

价格周报

批发市场 菜价持平略涨

据农业农村部监测,2020年第8周(2020年2月17日-2020年2月23日,下同)“农产品批发价格200指数”为136.95(以2015年为100),比前一周升0.04个点;“菜篮子”产品批发价格200指数”为142.63(以2015年为100),比前一周升0.09个点。

猪肉价格持平略降,鸡蛋小幅下跌。猪肉批发市场周均价每公斤50.07元,环比跌0.2%,同比高175.1%;牛肉每公斤72.59元,环比跌0.1%,同比高16.5%;羊肉每公斤69.17元,环比涨0.2%,同比高8.7%;白条鸡每公斤17.43元,环比跌2.8%,同比高6.7%。鸡蛋批发市场周均价每公斤6.95元,环比跌3.6%,跌幅与上周基本持平,同比低6.3%。

多数水产品价格小幅上涨。花鲢鱼、白鲢鱼、鲫鱼、鲤鱼、草鱼和大带鱼批发市场周均价每公斤分别为15.25元、8.60元、16.15元、12.45元、13.77元和34.41元,环比分别涨4.5%、2.3%、1.9%、1.5%、1.2%和10.4%;大黄花鱼每公斤42.56元,环比跌0.8%。

蔬菜均价持平略涨。重点监测的28种蔬菜周均价每公斤5.79元,环比涨0.2%,同比高19.6%。分品种看,16种蔬菜价格上涨,12种下跌,其中,青椒和茄子涨幅较大,环比分别涨8.6%和7.1%,其余品种涨幅在5%以内;韭菜、菠菜和大葱环比分别跌7.4%、5.9%和5.1%,其余品种跌幅在5%以内。

水果价格略有上涨。重点监测的6种水果周均价每公斤5.73元,环比涨0.5%,同比低4.0%。分品种看,巨峰葡萄、香蕉和鸭梨环比分别涨3.4%、1.7%和0.8%;西瓜、富士苹果和菠萝环比分别跌2.4%、1.3%和1.1%。

集贸市场 禽类产品价格下降

据对全国500个集贸市场的定点监测,2月份第3周(采集日为2月17日)生猪产品、生鲜乳、玉米、豆粕、配合饲料价格上涨,牛羊肉价格持平,禽类产品价格下降。

生猪价格。全国活猪平均价格37.51元/公斤,比前一周上涨0.6%,与去年同期相比(以下简称同比)上涨194.2%。29个监测省份活猪价格上涨,北京下降。华南地区活猪平均价格较高,为41.84元/公斤;西北地区较低,为33.12元/公斤。全国猪肉平均价格59.64元/公斤,比前一周上涨0.9%,同比上涨164.5%。29个监测省份猪肉价格上涨,甘肃下降。华南地区猪肉平均价格较高,为66.32元/公斤;西北地区较低,为52.58元/公斤。全国仔猪平均价格82.16元/公斤,比前一周上涨1.4%,同比上涨248.6%。河北、辽宁、江苏、湖南、贵州等26个省份仔猪价格上涨,上海、河南、甘肃、新疆4个省份下降。

鸡蛋价格。河北、辽宁等10个主产省份鸡蛋平均价格7.04元/公斤,比前一周下降4.0%,同比下降6.9%。全国活鸡平均价格19.35元/公斤,比前一周下降1.8%,同比下降2.6%;白条鸡平均价格22.97元/公斤,比前一周下降1.2%,同比上涨13.2%。商品代蛋雏鸡平均价格3.96元/只,比前一周下降3.6%,同比上涨15.8%;商品代肉雏鸡平均价格3.26元/只,比前一周下降1.5%,同比下降23.3%。

牛羊肉价格。全国牛肉平均价格85.70元/公斤,与前一持平,同比上涨22.9%。河北、辽宁、吉林、山东和河南等主产省份牛肉平均价格76.05元/公斤,比前一周上涨0.2%;上海、浙江、福建、广东和江苏等省份平均价格101.59元/公斤,比前一周上涨0.2%。全国羊肉平均价格82.46元/公斤,与前一持平,同比上涨16.8%。河北、内蒙古、山东、河南和新疆等主产省份羊肉平均价格77.77元/公斤,比前一周上涨0.6%;上海、浙江、福建、江西和广东等省份平均价格91.38元/公斤,与前一持平。

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3.84元/公斤,比前一周上涨0.8%,同比上涨6.1%。

