

价格周报

批发市场
鸡蛋、水果价格小幅下跌

据农业农村部监测,2019年第31周(2019年7月29日-8月4日,下同)“农产品批发价格200指数”为109.79(以2015年为100),比前一周降0.58个点;“菜篮子”产品批发价格200指数”为111.05(以2015年为100),比前一周降0.68个点。重点监测的50家批发市场60个品种交易总量为54.41万吨,比前一周增8.4%。

猪肉价格小幅上涨,鸡蛋小幅下跌。猪肉批发市场周均价每公斤24.55元,环比涨1.2%,为连续9周小幅上涨,同比高34.6%;牛肉每公斤61.69元,环比涨0.4%,同比高9.9%;羊肉每公斤63.03元,环比涨0.4%,同比高15.7%;白条鸡每公斤16.69元,环比涨0.4%,同比高14.8%。鸡蛋批发市场周均价每公斤9.33元,环比跌4.3%,同比高12.8%。重点监测的以上5种畜产品周交易量(50家重点批发市场交易量合计,下同)1.76万吨,环比增6.7%。

多数水产品价格小幅上涨。白鲢鱼、鲫鱼、花鲢鱼、大带鱼、大黄花鱼和草鱼批发市场周均价每公斤分别为7.88元、14.95元、14.33元、36.77元、43.72元和12.43元,环比分别涨3.3%、2.7%、2.7%、1.0%、0.3%和0.2%,鲤鱼每公斤11.63元,环比跌0.4%。7种水产品周交易量1.57万吨,环比增10.6%。

蔬菜均价略有上涨。重点监测的28种蔬菜周均价每公斤3.98元,环比涨0.3%,同比高6.1%。分品种看,17种蔬菜价格下跌,2种持平,9种上涨,其中,菜花跌幅较大,环比跌12.4%,茄子、青椒、洋白菜和大白菜分别跌7.2%、7.0%、6.8%和6.5%,其余品种跌幅在5%以内;大蒜和芹菜环比基本持平;黄瓜、菠菜和韭菜环比分别涨15.7%、11.5%和10.0%,其余品种涨幅在10%以内。28种蔬菜周交易量40.07万吨,环比增9.7%。

水果均价连续6周下跌。重点监测的6种水果周均价每公斤7.00元,环比跌4.0%,为连续6周下跌,同比高40.0%。分品种看,巨峰葡萄、鸭梨、富士苹果、菠萝、西瓜和香蕉环比分别跌7.6%、6.6%、2.2%、2.0%、0.9%和0.6%。6种水果周交易量10.64万吨,环比增8.2%。

集贸市场
生鲜乳价格上涨

据对全国500个县集贸市场的定点监测,7月份最后一周(采集日为7月31日)生猪、鸡肉、牛羊肉、生鲜乳价格上涨,鸡蛋、豆粕价格下降,玉米、配合饲料价格稳定。

生猪价格。全国活猪平均价格18.48元/公斤,比前一周上涨1.4%,与去年同期相比(以下简称同比)上涨44.8%。江苏、天津、辽宁、吉林、山东、黑龙江、新疆等省(区、市)活猪价格下降,河南价格持平,其余省(区、市)价格上涨。华南地区活猪平均价格较高,为21.83元/公斤;西南地区较低,为16.28元/公斤。全国猪肉平均价格29.18元/公斤,比前一周上涨1.4%,同比上涨37.8%。辽宁、黑龙江、江苏等省(市)猪肉价格下降,山东价格持平,其余省(市)价格上涨。华南地区猪肉平均价格较高,为33.62元/公斤;西南地区较低,为26.72元/公斤。全国仔猪平均价格43.52元/公斤,比前一周上涨0.7%,同比上涨75.3%。江苏、贵州、四川、上海、湖北、辽宁、浙江、甘肃、黑龙江、福建等省(市)仔猪价格下降,天津、江西价格持平,其余省(市)价格上涨。东北地区仔猪价格较高,为55.32元/公斤;西南地区较低,为25.37元/公斤。

