



生鲜产品

如何走更远

郭 霄

杨梅是中国的特产，全球98%的杨梅产自中国，中国杨梅的主产区分布在北京北纬20°到31°之间，其中浙江省杨梅栽培面积和产量均居全国第一。杨梅虽好，却有几点“硬伤”：一是上市时间集中，整个销售期大约40至50天；二是不耐储存，常温条件下第二天就开始腐坏；三是产区集中，近几年虽然种植区域扩大到云贵川、江西等地，主要还是集中在南方一带，以至于在很多北方人的印象里，杨梅只是没有水分、甜腻的袋装零食。

除了“初疑一颗值千金”的杨梅，广东的荔枝、山东的樱桃、福建的枇杷、江苏的大闸蟹……都是古往今来不少吃货饕餮们在固定节气的念想。这些生鲜佳品面临的困扰类似：上市时间固定，产地集中，运输不便，让人看得见、吃不着。

现代人比古人幸运，因为有了冷链物流，可以足不出户，美味到家。所谓冷链物流，泛指冷藏冷冻类食品在生产、贮藏运输、销售，到消费前各个环节中，始终处于规定的低温环境的状态，是保证食品质量，减少食品损耗的一项系统工程。生鲜运输要求食品以最短时间、最少流程环节进入消费环节，既要保证生鲜品质的稳定、安全，还要控制物流过程中的损耗。最大的难点在于汇集冷链物流信息，建立拥有大量成熟的冷链物流企业的平台和确立标准化操作流程。目前大闸蟹产业已经具备完善的冷链销售系统，而杨梅的上市季节恰是大闸蟹的销售空档，如果能够有效整合资源，冷链的价值或能最大化。

有了冷链物流还不够，生鲜产品本身分为三六九等，残次品卖不掉怎么办？此时就需要延长产业链，做深加工。鲜果售卖对果品品质要求极高，价值创造也有限，而利用生物科学技术做成果醋、酒饮料、点心、保健品……不仅丰富了水果的风味，也解决了“果贱伤农”的后顾之忧。正如一位果农所言，有价值的农产品必须要有一定的科学含量，必须要研究其营养成分和对人体的作用，才能引导消费理念的变化。

着急的杨梅，谁来拯救

本报记者 肖尔亚



生鲜食品易腐坏，需要在储藏、运输和销售全过程低温保鲜。冷链物流渐成物流大战的一个重要砝码。而对于传统农业中生鲜产品的供应商来说，更要改变过去只看生产，不看市场的做法，要善于利用冷链物流，延长产品的生命周期，同时有力地保障老百姓餐桌上的安全。

杨梅季节的繁忙

“今天发杨梅还能送出去吗？”一位当地人为将当天采摘的杨梅发出，正在焦急地询问快递员。彼时已经是23:10，浙江省台州市仙居县的顺丰快递站点依然灯火通明，人声喧哗，数十位快递员在紧张地盘点货物，边上的大货车发动机轰鸣……6月26日深夜，当记者路过时发现，该网点整整齐齐地叠放了数千箱杨梅，包装上已经贴好了地址，只等运送到四面八方。

梅雨时节，正是仙居杨梅上市的黄金时段。杨梅是仙居农业的支柱产业，全县种植面积达13.5万亩，投产面积10万亩，产量6.5万吨。杨梅成熟时，连空气里都有一丝清甜。台州市顺丰快递公共事业部高级经理王建芳告诉记者，今年杨梅产量比去年增长不少，加上杨梅知名度提高，外地购买量增多，对快递的需求也越来越大。顺丰成立了专门的“仙居杨梅项目组”，在仙居的运力比去年翻了一番，最近运输货品中90%都是杨梅，公司调用了专门的冷链车，每天运送杨梅达16000箱，如果连续晴天，杨梅品质好，高峰期一天要运送20000多箱。运送一箱2.5公斤的杨梅快递资费为45元，4公斤的杨梅则需要65元，粗略一算，该县仅顺丰快递一天的营业额就达100万元！