饲料价格。全国玉米平均价格2.14元/公斤,比前一周上涨0.5%,同比上涨4.4%。主产区东北三省玉米平均价格为1.83元/公斤,比前一周上涨0.5%;主销区广东省玉米价格为2.27元/公斤,比前一周上涨0.4%。全国豆粕平均价格3.31元/公斤,比前一周上涨0.9%,同比上涨0.5%。育肥猪配合饲料平均价格3.12元/公斤,比前一周上涨0.6%,同比上涨3.0%;肉鸡配合饲料平均价格3.21元/公斤,比前一周上涨0.3%,同比上涨2.9%;蛋鸡配合饲料平均价格2.92元/公斤,比前一周上涨0.3%,同比上涨2.1%。

本栏目稿件由农业农村部市场与信息司提供

业界动态

湖南安化 推动黑茶产业“全链”复产

2月24日,海拔800米的美蓉山荆竹园茶园基地寒意渐消,茶叶专业技术人员翻山越岭,进园指导培管,抢在采摘前给茶树做好“营养餐”。这是湖南省安化县抗疫期间,多措并举促“全链”复产的一个场景。

安化是全国茶叶十强县,36万亩茶园春茶采摘,生产在即,该县复工复产首推茶业,针对茶产业链长,紧急出台《关于全力支持和组织推动企业复工复产的九条措施》等政策,重心向茶企倾斜,选派100名科级干部,进茶企、入茶园,开展“一对一”保姆式服务,帮助茶企搞好疫情防控,解决疫情期间用工难、贷款资金到位难、担保措施落实难等问题,提供生产技术、机械采茶、春茶收购等支持力度,瞄准产业链各个环节,全方位发力,确保茶业“全链”复产。如今,安化山里茶农忙碌茶园培管,栽种的身影,茶厂车间里更是“火力全开”,返岗复工4010人。

刘刚贵 周云峰



2月24日,湖南省洪江市沅城镇芙蓉社区居民在翻晒韭菜。连日来,为抓住当前晴好天气,该社区在疫情防控期间,主动与菜农联系,将芥菜、萝卜、白菜等时令蔬菜送到小区门口,方便群众购买蔬菜进行加工、腌制、晾晒。

杨锡建 摄

点击信息化

战“疫”凸显农业农村信息服务体系建设“多元复合”需求难题

拥抱高科技 不丢“土办法”

□□ 本报记者 赵宇恒

益农信息社、农产品电商、远程服务……新冠肺炎疫情防控过程中,信息化手段有效解决了产地“卖难”销地“买贵”、生产难题少人指导等农业农村生产生活中遇到的一些困难。同时,农业农村数据资源能否满足应急状态下现代化管理的需要、信息化服务产品的多样性等问题,也为农业农村信息化发展带来了新的命题。

产销双方如何加强信息沟通?

一边是一些地区市民买菜难、买菜贵,另一边是产地农产品难以脱手,蔬菜收购遭遇困难。市场需求和供应信息不匹配的矛盾在疫情之下再次凸显。

在河南,益农信息社发挥了巨大作用。信息进村入户平台上线及时发布供求信息,开通“益农圈”交流群,搭建农产品上行对接微信群,组织大型商超、农贸市场、批发市场等在线上开展供求对接。150多个微信群,3万余条农产品供求信息,解决了280余万斤滞销农产品销售难题。

天津农村产权交易所开设了“农产品信息快报”的专栏,在天津市农业农村委政务新媒体上及时发布产地直供信息。同时,天津市农业农村委还及时启动了特殊时期蔬菜价格和生产日报告制度,每日监测全市各蔬菜品种的价格和产出量,提前对市场供应做好预测预警。

中国农科院农业监测预警创新团队首席科学家许世卫认为,在“保供应”方面,应充分利用农产品供需及流通监测手段,及时解决生产和生产日报告制度,每日监测全市各蔬菜品种的价格和产出量,提前对市场供应做好预测预警。

农产品电商也是当前农产品销售的主要

方式之一。中国农业大学农业规划科学研究所日前发布了一份题为《新型冠状病毒感染肺炎疫情对农业农村生产生活影响及对策建议》的报告,该报告在专题七《新型肺炎疫情对农产品电商物流的影响及对策建议》中指出,此次疫情暴露出农产品电商体系尚不够完善,主要是单打独斗的农产品销售,尚未形成区域销售平台,大数据处理尚未形成,利用互联网信息的能力还不成熟,营销手段不佳,应对风险能力降低等问题。

该报告认为,农产品电商物流在这次疫情后,将化危为机,逐渐改革创新完善“产供销”体系,多维度、多渠道满足消费者需求。金融机构与龙头企业的合作将更加紧密,由金融机构做担保,地方农业龙头企业将发挥区域农产品领头人的作用,由多个合作社组团,建立标准生产指南,构建“多元复合”体系,规模组织农户进行电商交易,逐步形成线上为主、线下并行的销售体系,共同抵抗突发事件对农业的影响,增强抗风险能力。

数据资源能做什么?