鸡蛋价格。河北、辽宁等10个主产省(市)鸡蛋平均价格9.25元/公斤,比前一周下降3.3%,同比上涨13.8%。全国活鸡平均价格20.70元/公斤,比前一周上涨1.1%,同比上涨13.2%;白条鸡平均价格21.31元/公斤,比前一周上涨0.8%,同比上涨13.9%。商品代蛋雏鸡平均价格3.79元/只,比前一周上涨0.5%,同比上涨15.9%;商品代肉雏鸡平均价格4.56元/只,比前一周上涨8.8%,同比上涨45.7%。

牛羊肉价格。全国牛肉平均价格70.70元/公斤,比前一周上涨0.5%,同比上涨10.2%。河北、辽宁、吉林、山东和河南等主产省(市)牛肉平均价格63.55元/公斤,比前一周上涨0.3%;上海、浙江、福建、广东和江苏等非主产省(市)平均价格83.77元/公斤,比前一周上涨0.3%。全国羊肉平均价格69.76元/公斤,比前一周上涨0.4%,同比上涨14.9%。河北、内蒙古、山东、河南和新疆等主产省(区)羊肉平均价格67.85元/公斤,比前一周上涨0.3%;上海、浙江、福建、江西和广东等非主产省(市)平均价格72.72元/公斤,比前一周上涨0.3%。

生鲜乳价格。内蒙古、河北等10个奶牛主产省(区)生鲜乳平均价格3.61元/公斤,比前一周上涨0.6%,同比上涨7.1%。

饲料价格。全国玉米平均价格2.11元/公斤,与上周价格持平,同比上涨3.9%。主产区东北三省玉米平均价格为1.87元/公斤,与上周价格持平;主销区广东省玉米价格2.23元/公斤,比前一周上涨0.5%。全国豆粕平均价格3.18元/公斤,比前一周下降0.3%,同比下降4.5%。有肥猪配合饲料平均价格3.02元/公斤,与上周价格持平,同比上涨1.0%;肉鸡配合饲料平均价格3.12元/公斤,与上周价格持平,同比上涨1.0%;蛋鸡配合饲料平均价格2.85元/公斤,与上周价格持平,同比上涨0.7%。

本栏目稿件由农业农村部市场与信息化司提供

天津红桥区和苑街道
启动“绿色蔬菜进社区”活动

日前,天津市红桥区和苑街道正式启动“绿色蔬菜进社区”活动。据了解,和苑街道与大白庄镇签订党建共建协议,开展街镇共建,开通蔬菜和农产品直通车,将大白庄镇所属农村合作社生产的新鲜蔬菜和农产品,直接送到和苑街道所属社区,并在营和园社区建立了“直通车生活超市”,不仅拓宽了大白庄镇农产品销售途径,也解决了和苑街道部分社区周边无蔬菜、农产品销售点的现状,有效缓解了周边居民买菜难、买菜贵的问题。

营和园社区负责人陈禹介绍,超市中的蔬菜都来自大白庄镇农作物种植专业合作社,“凌晨采摘,然后直接送到我们的超市,一般每天能有十几个品类。”陈禹说:“昨天开始,我们这销售的蔬菜都贴上了二维码,只要扫码,就可以查看农户信息,查看蔬菜的源头,让百姓真正吃上放心菜。”

“绿色蔬菜吃着放心、价格公道,这菜店开在小区里买菜还方便。”家住和苑街道营和园社区的张淑英拎着刚买的蔬菜水果,高兴地说着自家社区菜店的种种好处。据居民反映,生活超市的蔬菜价格基本与市场同类产品价格持平,有些还略低于市场价格。

