

价格周报

批发市场  
肉蛋菜价格小幅下跌

据农业农村部监测,2021年第33周(2021年8月16日-2021年8月22日,下同)“农产品批发价格200指数”为113.59(以2015年为100),比前一周降0.66个点;“菜篮子”产品批发价格200指数”为114.57(以2015年为100),比前一周降0.79个点。

**猪牛羊、鸡蛋价格小幅下跌** 猪肉批发市场周均价每公斤21.36元,环比跌0.3%,同比低55.9%;牛肉每公斤75.64元,环比跌0.1%,同比高3.4%;羊肉每公斤70.17元,环比跌0.3%,同比低0.8%;白条鸡每公斤17.72元,环比涨1.4%,同比高2.6%。鸡蛋批发市场周均价每公斤10.52元,环比跌1.9%,同比高31.3%。市场反映,前期主要受中秋十一食品厂备货集中采购影响,鸡蛋价格连续上涨,目前集中采购已基本结束,鸡蛋价格出现小幅回落。

**多数水产品价格小幅下跌** 鲤鱼、鲫鱼、花鲢鱼、草鱼和大黄花鱼批发市场周均价每公斤分别为17.16元、23.58元、20.03元、21.56元和45.54元,环比分别跌3.1%、2.0%、1.8%、1.3%和0.4%;白鲢鱼和大带鱼每公斤分别为12.52元和39.32元,环比分别涨0.5%和0.3%。

**蔬菜均价小幅下跌** 重点监测的28种蔬菜周均价每公斤4.56元,环比跌1.5%,同比高1.6%。分品种看,17种蔬菜价格下跌,1种持平,10种上涨,其中,黄瓜、菠菜、茄子和莲藕跌幅较大,环比分别跌11.4%、7.6%、5.8%和5.1%,其余品种跌幅在5%以内;青椒价格环比基本持平;西红柿、菜花和茼蒿环比分别涨4.4%、3.8%和3.0%,其余品种涨幅在3%以内。

**水果均价持平略降** 重点监测的6种水果周均价每公斤5.63元,环比跌0.9%,同比高7.2%。分品种看,巨峰葡萄、西瓜和香蕉价格环比分别跌5.0%、3.8%和0.8%;菠萝、富士苹果和鸭梨周均价环比分别涨4.2%、1.4%和0.7%。

集贸市场  
羊肉价格下降

据对全国500个县集贸市场和采集点的监测,8月份第3周(采集日为8月18日)生猪、羊肉价格下降,家禽产品、生鲜乳、豆粕、育肥猪配合饲料价格上涨,牛肉、玉米、蛋肉鸡配合饲料价格持平。

**生猪价格** 全国活猪平均价格15.21元/公斤,比前一周下降1.6%,与去年同期相比(以下简称“同比”)下降59.1%。北京、海南、四川、吉林4个省份活猪价格上涨,甘肃、辽宁、天津、湖北、浙江、陕西等26个省份价格下降。华南地区活猪平均价格较高,为16.97元/公斤;东北地区较低,为13.71元/公斤。全国猪肉平均价格25.36元/公斤,比前一周下降1.2%,同比下降54.7%。北京、云南、吉林、海南、贵州、青海6个省份猪肉价格上涨,辽宁、天津、河北、福建、湖北、山西等24个省份价格下降。华南地区猪肉平均价格较高,为28.88元/公斤;东北地区较低,为21.02元/公斤。全国仔猪平均价格38.10元/公斤,比前一周下降3.4%,同比下降64.9%。华东地区仔猪平均价格较高,为43.56元/公斤;东北地区仔猪平均价格较低,为30.22元/公斤。

**家禽产品价格** 全国鸡蛋平均价格11.15元/公斤,比前一周上涨0.5%,同比上涨19.4%。河北、辽宁等10个主产省份鸡蛋平均价格10.63元/公斤,比前一周下降1.1%,同比上涨34.6%。全国活鸡平均价格19.21元/公斤,比前一周上涨0.3%,同比下降2.3%。白条鸡平均价格21.41元/公斤,比前一周上涨0.1%,同比下降2.1%。商品代蛋雏鸡平均价格为3.70元/只,比前一周上涨0.3%,同比上涨0.3%。商品代肉雏鸡平均价格为3.21元/只,比前一周上涨0.6%,同比下降3.6%。

