

# 领跑行业，红太阳动能何来？

继今年3月在第二十届CAC国际农化展上独揽“CAC共创奖”“CAC卓越贡献奖”“2018中国农药出口前20强”三项大奖之后，近日，红太阳股份再次跻身中国农药行业销售前三甲，进一步夯实了其在中国农化行业的领跑者地位。

近年来，红太阳股份的表现用“惊艳”一词来形容恰如其分：荣膺世界农药行业最高荣誉——Agrow Awards“全球最佳供应商”称号，斩获Agrow Awards“新兴地区最佳企业奖”，在国际农化市场上树立起了中国民族农药工业的标杆。

## “强”技术，产业链效能集中释放

在红太阳股份董事长杨寿海看来，公司近年来的爆发式增长，主要得益于技术创新驱动下产业链效能的集中释放。

红太阳以“吡啶”而闻名业界。这一被国外垄断半个世纪的三药及三药中间体“芯片”技术，被红太阳八年磨一剑成功攻克。此后的十多年间，红太阳一方面围绕吡啶技术不断上延下拓构建全产业链，另一方面则积极利用“生物技术+数字化”手段对传统技术进行改造。

所谓生物技术，就是摒弃原来以石油和煤为原料合成乙醇来生产农药的传统路径，改由以红薯、木薯和秸秆等可再生资源为原料制备乙醇，从生产源头上实现生态、环保、可持续；所谓数字化，则是在生产和管理过程中引进数字化理念、设备和技术，从而提高产品的质量和效率，增强产品的市场竞争力。

在技术创新的催化之下，红太阳成功构建起了“生化吡啶碱”“新型除草剂”“拟除虫菊酯”三大环保农药产业链生态圈，效能高速释放。汇集了百草枯、敌草快、毒死蜱等红太阳核心产品的生化吡啶碱产业链目前已经占据全球60%的市场份额；新型除草剂产业链中，红太阳自主研发

了草铵膦、L-草铵膦，符合国际绿色、安全环保标准，市场前景广阔；同样采用新技术路线打造的拟除虫菊酯产业链也将逐步完善。公司已经成为全球农业不可或缺、不可替代的资源类公司。

“拓”渠道，国内外市场精准发力

除了产品，日趋完善的国际国内一体化销售渠道为红太阳股份赢得发展先机提供了强有力的保障。红太阳目前已在全球获得“绿色通道通行证”千余件，产品销往100多个国家和地区。

近年来，国际国内农化市场机遇与挑战并存。国际上，随着杜邦和陶氏合、拜耳收购孟山都等世界农化巨头们的强强联手，全球市场份额的抢夺之战愈加激烈；国内，随着国家农药化肥零增长政策的进一步贯彻实施以及机械化、智能化施药体系的完善，国内农药使用量不断下降，使用市场规模触顶。

在此背景之下，红太阳近年来的市场突围策略颇具前瞻性，创新渠道建设进军终端市场，进而抢占制高点。

在国际市场端，红太阳打破以往多与国际农化跨国公司、外贸公司合作的局限，积极推动产品分销渠道下沉，打入国际终端市场，渗透红太阳的品牌价值和影响力。去年，红太阳股份先行先试，完成对阿根廷一家渠道公司的收购，借由这一渠道将红太阳品牌产品销往当地。由于有效减少了竞争阻力，在去年当地自然灾害频发的情况下，红太阳产品在阿根廷市场的销售仍然实现了30%的增长。

在国内市场端，红太阳探索建立立体化、多渠道的销售网络，抢占制高点。在利用传统分销方式将农资销往全国2000多个县（市）的基础上，红太阳在广东、江苏等12个省先行试点由“产品”供应商向“方案”服务商转变。客户在分享红太阳农资产品的同时，可享受由公司提供的全程化、专业化病虫害防治解决方案和服务。



## “抓”机遇，资源整合激发新动能

近年来，国家“一带一路”、乡村振兴、精准扶贫、健康中国等战略推行实施，这让红太阳嗅到了新的商机：整合资源、买卖世界。

红太阳从集团层面探索启动“双绿”工程，即“绿色农资进村入户，绿色农产品进城入区”的国内“双绿”工程和“中国绿色农资服务全球，全球绿色农产品健康中国”的国际“双绿”工程。这是红太阳基于自身资源优势，研判市场形势、直击消费痛点做出的重要战略规划。

当前，随着生活水平的提高，市民对天然健康农产品的需求日益增长，但国内名特优农产品多数种植在偏远贫困地区，由于渠道不畅，不

仅市民难以买到，农民同样面临丰产不丰收的困局。红太阳“双绿”工程的“路线图”是：在国内，建立“3G一标一码”标准体系，用大数据指导农民科学栽种、用药、施肥，确保全程可追溯，同时通过智能物流和线下体验店，让市民买得放心、吃得健康；在国外，则充分将红太阳绿色农资销往全球上百个国家的市场优势转化为资源优势，将国外天然绿色健康农产品引入中国市场，端上市民餐桌。

杨寿海表示，“双绿”工程承载的不仅是红太阳大农业拥抱大数据迈向大健康的产业“版图”扩张，更是中国民营企业产业富民、健康百姓、惠及全球的家国情怀和使命担当，将为红太阳高速发展注入新动能。

张春丽

## 变资源优势为特色优势

# 红太阳打造国家级富硒功能农业示范区



近年来，随着生活条件的改善，人们对食品的营养要求越来越高，而硒作为人体必不可少的微量元素之一，逐渐受到人们的重视，富硒产业也成为最具特色、最具发展潜力的产业。

2017年中央一号文件提出优化产品产业结构，着力推进农业提质增效，推动现代农业产业园建设。红太阳秉承“健康市民、致富农民、回报社会”的责任担当，依托石台县富硒资源优势，大力推进富硒生态农业园建设。

