

2015 新春走基层

首都“菜篮子”为啥这么鲜

——来自北京新发地农产品批发市场的调查

本报记者 张雪



“把新发地市场搬到您家门口”，韩建伟店里的这句话让记者印象深刻。在北京生活，买菜很方便，家门口的小店就有物美价廉的蔬菜。依靠城市中越来越成熟的农产品流通体系，新发地市场的新鲜果蔬甚至用不了半天就能端上我们的餐桌。

土里生、地里长的农产品，到了城市附近的农产品批发市场，就离市民的餐桌挺近了。这让记者突然想到，链条的另一头，带着露水的农产品要从田地里走出来，有多远？我国的大部分鲜活农产品都要经过产地收购、运输，才能进入新发地市场以及后面的链条。产地市场应该是销售农产品的第一场所和农产品流通的第一环节。但产地市场现在却是我国农产品流通体系中的“软肋”。和新发地这样的销地市场相比，产地市场往往基础设施薄弱，区域布局不合理，经营方式传统单一，很难发挥商品集散、价格形成、信息传输的三大市场功能。这不仅导致处于产业链上游的农民没有市场话语权，而且加大了鲜活农产品的市场波动风险。

城里的市民要吃好，离不开新发地市场。乡下的农民想在家门口把菜卖个好价钱，也需要新发地这样的市场。我们可以在农产品主产区多建设一批区域性的，乃至国家级的专业产地市场，政府的资金政策多扶持一点，在价格信息提供、冷库仓储建设、物流体系等方面做好基础设施建设，让农产品走到餐桌，再近一点、再容易一点。

张雪

新



“请记住我的品牌”

行的打算。

“还好，我这个人有不服输的性格，顶住压力坚持了下来。”如今的徐柱，已经是新发地市场赫赫有名的“猕猴桃大王”，去年，仅猕猴桃一个品类的销售额就达到了1亿元。

总结自己成功的经验，徐柱说，有两点很重要：一是要有高质的货源。这些年，他在陕西、四川、贵州等地固定收购优质猕猴桃，“达不到标准的不收”。4年前，公司流转了2000亩地，自己种植猕猴桃，从源头上控制质量。二是要有稳定的销路。靠品质打开市场，用时间积累信誉和口碑，建立起强大的销售网络。

徐柱说，他做事喜欢先行一步。五年前，他就有了品牌意识。好的产品要有好的品牌，才会被市场记住。品牌做强了，公司才会更强。“下次你来，能记住我的品牌不？”他呵呵一笑。

“把新发地搬到家门口”

张月琳一清早去看的店是第三家新发地菜篮子直营旗舰店。60多平方米的铺面里，既有老百姓的当家菜，又有进口水果，品种超过100个。为了赶在春节前开业，老板韩建伟一家忙活了20多天。头天晚上，韩建伟一宿没睡，凌晨5点又去新发地市场多选了几个品种。

韩建伟的店里有这样一句话，“把新发地市场搬到您家门口”。为了这句话，新发地市场从2008年开始在北京市区内布局便民菜店，以减少流通环节，平抑市场价格，方便市民买菜。张月琳说，今年主推的菜篮子直营旗舰店是便民菜店的升级版，“面积、品种、服务、管理都要上一个档次。旗舰店里设有监控，从新发地市场就可以看到店里销售和供货情况。”

张雨山摄



身份证“找”到了主

2015年2月16日 晴

北京南站值班站长 梁娜

除夕夜临近，北京南站也迎来了又一个客流高峰，因丢失物品来服务台寻物的旅客也多了很多。昨天，北京南站的工作人员捡到一个钱包，内有1800元钱、几张银行卡和一张身份证。我接到该物品后，第一时间通知广播室播音寻找失主，可是广播了很多遍，一直等到下班也没有人认领。

今天一上班，依旧没有人来认领丢失的钱包。怎样才能找到失主呢？这时，我突然想起可以尝试按照身份证信息联系到旅客。旅客身份证上的住址栏处注明是北京某小区，我便试着拨打114电话查询该小区的物业电话。在联系上物业后，再通过物业找到该住户家，留下了北京南站联系电话。最终，我们接到了旅客的电话，在他准确报出身份证号码并且核对丢失钱包内的物品之后，我们和旅客约定好时间来南站领取失物。

