讲解员队伍在兰展期间开展免费讲解服务。

为促进兰花多样性与育种研究工作的进一步开展，4月17日至4月21日，主办单位还举办兰花培训班，并于4月22日至4月23日举办“第三届上海辰山兰花国际研讨会”。

作为沪上高品质的主题花展，本届国际兰展同时还得到了上海市绿化和市容管理局、上海市旅游局和松江区人民政府的大力支持，并延续辰山“春花秋乐”活动品牌的影响力和美誉度，倡导和传播兰花文化，为中外游客得以奉献独具魅力的植物视觉盛宴。



多利农庄：迎接有机农业“互联网+”时代



□记者 欧阳蕾妮

【溯源】投身农业回归“上游”
2005年创立多利农庄的时候，张同贵已经是拥有三十多家川菜馆的老板，他的初衷是做上海最正宗的川菜。然而，一份酸菜鱼让他当初的想法发生了彻底改变。当时张同贵发现：现在的酸菜鱼怎么烹饪也做不出十年前的味道？正巧有一次，他回四川老家吃了一次酸菜鱼，和当年一样的美味。这样的经历让张同贵意识到问题出在原料上，于是他毅然决定往“上游”走，让食材回归它本来的味道。
其实，张同贵做出这样的决定也并非是一时冲动。当时他就读EMBA，正在潜心研究有机农业。2005年，上海市政府刚好出台了“计划打造5到10个100公顷蔬菜基地”的政策。张同贵抓住了这个难得的契机，拿下了位于浦东新区大团镇上一块面积1750亩土地的经营权。有机农业对环境的要求很高，尤其是土壤和水，为了使土壤和水达到有机种植的标准，至少需要三到四年的净化期。这就意味着三年“只投入不产出”，必须前期付出大量的时间和金钱。多利

农庄成立初始，张同贵把全部资金投入有机生产基地环境改善上面，在投入初期三四年内基地收入几乎为零。到了第四年，农庄第一批有机蔬菜喜获丰收，菜贩却给出仅几毛钱一斤的价格，一气之下张同贵决定不再卖掉，将蔬菜全部打烂作为绿肥。那些年，张同贵咬着牙坚持了下来，到了第五年多利农庄才真正开始盈利。

【模式】“从田间到餐桌”一站式宅配到家

“做有机农业最难的并不是技术问题，最难的还是用户。”张同贵认为，有机产品的成本远高于普通产品，因而售价相对也高，关键是谁来消费呢？多利农庄没有选择传统农业的道路，而是另辟蹊径开创了“从田间到餐桌”直供会员的服务模式。按照营养师建议提供各种蔬果搭配品种，会员通过互联网下订单，接到订单后多利农庄会安排人员在配送前一天采摘，然后用自建物流系统冷链直送到客户家中，保证了蔬果的新鲜和营养。2001年，多利农庄的销售额达到3000万元，初步实现盈利。2010年11月，青云创投和汉理资本注资多利农庄8000万元；一年后，以德同

十多年前，国内有机蔬菜产业还未成气候，摸爬滚打多年的川菜馆老板张同贵凭借经验，敏锐地察觉到有机农业的广阔市场前景。2005年，张同贵在上海浦东创办了多利农庄。一直以来，多利农庄采用“从田间到餐桌”直供会员的服务模式，严格管理、把控有机蔬菜的品质。为了达到高标准的有机种植，多利农庄在全国各地陆续开拓了上海浦东大团基地、崇明基地、海南三亚基地、海口基地、东方基地、陕西太白基地、山东孟戈基地、四川郫县基地、九寨沟基地等九大基地，累计投资近10亿元用于水和土壤的改良。经过十多年的辛勤耕耘，多利农庄现已成为全国规模最大的有机蔬菜种植企业。