**牛羊肉价格** 全国牛肉平均价格85.11元/公斤,与前一周持平,同比上涨1.9%。河北、辽宁、吉林、山东和河南等主产省份牛肉平均价格77.82元/公斤,比前一周下降0.2%。全国羊肉平均价格81.59元/公斤,比前一周下降0.1%,同比上涨2.6%。河北、内蒙古、山东、河南和新疆等主产省份羊肉平均价格78.44元/公斤,比前一周下降0.3%。

**生鲜乳价格** 内蒙古、河北等10个奶牛主产省份生鲜乳平均价格4.37元/公斤,比前一周上涨0.2%,同比上涨17.8%。

**饲料价格** 全国玉米平均价格2.95元/公斤,与前一周持平,同比上涨21.4%。主产区东北三省玉米平均价格为2.65元/公斤,比前一周上涨0.4%;主产区广东省玉米价格为3.07元/公斤,比前一周上涨1.0%。全国豆粕平均价格3.81元/公斤,比前一周上涨0.5%,同比上涨16.2%。育肥猪配合饲料平均价格3.62元/公斤,比前一周上涨0.3%,同比上涨11.4%。肉鸡配合饲料平均价格3.65元/公斤,与前一周持平,同比上涨10.6%。蛋鸡配合饲料平均价格3.37元/公斤,与前一周持平,同比上涨11.6%。

本栏目稿件由农业农村部市场与信息司、农业农村部信息中心提供

流通大观

安徽宿州市埇桥区  
无花果进入采收期



8月26日,安徽宿州市埇桥区永安镇无花果基地,农民正忙着采收、包装成熟的无花果,以每公斤10元以上的价格销售给外地客商。由永安镇退役军人王兴林创办的500亩无花果基地日前进入销售旺季。无花果基地已经辐射到埇桥区的桃沟、蒿沟、西二铺、边河等乡镇街道,种植面积在2000亩以上,种植户年均收入在万元以上。图为无花果基地负责人王兴林(右)向村民传授无花果盛果期管理技术。  
祝家刚 张明海 摄

热点调查

广东创新市场体系建设破解增产卖难——

岭南有佳果 丰产又增收

□□ 农民日报·中国农网见习记者 欧阳靖雯

作为世界范围内最大的荔枝主产区,2021年,广东荔枝产量突破147万吨的历史新高,不仅畅销全国还远销海外。

在水果市场竞争日趋激烈、供需的结构性矛盾日益突出的背景下,以荔枝为代表的岭南佳果能跳出“丰产不丰收”的怪圈,离不开近年来广东省积极建设“12221”市场体系的有力支撑。

“12221”市场体系即建立“1”个农产品市场大数据,以大数据指导产销,组建销区采购商和培养产区经纪人“2”支队伍,拓展销区和产区“2”大市场,策划采购商走进产区和农产品走进大市场“2”场活动,实现品牌打造、农民致富等“1”揽子目标。这一体系从优化产业结构、拓展流通渠道、打通加工链条、重塑品牌形象等方面多管齐下,出台一系列措施,力求解决“卖难”问题。

将营销行动上升为制度设计

广东是水果大省,拥有诸多闻名全国的农产品品牌,徐闻菠萝、高州荔枝、褚良龙眼、梅州柚、遂溪火龙果、德庆贡柑等。近年来,在广东省农业农村厅的牵头下,一场又一场时令农产品营销活动随着季节更迭悉数登场。每一场活动都有一个共同的名字——“12221”品牌营销活动。

其实,作为“12221”体系内容之一的这些营销活动,都是2019年解决徐闻菠萝“卖难”营销行动的延展和深化,也正是在这次营销行动中,“12221”体系的建设发轫。