数字经济时代,数据是关键生产要素。农业农村部、中央网络安全和信息化委员会办公室此前印发的《数字农业农村发展规划(2019-2025年)》提出了五方面重点任务,其中就有构建农业农村基础数据资源体系。

在此次疫情防控中,广西2019年建立的全区种养业规模生产基地大数据库帮了大忙。依靠这一数据库,广西农业农村市场信息工作队及时精准调度全区稳产保供家庭,组建了省内保供、对外支援两个保供基础库。

据了解,1月26日,广西就已组建区内果蔬保供核心基地库,对接落实了保障区内应急供应的核心基地和生产企业1000多家,种养规模超过210万亩。保障区市场供应的同时,摸清家底也让广西有了对外支援的数据支撑。根据预计,2月份,广西蔬菜日供应量

约6.55万吨,日消费量约4.89万吨,全区蔬菜总量自给有余,每天外调1.6万吨蔬菜。

这只是数据资源在应用于应急状态下的一个小切面。“数据可以反映出来很多东西。”中国农业大学信息与电气工程学院教授李道亮认为,农产品市场价格波动情况、疫情发生规律等都可以通过数据总结得出,因此,数据库的建立显得尤为重要。农业生产中也会遇到疫情,架起监测网络,通过数据分析,第一时间遏制疫情,对疫情防控来说不失为良策。

“当前农业农村信息化工作的整体性还不够。”许世卫认为,农业农村信息化是一盘棋,从内容上看,不但要考虑农业生产方面的信息化,而且同样注重农村生活、农村治理的信息化。另一方面,当前基础数据的支撑仍然不能满足农业农村突发性、应急状态下现代化管理的需要,关键的时候,实时性、标准化数据依然不足,仍需要进一步强化。

“大喇叭”还有没有用?

在严峻的疫情形势下,疫情的变化情况以及如何防控是人们极为关注的,如何使人们不见面、少见面又能统一认识、群防群控,这就需要更多地依靠信息化手段。在农村防疫中,“大喇叭”这一看起来好像很“土”的信息传播工具一度刷屏。内蒙古土默特左旗白庙子镇草房子村无人机配合大喇叭劝老奶奶回屋的“硬核”画面更是在网络上热传。

事实证明,高科技与土办法是可以共存的。“我在江苏农村看到,疫情防控中,各种信息化手段都用上了,既有网络、手机等信息技术服务工具,也有大喇叭、明白纸、宣传单等,作用各不相同,效果还很好。”许世卫对此深有感触,农业农村信息化推进不能一刀切,信息化工作要适应农村情况千差万别、农民需求多种多样的实际,农业农村信息化服务产品应该具有多样性,这样才能保

流通大观

菜不停 人不歇 生产节奏不乱

河北内丘特色种植有序进行

□□ 翟丽

“二月初二,大仓满小仓流。”2月24日,农历二月初二,河北省内丘县广乐蔬菜合作社种植基地,十几个工人戴着口罩,忙着将成熟的西红柿、西葫芦采摘下来,经过分拣、套袋、装箱,搬上蔬菜运输车。

“好嘞,出发!”随着司机师傅的一声吆喝,一整车3万斤新鲜蔬菜,被送往省会蔬菜批发市场。

“菜不停、人不歇。咱合作社有16个社员,常年用工四十多人,带着周边村上百个农户增收。”内丘县广乐蔬菜合作社负责人刘金岗介绍,合作社种植基地占地200多亩,66个温室大棚日产西红柿、西葫芦、双孢菇等蔬菜近1万斤,全部供往省会蔬菜市场。“疫情防控期间,省会蔬菜运输车办理了通行证,每三天来拉一趟菜,从大年初一到现在没停过。”

进入疫情防控关键期,内丘县抓防疫不松懈的同时,稳定特色农业生产种植不停歇,县农业、科技等相关部门不断加大种植技术指导力度,协调农资储备,组织农机检修,确保新鲜果蔬正常生产供应,满足广大人民群众的“菜篮子”需求。“控制好温度和湿度,注意防治草莓白粉病。”内丘县昌盛