吴彦 谢丽先 任军

□□ 本报记者 赵宇恒 鲁明

来自甘肃省山丹县的1.2万吨青割燕麦草有了着落。日前,在甘肃省临夏州举办的“三区三州”贫困地区农产品产销对接活动暨“甘味”品牌推广签约仪式上的一份采购协议中,这些青割燕麦草以2280万元的价格销售给了四川省眉山市一家企业。产销对接让当地漫山遍野的“小”牧草有了销路,真正成为了助推群众脱贫致富的“大”产业。

当前正是蔬菜瓜果上市旺季,具有针对性的产销对接活动让更多“三区三州”特色农产品及时与国内终端大市场对接,逐渐建立起长期稳定的购销渠道,促进农产品销售,稳定农户收益。

搭建对接平台,集中展示洽谈

活动现场熙熙攘攘,不时会有客商来到展位前仔细询问。据了解,甘肃、青海、宁夏、新疆四省区104个贫困县的500多家供货商携带当地特色优质农产品,对接来自全国各地的300多家采购商,开展经贸洽谈,营销推介品牌农产品,展示产销农产品达到20个大类1800多个品种。

甘肃省临夏县南塬乡张河西村水漫滩社的圆梦种植专业合作社将合作社的主要产品之一——油桃带到了现场,又大又红的油桃吸引了不少观展者前来品尝。“脆得很,好吃!”临夏本地的观展者张女士说,“听他们说马上还有采摘节,我准备去采摘5斤。”

“合作社去年刚成立,现在已有50多户,其中贫困户有28户72人。去年,水漫滩社水果收入10万元以上的农户有3家。今年是坐果的大年,油桃批发价总体比去年便宜。”合作社负责人李军龙介绍,合作社打造了集观赏采摘、品尝体验、休闲娱乐为一体的采摘园,



对接会上展示的“甘味”品牌特色优质农产品。赵宇恒 摄

还计划举办采摘节,希望通过采摘增加农民收入。“从兰州两个半小时就能到张河西村,我们想通过这次产销对接活动让更多消费者来看一看。”

“江南市场的经销商与甘肃的企业建立了广泛的联系和良好的合作。甘肃的高原夏菜从每年5月到10月能够持续供应江南市场,很好地弥补了南方高温季节蔬菜供应的缺口。”广州江南果菜批发市场副总经理赖勇金说,“甘肃的产业扶贫推进力度大,产销对

接工作来真的、干实的,这对江南市场来说是好事,也是机遇。我们会做好农产品流通保障,支持产业扶贫。”

“甘肃西芹、青笋、菜花、西兰花、娃娃菜、甘蓝等高原夏菜和马铃薯、百合、苹果等特色农产品深受杭州及长三角地区消费者的喜爱,是我们杭州农副产品物流中心蔬菜市场的拳头产品,尤其是高原夏菜,品质优,绿色营养,每年夏秋高温季节还会出现供应紧张的情况,蔬菜价格也很坚挺,一般都是市场里的高价品种。”杭州农副产品物流中心副总经理邵树华介绍,杭州及浙江省内其它城市对甘肃特色农产品需求量颇大,也是甘肃农产品重要的销地市场,产销对接活动提供了一个集中展示与洽谈的平台,让终端市场能够直接“对话”贫困地区特色优质农产品,协商议定大宗农产品销售价格,对推动贫困地区构建稳定购销关系有很大帮助。

稳定对接渠道,畅通农产品销路

这已是农业农村部今年举办的第三场贫困地区农产品产销对接活动,此前两场活动签约金额达55亿元,此次活动现场签约金额12.28亿元,意向采购金额达68.49亿元。不过,对贫困地区来说,在产销对接活动现场固然可解燃眉之急,如何利用这一平台在活动之后稳定对接渠道,在日常的农产品销售中措置裕如更加重要。

甘肃省东乡县卧龙山林果种植农民专业合作社有52户建档立卡贫困户,为了帮助贫困户打开销路,合作社采用“合作社+农户+产品+电商”的模式,优先收购社员的产品帮其销售。“合作社现在有育苗基地、生产加工厂房、保鲜冷藏设施,是集林果育苗、优良品种培育、农副产品加工、技术培训、市场营销和网络直销为一体的综合性实体,有后续的