2019年,针对如何解决“生产条件最好,生产份额最大的地区却增产不增收”这一痛点,广东省农业农村厅组成徐闻菠萝专项工作组,开展专题调研工作。工作组赴徐闻县,进行了大数据建设、采购商经纪人培训、产销对接等一系列行动,缓解了菠萝“卖难”问题。

看到成效的三农管理者们并没有就此止步。“我们打算让这一体系常态化推动,让临时的行为成为制度化的行为,让广东农产品‘12221’市场体系成为引导生产、推动生产的重要抓手。”广东省农业农村厅党组书记、省乡村振兴局局长顾幸伟在接受媒体采访时表示。



“褚良龙眼”发源于高州市分界镇褚良村。

资料图

从徐闻菠萝开始,广东不断推进各地特色产业“小切口”实现“大变化”,通过一个单品一个品牌影响一个产业一个区域,徐闻菠萝、广东荔枝、广东龙眼、梅州柚、阳西生蚝、惠来鲍鱼、澄海狮头鹅等优势特色农产品的营销活动一场接一场,均取得明显成效。

以徐闻菠萝为例,2019年,发力产销对接,破解滞销困局;2020年,插上互联网翅膀,与疫情抢市场;2021年提质增效,加快推进产业升级。产值从2018年的9.8亿元逐年攀升至2021年超22亿元。2021年,徐闻菠萝田间收购价最高价达到3元/斤,与去年同期相比实现了翻番,辐射带动近5万名农户、14.6万名劳动力增收。

当好农产品产销“服务员”

“来采购龙眼的采购商,入住我们这个酒店是免费三天的。”在高州市龙眼采购商服务中心,市农业农村局的工作人员为外地的采购商介绍最新的优惠政策。免费酒店,人手一份“采购指南”,贴心的政务服务让一位外地采购商感叹:“我做这一行十年了,以前都是靠我们自己去找,现在当地的农业农村局

帮了我们很大的忙,方便了不少。”

住店,看起来是采购商个人的小事,实则关系着产销服务的大局。一地的营商环境怎样,常常是由这样的小事反映出来的。这几年,12221体系能切实发挥作用,很关键的一点是,各级农业部门转变角色,履行着“政务+服务”的职能。

记者了解到,“12221”市场体系将销售任务明确给了农业农村部门。职能的转变让广东各级农业部门工作人员的工作内容有了很大的变化:除了去田间地头,他们还要奔赴全国各地的展会,变身帮助农产品产销的“服务员”。帮采购商找最好的货源,在采购销售中当好服务员;在来年的种植品种和规模上,给种植户和经销商当好领航员是对当地农业农村部门工作人员新角色的诠释。

“以前我们手上也没有资源能帮到他们,想帮农民也不知道从哪里下手帮。”高州市农业农村局市场信息股股长邹飞儒在接受媒体采访时表示,现在政府从各方面支持去做好服务,如果达不到效果,自己心里都过不去。

今年,广东荔枝投产面积394.93万亩,产量147.31万吨,比2020年130万吨增长

市场现象

北京新发地市场将上线“新发云”——

“网罗”供需信息 “智慧”产销衔接

□□ 孙颖

近日,北京新发地市场与商户及国内电商运营团队共同发起成立新发地“新发云”项目,把全国农产品供给需求连成网,通过整合全产业链资源,构建全新数字化、智慧型的农产品流通大平台,使农产品供需成网、流通加速、消费者得实惠。“新发云”农产品线上大平台将实现统一为

客户提供信息、质检、交易、结算、运输等全程电子商务服务,还将融合物流配送服务、物流交易服务、信息服务、金融服务于一体,实现各层级会员管理、供应商商品发布、经销商在线下单交易、订单结算、交易管理、担保授信等功能。

此外,平台还通过制定和实施符合现代物流要求的技术标准,对农产品在选品、种植、管理、采摘、分拣、品控、预冷、包装、运输等过程进行控

制,形成从田间到餐桌的完整产业链,以市场需求为导向,通过信息化、智能化、数字化赋能,推动农业生产区域化、专业化、规模化。

据新发地市场相关负责人介绍,“新发云”平台启动后,将把全国范围内的农产品供给侧和需求侧连成一张大网,信息互联互通,服务模块化,让需求和供应高效连接,推动平台业务向农产品产业链两端延伸,让产地资源、中间服务者与消