达生态园的设施草莓产量正旺,连日来,县农业局组织技术骨干送技术上门,并通过线上指导、视频答疑等多种方式,向种植户发放农技资料、开展病虫害防治,确保农产品提质增效。

在广乐蔬菜合作社双孢菇种植基地,部分鲜菇经过晾晒、加工,被制成菌干进行储存。“生长正旺的双孢菇受到了疫情影响,一部分没能卖出。”负责人郭文军说,目前,他们已经通过调低菌棚空调温度,控制双孢菇的产量,低速生长、有序采收,下一步根据市场需求,随时准备提高产量。

为拓宽农产品销售渠道,内丘县供销社等部门,积极引导种植户开展网络平台销售,组建微信农超对接群、农产品销售群,线上订单、网银支付,线下送货的小区疫情检测站后,由顾客自取,“零接触”销售更好地满足了居民需求。

“当下正是种香菜的时节,我们的60亩香菜全部完成了种植。”内丘县工业园区的方杰农场负责人苏云龙说:“防疫情不耽误工时,保证今年的产量不减。”

近年来,内丘县加快农业结构调整,因地制宜推动特色农产品种植,不断提高农业产业化程度。目前,全县设施蔬菜种植面积1200亩,年产量达2000多吨,疫情期间,特色种植、春耕备播等农业生产正在有序进行中。

市场分析

缺工缺料运销不畅 制糖种蔗迟滞

应多方协力支持尽快复产复工

□□ 张哲晰 徐雷 马凯 朱亚伟

2019/20榨季糖业回暖,截至2020年1月底,食糖产销总体平稳,糖价持平略涨,但春节后,受新型冠状病毒肺炎疫情影响,处于生产旺季的南方甘蔗主产区陷于产得慢、卖得难、种不济等困境,甚至威胁到了下一榨季甘蔗种植面积及产量,由此观之,稳定企业与农户预期,稳妥推进复产复工应成为后期重点工作。

劳力缺乏,成本提高,制糖进度滞后

2019/20榨季,广西、云南、广东等甘蔗主产区制糖进程过半,受疫情影响,主要面临如下困境:一是砍蔗劳力缺乏。甘蔗生产是劳动密集型产业,劳动力需求量大,原本便紧缺劳力的砍收环节在疫情影响下雪上加霜。广西产区榨季后期剩余甘蔗总体分散,大户余蔗较多,疫情导致村庄多采取封闭式管理,劳力难以组织协调,砍蔗人手缺乏;云南“互助组模式”也因疫情影响,砍蔗不能及时到位支持复产。二是成本负担加重。由于甘蔗供应不足,糖厂大多减榨量生产,产能利用率不高,如广西产能利用率仅在30%-70%左右。三是生产进度延后。部分糖厂无法顺利获得辅料、配件,个别糖厂停工停产,严重影响榨季进度。如云南全

省10家糖厂停产7-17天不等,产糖量减少4.96万吨。此外,广西由于蔗源不足,企业间“抢”原料蔗情况较突出。

短期来看,疫情突发将导致本榨季榨糖进度推迟、成本提高、市场秩序受影响。长期来看,尽管所有甘蔗都将入榨,但由此引发的含糖率及食糖产量变化有待观察。

需求低迷,渠道受阻,库存面临“超载”

2019/20榨季,甘蔗主产区尚处于销售重要时期,受疫情影响,食糖运销备受打击:一是销区需求低迷。由于经济发展暂缓、短期消费疲软,销区需求下降导致糖企销售停滞,价格逐步回落,资金回笼减速。二是食糖运输不畅。甘蔗主产区受封闭式管理影响,部分食糖运输车辆无法正常工作。如云南由于运输车辆难找、运输时间延长,导致运价同比增加40-60元/吨。三是库存面临“超载”。产品无法有效运销加大了糖厂库存压力,必须注意检查以防止库存食糖返潮融化结块。

目前,广西、云南遭遇阴雨寒冷天气,对糖厂提出了更高要求。短期来看,疫情加大了企业经营压力,特别是应对风险能力相对较弱的中小企业;长期来看,可能会改变行业格局,进一步加快行业优胜劣汰。