旅客激动地对我说，本来对丢失的钱包已经不抱任何希望了，因为里面除了身份证外，没有任何联系方式，而他自己都不记得丢在哪里。当他得知南站的工作人员这么费劲找到了他时，他都不敢相信，钱包失而复得，终于能开开心心过年了。

(本报记者 祝君璧整理)

冬日，凌晨四五点钟，黎明前夜色中的北京新发地农产品批发市场在寒风中醒来。四面八方的买卖人等不及天亮，伴着点点灯光，用各种方言打招呼、问价钱，工人不停地卸货、装车，一单单生意就这样达成了。每逢春节临近，新发地市场都要比平时忙碌几倍。

从1988年全年交易量不足1万吨，到2014年交易量攀升到1450万吨，如今的新发地市场已是北京交易规模最大的专业农产品批发市场，承担着北京市80%的蔬菜和90%的水果供应。对于京城百姓而言，实现从“有啥吃啥”到“吃啥有啥”的转变，新发地市场功不可没。

“在新发地忙碌，挺值的”

不到6点，大大小小的货车已经在新发地市场的主干道上汇成车流，它们赶着把新鲜的蔬菜、水果输送到这座城市的四面八方。新发地农产品股份有限公司总经理张月琳的车也夹在其中。这天，在距离市场20公里外，又有一家新发地菜篮子直营店开业，他要过去看看，“现在是最忙的时候，上班有点儿，下班没准儿，我们都习惯了。”

新发地是张月琳的家，生于斯、长于斯，他眼看着市场从铁丝网围起的15亩地，扩大到今天1800亩的规模，自己的身份从一个旁观者变成了管理者，生活与工作都和这片土地分不开了。

张月琳说，他现在最大的心思就是保障新发地市场平稳运转。因为，北京市场的平稳运转离不开新发地市场的平稳运转，“特别是春节期间，保障北京的蔬菜、水果供应，是新发地市场的重要任务。”

算下来，每天平均有3万多吨新鲜蔬菜、水果从新发地市场流向各个二级批发市场，再经过超市、菜市场，最终端上千家万户的餐桌。“就算碰到极端天气等特殊状况，也要让老百姓吃得上、吃得好。”张月琳说，这个责任太重了，“不过，这挺值的。”

为了保证供应，从2009年开始，立足京城的新发地市场加快了向外走的脚步，目前已经在内蒙古、上海、山西等地建立了13家分市场和几百万亩基地。张月琳说，新发地市场最远“走”到了海南，春节期间的很多新鲜蔬菜、水果就要靠海南分市场供应。虽然从全年看，海南的蔬菜销量只占新发地市场的5%，但是在短时间内能占到50%的比例。

今年，新发地市场将建成一座国内自动化程度最高、物流设备规模最大、功能最齐全的第三方物流冷库。12万吨的规模能在北京遭遇极端天气时保障农产品7天供应不中断，并能有效调节因供需变化造成的价格波动。

从2010年起，新发地市场开始进军电子商务。对于电子交易中心办公室主任徐洋来说，节前的加班已是常态。一方面，要维护B2B平台，为产地的合作社、大户与新发地的批发商提供供求信息，让双方顺畅对接，避免市场行情出现大的波动；另一方面，依靠知名电商平台，主攻B2C业务。徐洋说，“虽然目前线上交易远不及线下交易的规模，但成长速度让我们惊喜。”

张月琳相信，未来的新发地线下、线上市场将互为补充，更好地服务京城百姓。

镜头

新发地市场承担着北京市80%的蔬菜、90%的水果供应，批发商们把来自全国各地的新鲜蔬果装上车，运向各个二级批发市场，再经过超市、菜市场，最终端上千家万户的餐桌。春节将至，新发地市场的商户纷纷加班加点备货，保证春节期间市场供应平稳。

张雨山摄



更多新春走基层
报道请扫二维码