冷库冷链的拯救

小小杨梅带动的还不止是物流业。杨梅没有外壳，采下后的保鲜期很短，有“1

日色变，2日味变，3日色味俱变”的说法，着实让果农头疼。如果遇到连续的下雨天，杨梅被打掉枝头不说，果实也霉变得更快。

有了冷库冷链，杨梅的命运得以扭转。浙江仙居恒翔网络科技有限公司总经理王旭伟告诉记者，他们今年4月开始在网上预售杨梅，除了自己的淘宝店铺，还整合了仙居当地的1000多家分销商，在一号店、聚划算也有销售，杨梅为中上品质，平均售价为一公斤80元。今年一次聚划算活动就销售了13200箱1.5公斤的杨梅，通过其他网络平台销售了14000箱3公斤的杨梅，占全县电子商务销量的三分之一。对于保鲜问题，王旭伟表示，下雨天他们会减少发货，如果必须发货会保证杨梅吹干时间和冷冻时间，再把经过降温和处理的杨梅放进特制的食品筐内，用包装袋套好。利用设备一边抽空袋子里的空气，一边注入氮气。氮气不活跃，可以隔绝空气，减缓杨梅的氧化。然后在保温塑料箱里放入生物冰块或者干冰，这样杨梅能保鲜5天左右，除了特别偏远的地区，大部分国内城市都能到达。

为了减少杨梅在路途过程中的损耗，王旭伟也选择冷链销售的模式，杨梅摘下来后包装好即进入冷链车，全程保鲜，直达北京和广东。仙居县速尔汽车货运服务部的章永伟和北京的多家冷链公司签订了合作协议。他告诉记者，他们一天要发往北京2000多箱杨梅，今晚发出，明晚抵达，后天中午12:00前抵达顾客手中，因为全程控制在零下1摄氏度，客户投诉率极低。“空运一般会经过好几个中转站，工人

操作时杨梅难免会磕碰，而冷链车虽然时间花了一天半，但是杨梅一直处于低温状态，品质更有保障。抵达目的地后无需冷库，直接配送到户”。

深加工产业链的空间

杨梅作为农产品，不仅为农民增加了收入，也带动了加工业的发展。据仙居县林业局特产总站王站长介绍，每年鲜销的杨梅大約80%，剩下20%主要用于制作杨梅汁、杨梅酒等产品。

浙江聚仙庄饮品有限公司致力于杨梅的综合开发，旗下产品包括杨梅果汁、干红杨梅酒、干白杨梅酒、杨梅利口酒、民间古酿杨梅酒等六大片系，30多个品种。董事长李维国告诉记者，杨梅的开发可以简单归纳为“上等杨梅鲜果卖，中端杨梅做饮品，低端杨梅做蜜饯”。聚仙庄坐落在杨梅山区之中，希望学习国外葡萄酒庄的模式：“中国的葡萄酒庄很多，但是杨梅酒庄还没有。聚仙庄希望打造成江南特色、融合杨梅文化的酒庄。”李维国说，一二三产业联动才能把产业做大，第一层是农业种植杨梅，二是杨梅产品加工，三是融合了文化特色的旅游。

目前，聚仙庄还和宁波的科研机构合作，研发杨梅籽油，杨梅果肉渣也可以提取花青素，制成保健品胶囊和天然色素。李维国表示，以前受限于交通和冷藏技术，杨梅走不过江北，北方人很多都不了解杨梅这种“小果”，现在市场发展向好，更显示出加工技术的重要性。聚仙庄的杨梅原汁采用非浓缩还原技术，不含任何调味剂，口感清爽，但运输中需要全程冷链，目前市场主要仍集中在长三角一带。

仙居仙梅实业有限公司总经理郑胜华从1992年开始经营杨梅生意，1998年成立公司，几年前他在舟山新区开辟了杨梅的种植区，他认为，杨梅的深加工未来将决定杨梅的产业价值。“杨梅产量越来越高，今年价格算是最低的一年，任何产品量大了价格肯定会上升，开发出像百事可乐那样叫得响的产品，打造品牌效应，才能解决杨梅发展的后顾之忧”。