种植推迟,农资难得,波及下榨季生产

中国糖料种植主要集中在老少边穷地区,糖料作物是保障蔗农生计、助力脱贫攻坚的重要手段。疫情影响春耕:一是蔗农种植推迟。受年前干旱与年后疫情叠加影响,广西蔗种调运、机耕整地工作严重滞后,因雇工困难,至今种蔗大户无法按计划种植甘蔗;云南也因农民工紧张,不能及时复工。二是农资运输受阻。多个蔗区主要道路不同程度封闭,肥料、蔗种无法及时配送送给农民,影响用肥、蔗种种植,延误农时。三是波及下榨季生产。疫情持续影响新植蔗翻种,加之砍收不及时影响宿根蔗生产,对下一榨季种植面积及产量将产生不利影响。短期来看,影响本榨季进度和甘蔗种植计划;长期来看,若不能及时复工复产,将波及下榨季生产。

多方协力,加速恢复食糖产业正常运转

针对当前突发疫情,必须多管齐下、多措并举,政府、企业、协会各展所长,共克时艰。

政府发力,多措并举渡难关。一是打通流通“经脉”。响应中央号召,结合当地实际,抓紧纠正部分县、乡、村不合理的断路做法,确保人员流动、物资和产品运输通畅,促进复工复产。二是发挥财政职能。结合地方实际,有序分类出台糖

证有效性。

吉林在保障农业生产技术服务时,发布了专家技术服务团内每个专家的专业领域和联系电话,通过这样的方式帮助农民沟通联系、解决生产难题。同时将技术服务团专家请进12316热线服务平台,开展蔬菜技术远程指导服务,安排专家到省广播电视台直播坐诊,现场解答蔬菜生产产品种选用、土壤改良、病虫害防治、水肥管理等方面问题,为有需求的农业生产主体一对一在线服务。

“农业农村信息化的推进要分行业、分地区。”在李道亮看来,自然环境、经济基础等条件不同,农业农村信息化进程也不尽相同。疫情来临后,人的行动受限,但机器仍可以工作,信息仍可以流通,有条件的地区可以布局无人农场,从而在重大灾情疫情下,不影响农业生产和产品供应。当然,这可能是一个长期的过程。

《新型肺炎疫情对农产品电商物流的影响及对策建议》中也有类似的畅想:随着科技的发展,未来将实现全能智慧物流体系,包括智能分配、无人运输(无人机,无人驾驶货车)、机器人送袋等,保障物流运输过程中农产品的安全,应对突发事件。

不过,至少在疫情发生的当下,土办法仍然有其作为的空间。“目前最关键的问题就是把确定的工作抓实抓细。”许世卫认为,农村地区当前条件下可以依托互联网平台,利用益农信息社条件,加强生产、流通、技术指导和培训,同时还要多关注农村地区老年人群疫情防控中的信息、条件缺乏问题。“从中长期来看,农业农村信息化工作要以此次疫情防控为切入点,推动开展数字乡村关键技术研究,研发促进农业农村信息化重大需求的数字化产品,以数字化推动乡村人居环境整治、推动农村公共卫生体系建设、推动乡村有效管理,为乡村振兴打下坚实基础,为‘三农’发展注入新的动力。”



随着天气回暖,贵州省毕节市黔西县杜鵑街道大兴社区20个花卉大棚里,农民培育的各类花卉盆景长势喜人,花农在做好疫情防控的同时,有序开展春季管护工作,大棚里一派忙碌景象,为特色花卉业增收致富打下基础。图为2月29日,花农在大棚内管护多肉植物。周川超 摄

企支持政策,疫情防控期间,对企业,特别是中小企业予以税费减免、金融贷款、财政补贴等支持,特别是对在疫情期间的捐赠行为的企业,予以适当倾斜,通过维护企业运转,稳定农民预期,确保糖业稳定。

企业努力,稳妥有序复产生产。一是防控生产兼顾。继续加强甘蔗生产、制糖全链条监管,防范疫情输入和传播,积极与“对点”蔗区沟通,力争实现复产生产安全持续。二是借力网络拓销路。充分发挥电商等线上渠道优势,结合大数据合理安排产销进度,努力实现减存、降损、提效、增收。三是帮扶农户忙春耕。应明晰社会责任,统筹农资、服务农民、组织砍收,稳定农民与企业预期,实现双赢。

协会助力,协调保畅通。一是沟通企业调资源。发挥协会功能,组织行业力量,加强行业自律,积极做好引导和跨区域协调管理工作。二是沟通政企传信息。落实协会职能,向上反映疫情中收集到的行业问题、困难与期望,向下传达政府工作精神,积极作为,促使支持政策的形成更及时、精准,落实更迅速、有效。三是协调产销稳市场。发挥协会优势,收集发布产销信息,破解由信息不畅导致的“卖不出、买不到”。

(作者单位:农业农村部农村经济研究中心)