结构单一 农业模式亟待转型

硒是人体必需但又不能自身合成的微量元素，人体补硒，必须通过粮食等为主要摄入载体，发展富硒农业是解决我国缺硒问题，推进我国全民科学补硒的基本途径。石台有中国三大富硒地之一的美誉，富硒区(0.4—3.0mg/kg)占全县面积的70%，是不可复制的天然富硒地。

石台作为红太阳产业扶贫的重点项目，也是红太阳布局大健康产业的重要一环，如何将绿水青山变成金山银山，帮助更多农民脱贫致富是董事长杨寿海一直在思考的问题。据了解，当地农民普遍以农业种植为主，但种植结构较为单一，农业产业链短，又因无主导龙头企业，无标准品

牌，农民增收十分困难，如何合理利用富硒资源优势、将好的产品推广出去已成为制约石台发展的痛点、难点。

整合资源 建设富硒生态农业园 红太阳集团积极落实国家“创新驱动，供给侧结构性改革”和“绿色发展、产业扶贫”等系列战略方针，因地制宜，发挥富硒天然农业资源优势，紧紧围绕发展健康农业的核心思想，建设以农业生产产业链为主导的大型农业产业体，打造万亩富硒生态农业园，同时加快推进田园综合体和现代农业科技园的落地实施。

在“十三五”期间，公司拟投资8.8亿元，建设一区(万亩富硒农业产业园)、二园(富硒农业核心示范园、富硒养生农博园)、三中心(富硒农业研发中心、富硒产业加工中心、富硒产品检测中心)，将园区打造成富硒功能农业国家级示范点及华东地区最大的休闲农业、文化旅游、健康养生目的地，为“农民增收、农业增效、农民增收”服务。

## 增产增收 助力农民脱贫致富

今年以来，世界村富硒果园、富硒菜园、富硒田园计划已陆续推进实

施。目前，正在推进建设新品种试验基地，积极培育黄精、金丝楠木、仙人掌等特色农业，通过引进新品种、新技术，加强对种植的前、中、后全程跟踪指导，大大提升富硒苗木、富硒水果等的生产能力。今年还进行了五彩水稻的培育与种植，打造稻田景观，计划在核心区土地流转1000亩，辐射区农户种植，通过流转土地与产业扶贫相结合，以“农户+基地”的模式，为农户提供生产标准、技术和产品销售，帮助当地农民脱贫致富。

为了最大化发挥富硒特色，公司还计划打造富硒花海、富硒茶园等，将观赏和食用相结合，以旅游为动线，重点打造富硒蓝莓园和富硒车厘子园，带动当地农民应用新品种、新技术，促进产业结构调整，推动石台县现代农业的发展。

计划到2022年，园区建设全部完成，形成一批富硒农产品全国知名品牌。并充分利用石台良好的地理、生态优势，将万亩富硒生态农业园打造成“月月有花、季季有果、健康养生、世界唯一”的新型农业产业创意平台。

世界村万亩富硒生态农业园是对“健康中国”战略的深刻践行，是对中国特色农业现代化道路的积极探索，更是红太阳“绿色农资进村入户，绿色农产品进城入区”国内“双绿”工程计划和“中国绿色农资服务全球‘三农’，国际绿色食品健康中国”国际“双绿”工程计划的有力实施。未来，红太阳将与石台携手并进助力“健康中国”这一宏伟目标落地生根。

柳琴

(上接A1)

“互联网实际上是我们的一个平台，红太阳投入巨资建设了华东地区最大的数据中心，就是通过互联网这个工具实施对传统产业升级换代实行供应链管理。既为企业服务也为社会服务。红太阳也在转型研发油电混合动力新能源汽车，大家都知道中国的汽车未来仍然是个支柱产业，它将带动中国GDP的16%—17%，红太阳就是要进军这个新的领域。”

杨寿海说：“之前，有人说红太阳是中国绿色农药界的NO1，但是做汽车你不懂。”但是往往互联网经济，就是给红太阳一个弯道超车的机会。红太阳通过收购英国CCA，通过互联网和大数据对百年历史的汽车制造厂进行优化管理。“这一举措让中国第一台欧6发动机已经在红太阳下线，并且是全自动，拥有自主知识产权，世界领先。接下来，红太阳的自主品牌油电混合动力汽车品牌——“世界村”，即将面世，希望能打造又一个享誉世界的民族品牌。”

## 做企业要有小目标，更要有家国情怀

杨寿海不仅有梦想，也心存家国情怀。“我觉得一个人的一辈子，不在于有多大的财富，也不在于多大的官位，我觉得一个人在社会上读了书，就要为社会所贡献大小，这就是一个人的真正成就。所以我们去推广红太阳未来新的理念，叫成就人、幸福员工、回报社会。我们红太阳的使命和担当一直致力于——健康市民、致富农民、回报社会。我们未来的经营宗旨是为成功者升级、为创业者铺路、为合作者争先。”

谈及未来的小目标，杨寿海说：红太阳到2025年将创造1万亿市值，通过拥抱产业大数据、生物技术、新能源汽车等新兴领域，在新零售、新服务、新金融、新物流方向，带领出一批超亿元的企业家，创造三家世界五百强企业、五家上市公司。

在杨寿海看来，企业要创新转型，必须要向战略性新兴产业发展，必须要为国家为民族创造世界尊严。“今天我到任何一个国家，都有人尊重我。为什么呢？我觉得不是我伟大，而是我们这个国家已经伟大了。不是我伟大，而是我们红太阳团队创造的民族品牌、民族产品得到了世界的认可。”

新华社财经 李楠