对接会现场,参展商正在向消费者推介农产品。赵宇恒 摄

“村社合一”合作社,合作社负责辣椒的种植、管理、回收、销售、技术指导等工作,贫困户参与劳作。现在,扶贫辣椒种植基地日产量可达13吨左右,与西安欣桥果蔬市场、庆阳百佳超市达成了产品销售协议。订单辣椒产业的发展,鼓足了农户发展辣椒产业的信心,村民们就近务工吃上了产业饭。

农户和合作社在想办法,政府和产业内人士同样也在积极行动。为了保护贫困户的生产积极性,稳定预期收益,搭建产销对接的大平台、大管道、大桥梁,去年以来,甘肃省先后组建8个分产业产销协会,联合各级特色产业产销协会及营销队伍抱团出省,提升甘肃农产品价格话语权。截至6月底,产销协会已与北京、广西、天津等省内外相关企业、高校签订特色农产品采购、出口贸易协议,协议总金额近38.5亿元。

从产地到终端,销路畅通不仅仅是两个端口的对话,更需要物流作为保证,构建完善的市场网络体系。截止到6月底,甘肃已经有需求的贫困村建成果蔬保鲜库821座,购置厢式冷藏车197辆,其中“两州一县”建成果蔬保鲜库37座、购置厢式冷藏车15辆,贫困地区农产品冷链物流设施得到有效改善。

得益于各方的积极努力,甘肃省商务厅近期的调研显示,目前,全省蔬菜、水果等特色农产品在集中上市期销售良好,虽然由于丰产增收,有些产品价格较去年走低,但供销稳定,没有出现滞销积压情况。

创新对接方式,对标消费群体

在活动现场,记者发现,利用线上平台进行销售,正逐渐成为供货商的“标配”。

在甘肃省皋兰县什川镇下泥湾村的皋兰绿旺科技服务专业合作社的微信公众号上,记者看到,商城里基地现摘西红柿销量已经过万单,近期销售火爆的白兰瓜这一季也已经有200多份订单。“我们基地主要配送区域覆盖兰州城关区、七里河区、安宁区和皋兰县城,消费者通过公众号每天中午12点之前下单,当日5点之前就能送到家。”合作社社长魏公军说,从2016年起,该合作社注册成立了兰州迈绿达农产品有限公司,开启了农产品“电商配送”销售模式,直接面对终

端消费群体。

甘肃省秦安县新润果园的展位前,公司总经理郑建军拿着一张带有二维码的宣传册邀请客商扫码认购苹果树。“顾客在微信店铺付款成功后,公司会统一记录登记排号,在承诺时间段分次发货。公众号上也会定期展示果树成长、施肥、浇水等信息。”郑建军介绍,秦安县有60万亩苹果树,10万亩桃树,“我们利用电商平台做了一个‘桃跑计划’的项目,销售推广秦安蜜桃,一箱8斤左右,售价128元。第一季卖了1万多件,第二季卖了1.5万件还多,最远卖到了海南。”

金昌市永昌县青山农场被巴丹吉林和腾格里两大沙漠围困,只能种植需水量少的农作物。2015年,农场开始种植贝贝南瓜。尽管南瓜口感甜糯,很讨人喜欢,但却始终打不开市场,销售价格一低再低。“本以为推广种植这样高品质的南瓜应该能给农场带来不小的经济收益,却没想到销路成了最大的问题。在甘肃最初推广种植贝贝南瓜的民勤县,卖得最好的商家一个月也只卖出了1000多单。”永昌县返乡创业大学生李斐说,“一开始把贝贝南瓜带回青山农场的时候,对于贝贝南瓜、网络销售不甚了解的农户心里都没底,就连我的爷爷都问我,‘一旦种起来,你能保证都卖得掉吗?’”