流通业将助力
传统产业转型升级

本报记者 艾 芳 李鹏翔

从2006年开始，北京的消费率超过了投资率，至2013年最终消费率达到60%左右；北京社会消费品零售额2007年开始持续增长，至2013年达到8370亿元；当前北京批发零售业占GDP的比重超过12%，仅次于金融业。物流为主的流通产业在首都的经济结构中所占份额正与日俱增。

近日发布的《2013-2014中国城市流通竞争力评价报告》显示，全国流通综合竞争力排名前十位的城市依次为：上海、北京、广州、深圳、天津、青岛、杭州、南京、重庆、乌鲁木齐。

这一报告由中国国际电子商务中心内贸信息中心与首都经济贸易大学中国流通研究院合作完成。对于这一报告，中国国际电子商务中心内贸信息中心总经理王德利表示，与往年相比，今年排名呈现如下特点：首先，大部分城市流通竞争力排名相对稳定。特别是上海、北京、广州一直保持前三位。其次，乌鲁木齐、贵阳和南昌等部分城市流通竞争力快速提升。第三，部分城市虽然综合实力未进入前列，但流通业发展特色明显，比如呼和浩特、太原和西宁。

对于流通业在城市发展中的作用，北京市副市长程红在会上表示，在经济日益朝着服务业为主的经济转型过程中，流通产业的作用举足轻重。从经济运行的角度看，流通愈发成为关键环节。特别是在市场起决定作用的环境下，流通效率会对城市的运转效率起到至关重要的影响；从经济增长的角度看，流通业越来越成为主要的拉动力；从消费构成看，流通业将日渐成为支柱产业。

“流通业可以作为传统产业在转型升级过程中的重要突破口。”中国物流与采购联合会首席顾问丁俊发认为，在传统产业中推广供应链管理的模式，能够压缩产品库存，加快资金周转，减少流通环节，降低成本，节能减排，提升市场竞争力。

京东商城政策研究室主任张建设表示，通过对市场信息和消费需求的掌握，发挥流通产业的整合消费需求、引导生产的功能，大力发展以订单模式为标志的现代制造业和现代农业，将逐步成为传统产业和新兴产业融合的趋势。

4G终端竞争用户受益

本报讯 随着第四代移动通信(4G)网络建设和应用的飞速发展，移动终端竞争也更加激烈，各终端厂家纷纷推出各具特色的手机、数据卡等产品，而围绕消费需求开发的一系列新款手机更是吸引眼球，让消费者的选择越来越多。

6月24日，华为荣耀在北京发布全球首款八核4G手机——荣耀6。该机搭载我国自主创新的芯片海思麒麟920，采用革命性的超级八核芯片，具有领先的低耗电高性能芯片架构，最高理论下载速率可达300Mbps，是3G的14倍、普通4G的2倍，并重新定义4G时代电池续航新标杆。

此次华为荣耀6新款手机1999元的售价在4G手机市场以较高的性价比占据市场先机。6月25日荣耀6正式启动预约后，截止到6月26日晚六点左右，其在华为商城、京东商城和微信上的预约人数就超过200万人。显然，4G时代人们对手机的选择更加理性，消费者会根据手机的性价比、速度、电池续航能力、拍照、网络及游戏功能等选择更适合自己的产品。

值得关注的是，此次与华为荣耀手机同步推出了华为首款家庭智能中心产品荣耀立方、能通话的荣耀手环、荣耀引擎耳机，以及荣耀3C电信版等多款系列荣耀终端产品。显然，推出成系列产品已经成为品牌产品占据市场的趋势。

华为荣耀业务部总裁刘江峰表示，荣耀品牌从线上市场向线下市场拓展，并正在从国内市场向国际市场挺进。荣耀品牌致力于以电商模式为核心，打造真正贴合消费者需求的极致移动互联产品和服务，成为全球消费者拥护、追随的智能终端品牌。

(徐 涵)

广西百色芒果在京实现农超对接



6月28日，由广西百色市委、百色市人民政府和广西商务厅主办的2014北京·百色芒果季在北京启动，百色芒果种植供应企业壮乡河谷集团与北京多家超市连锁和互联网零售商签署农超对接协议。根据协议，百色的芒果种植农户可以将自己的产品通过统一的收购和配送渠道，以统一的品牌在京城超市销售，实现当地芒果种植由传统的小规模分散经营向产业化、规模化和集约化的现代经营模式转变。