资本领衔的4家私募机构再次注资多利农庄1.8亿元，加快了多利农庄扩大基地建设的步伐。

经过深入的市场调查，张同贵发现多利的目标消费群体强调的是安全、新鲜、品质，价格因素不是主要的考虑范围。要满足这群高端消费者的需求，除了产品品质之外，销售、物流配送、客户关系维护等环节，都是提升客户满意度的要点。为了进一步提高用户体验，多利农庄打造信息联网，实现生产到服务整个控制系统的统一和信息的共享。每一个大棚和菜地都有专门的设备进行田间精细化管理，设备可以从技术上测定土壤和植物实时生长状态；消费者通过包装上的编码，通过网络可以追溯到种子的购买信息、播种、施肥、采收、包装、物流等每个环节的信息。

“最后一公里”往往是影响用户体验的最后一环，只有真正的冷链运输，产品从田间到餐桌不超过24小时，才能最大程度确保新鲜、健康。多利对蔬菜的运输保护可谓是不惜成本，蔬菜离开田头就用技术使其快速遇冷进入休眠状态，再进行冷链配送。为准时准点将蔬菜送到顾客家中，张同贵自建物流系统，重资购入冷藏车配送，每单的送菜成本是十多元。

【创新】在陆家嘴滨江建立多利农庄有机体验中心

尽管有机产品销售畅旺，但张

同贵认为，多利不是单纯在卖菜，而是倡导一种生活方式。走进多利农庄，犹如漫步在旅游风景区里，河水清澈见底，天然的河道把多利农庄分隔成一个个小岛。岛内道路宽阔平坦，沿途加拿大式的尖顶木屋，环保集装箱改装而成的接待中心，让人有一种置身于欧洲小镇的感觉。在多利农庄，可以举行商务宴会、企业年会；可以品尝有机小火锅的农家菜；还可以有氧漫步，参观各个种植区，甚至可以进行有机蔬菜种植体验。

2013年，张同贵重金请来上海世博会德国馆原班设计团队精心打造，在陆家嘴开设了多利有机会所，将农业与“奢华”结合。“我们会所里的餐厅不仅仅是餐厅，主要是体验。这样做的目的是更好地服务于CBD。CBD的人看起来很光鲜，以往吃的却是十几块钱不卫生的盒饭。我们建这个会所，一是解决我们员工吃的问题；二是品牌展示，因为到农庄太远了。所以才把体验中心放在陆家嘴。”

【发展】大道至简，大胆拥抱“互联网”

“互联网+”为有机农业提供一个新的平台，很多农产品可以搬到网上去卖了。大道至简，不想设法突破瓶颈，就可能永远看不到希望的曙光。目前，多利农庄在会员制直销模式后，又开拓了直营商模式，用上了多利官方商城、微商

城、微信和APP等线上工具，产品线也从有机蔬菜延伸到米面粮油、水产海鲜、肉禽蛋奶等，逐步扩大了消费群体。此外，多利还加强了用户体验，去年6月份与法国丽世集团签约打造“中国首个美丽乡村酒店”——多利农庄深度有机体验生态游，还将建立“多利岛”打造O2O体验店，并抓住迪士尼项目让更多的人认识多利、了解多利、走进多利的有机生活。张同贵表示，多利，多利，意思是多方得利。从上海起步到基地遍布全国，这是多利人的梦想，也是多利一直坚持并将继续为消费者提供全品类健康优质食品努力的方向。

【未来】多利打造平安好生活

2015年多利与法国丽世集团签约，共同打造“中国首个美丽乡村酒店”。2016年，中国平安战略控股多利农庄，联手多利开启“平安好生活”项目。在“平安好生活，多利来‘食’现”口号的引领下，多利立足于有机蔬菜生产，并放眼全球优质食材供应链，以多利的品质标准，转型升级为：为中国家庭用户提供新鲜、安全、健康、美味的全品类食材，以建立全品类、全渠道营销体系为目标，构建新一代大众安全食品供应链体系，提供产品从生产基地直送到用户餐桌一站式服务，打造面向全国消费者的健康安全“食”生活方式。