李斐根据电商平台的建议,对标消费群体,扩展南瓜消费场景,把贝贝南瓜打造成办公室5分钟速食品牌。因为贝贝南瓜体积小,便于微波炉加热,办公室场景也利于分享,这使得贝贝南瓜得以在年轻白领中口碑相传。李斐说:“青山农场500亩南瓜只用了50天就在聚划算上销售一空,平均下来每亩地有4000块钱的收益,除掉成本,每亩的利润有1000元左右。”

“甘肃有许多优质农产品,但是多年来许多产品还没有大批进入华东、华南、东南沿海的白领们还很少认知这些产品。”阿里巴巴天猫和淘宝平台营运事业部总裁刘博说,“我们希望通过阿里巴巴平台了解消费者需求,通过网上订单来增加农特产品销售的确定性、放心性,实现高质量的溢价,并提高农产品品牌化和价值化,让农户放心在农业种植上投入更多精力,而不担心销售的问题。”

流通大观

分级售卖,冷链物流,以线上带线下——
贵州玉屏200万斤“金果果”热销

□□ 张敏 李晚霞

近日,贵州省铜仁市玉屏侗族自治县种植的黄桃陆续成熟上市,200万斤“金果果”正在线上线下同步火热销售中。

在玉屏皇桃冷链物流中心,工人们正分拣、包装着线下销售的黄桃,套袋、整理装箱,到处一片繁忙的景象。据了解,这里的黄桃都是由全县各农民专业合作社或种植大户采摘后运送过来的。

田坪镇金竹村兴盛黄桃农民专业合作社负责人吴可才说:“今天我拉了5000斤黄桃到皇桃联社,经过联社负责人验收、分拣、包装、进库,再通过线上线下销售出去。有了皇桃联社统一管理销售,今年我们的黄桃销路也不愁了。”

目前,该县各黄桃基地每天采摘的鲜果都由玉屏皇桃果业农民专业合作社联社进行统一调配,确保各基地送达冷链物流中心的黄桃品质。

“今年我们的玉屏黄桃,线上线下都在陆续销售中。目前产量可能有200万斤左右,另外,今年物流合作有顺丰、邮政、韵达、圆通、申通和

唯品会下面的品骏快递公司,省内发货基本上隔天就能到,省外48小时到达。”玉屏皇桃果业农民专业合作社理事长吴祥均说。

在物流中心里,前来考察黄桃品质的客商仔细了解了玉屏黄桃的品质、储存、运输情况。工人们正在搬运各基地采摘送来的新鲜黄桃,并通过分拣、调整重量的方式,分别包装出一级和二级线上销售的黄桃。一箱箱包装好的黄桃被运送到冷库中,前来拉货的物流车也在物流中心门口有序装车、配送。

“我这边主要负责一级黄桃分拣,通过称重使每一箱一级黄桃都严格控制在8斤左右。”包装工人舒迪说。

据悉,玉屏皇桃冷链物流中心目前订单量已达上万单,销往省内外各地,线下直接到该物流中心或各大黄桃基地购买的客户也很多。玉屏网络经济局副局长姚红艳说:“今年玉屏黄桃继续以线上带动线下的模式销售,我们的销售平台也从去年的5家增加到今年的10家。今年和以往不同的是,不是所有订单都在总部发,而是各家基地百花齐放,且各家基地的订单量都比较大。”



8月5日,安徽省合肥市庐江县庐城镇马店村果蔬扶贫产业园里,农民准备将采摘、分拣好的葡萄运往批发市场销售。

在庐江县有关结对帮扶单位的帮扶下,庐城镇马店村流转土地150余亩建起果蔬扶贫产业园,重点发展葡萄、火龙果、草莓等精品水果种植,招收园区周边的留守老人、妇女及贫困群众务工。目前,马店村扶贫产业园已吸收了38人就业并帮扶27户贫困户脱贫致富。

柳晓华 摄