新华社记者 李芒芒摄

本报记者 齐 慧

铁路货运：向现代物流企业迈进

发展。

货改一年来，有效遏制了各项运输任务指标的下滑局面，增运增收效果明显。数据显示，邯郸货运中心2013年装车完成日均1570车，卸车完成日均2664车，货物发送量完成3736万吨，货运收入完成350827万元，特别是货运收入实现了较大幅度的补欠，货改后邯郸货运中心累计补亏1914.4万元，年底实现货运收入同比增收33964万元。

在全路货运组织改革中先行先试的呼和浩特局，创新了铁路物流模式，建立了全路首家铁路区域金融物流服务平台、华北地区唯一依托铁路运输的塑料交易平台。

呼和浩特局主动牵头与中国银行乌海分行，应用现代网络技术，将铁路运输服务与银行金融服务有效整合，在全路率先创建铁路区域金融物流服务平台。这一平台打破传统的物流服务方式，引入全新的铁路电子商务服务模式和融通仓理念，取代原有现金汇票支付的繁琐复杂流程，提供电子支付服务以及融资信贷服务，规避了企业资金空转滞纳，降低了企业经营成本，提高了工作效率，真正实现“铁路稳固货源，企业降本增效，银行拓宽金融服务渠道，地方经济得以推动”的多方共赢局面。

“没有敢闯敢试的精神，就难以在货改中取得实质性的进展。呼和浩特局在货改中科学决策，敢于第一个‘吃螃蟹’，让我们货主真正‘尝了鲜’。”与铁路合作创建华北地区唯一依托铁路运输的塑料交易平台，内蒙古鸿达物资交易中心总经理赵斌对铁路服务赞不绝口。

正是在这样不断创新的推动下，铁路货运改革措施密集出台，很多铁路局干脆将营销网点布局到社会物流园区、大型物流市场、重要物资集散地、大型厂矿企业，将服务延伸至终端客户，努力承揽一手货源。

目前，全国铁路“门到门”运输办理站增至2066个，其中具备接取送达服务能力的车站972个，基本覆盖了全国大中城市。铁路正在努力改进，向着现代物流企业前行。

国家发展和改革委员会综合运输研究所研究员罗仁坚认为，就中国的经济地理版图而言，铁路作为一种低能耗、低排放、大运量的环保型运输方式，在综合物流体系中的“脊梁”作用非常重要。因此，铁路货运转型加大市场份额的同时，其实也就是降低社会物流成本和节能降耗的过程。

商海观潮

优信拍

加码二手车网拍业务

优信拍董事长兼CEO戴琨表示，二手车总量的增加使市场对于高效流通渠道的迫切需求日渐突显，优信拍希望以先进的二手车交易平台技术和完善的线上线下拍卖服务体系，为二手车流通提供新的解决方案。

目前，中国的二手车市场已进入了一个新的发展阶段，中国汽车流通协会预计今年全年二手车交易量增长8%至10%，交易总规模接近1000万辆。未来二手车将成为汽车产业的重要支撑点。

“二手车网络拍卖平台作为近年新兴产业模式，为行业开辟了高效的二手车流通渠道，并逐步与国际发达汽车市场接轨。”中国汽车流通协会副秘书长沈荣表示，优信拍线上拍卖的车源优势已辐射全国，落地现场拍卖中心则全面满足线下车辆过户和交付服务的需求，这将全新的二手车拍卖服务模式——O2O未来发展值得期待。

本报讯 记者王铁辰报道：作为中国二手车拍卖第一品牌和国内交易规模最大的二手车电商企业，优信拍近日正式进驻天津，完成了在国内北京、上海、广州、成都、天津五大城市的战略布局。其在五地建成的现场拍卖中心、交付中心配合线上竞价，已经将O2O(线上到线下)全链条彻底打通，使优信拍的业务覆盖到全国300多个城市地区。