费群体三方利益最大化,全面提高中国农产品流通的总效率。对于广大种植者来说,每个区域的农产品可以根据市场的需求及信息及时调整种植结构,选好适销对路的品种,合理控制规模,增加农产品销路的确定性,让产销无缝衔接。此外,通过线上大平台对农产品产业链的深度整合,平台上的农产品都可查询,农产品追溯体系将日益完善。

天津市推进农商对接,建设新型特色菜市场——

接地气有文化还智能的菜市场“很好逛”

□□ 农民日报·中国农网记者 金慧英 林单丹 文/图

从田间地头到市民餐桌,粮食果蔬销售离不开菜市场这一环节。在消费中体验文化,赋予农产品更多的价值,让百姓餐桌更加丰富,天津市在特色菜市场建设上给出了别样答案。

作为2021年的民心工程,天津市不断增建便民农贸商业设施。新建、提升改造和平区芷江路、南开区龙井、红桥区天添鲜和水西园、北辰区郡德花园和瑞恒、宁河区绿屏西路7个标准化菜市场。新建100个品牌连锁便利店,满足群众就近消费需求。

在天津的菜市场里能逛自行车博物馆、能逛电影博物馆、还能逛儿童玩具博物馆,有趣有文化内涵的购物体验让消费者爱上购买农产品的过程。

为响应天津市政府“退路进厅、环境综合整治”号召,第一代菜市场将马路市场进化到大棚市场,解决了环境脏乱差、买菜缺斤短两等问题;随后发展为“岛台式”设计布局,合理形成二代菜市场,解决了市场客流不均的问题;以乐氏公司等为代表的第三代菜市场,则融入了天津市文化特色元素,每个市场被冠以不同的文化主题,打造文创型体验式购物场景。目前,天津菜市场建设已迈入第四代智慧化建设阶段,即进入智能时代。

在抖音、小红书、ins等新型社交软件上,各地富有特色的菜市场逐渐成为游客们“深度游”的打卡地。这里是一个城市生活文化最为浓厚

的地方,沿袭多年的生活方式,更是记忆深处不可磨灭的生活印记。它们独一无二,囊括了世间百态,是接地气市井文化的缩影。在天津望海楼社区中山路菜市场里,络绎不绝的天津老饕中也夹杂着不少外地游客的身影。在这里不仅可以买菜,还能在二层600平方米的“菜市场”博物馆中,品味码头文化下这座沿海城市的历史变迁。老牌楼、老店铺牌匾、老买卖家伙,这里演绎了曾经的商贾齐聚;游走其中,伴随楼下真实的市场买卖声,仿佛穿越回百年之前。

除了让买菜乐在其中的文化主题菜市场,挖掘群众消费行为背后的生活习惯,从而指导农商对接,也成为新型菜市场的新职责。“我们通过大数据收集分析,能够指导商户销售,还能进一步完善农产品的可追溯信息。”天津市菜市场经营服务行业协会会长单位——天津市雅乐氏市场有限公司市场部负责人刘彬介绍,通过电子秤的信息收集,大数据“织就”天津农副产品在实体销售端的关系图。

“10:33蓟州山区传统土猪101.7元”“10:45刘记水果成交金额108.5元”“10:46利达切面成交金额104.5元”在天津市河西区美里的菜市场三道店的大屏幕上,一个个商家成交的即时数据滚动播出……在消费行为的背后,大数据描摹出了热爱生活的天津人购买农产品的习惯。该市场以自主研发的电子智能秤及线上商城为依托,以大数据计算为核心,通过数据收集、计算、分析和处理,将农副产品交易信息从纸上的数字,活化为农户、商户交易的历史依据。大数据时代



游客在参观天津市中山路菜市场博物馆。

的菜市场强化商品溯源,确保食品安全,同时通过大数据支撑,提高市场运营管理精准度。

近年来,为最大限度便利百姓生活,天津的菜市场不断探索新的发展模式。天津市雅乐氏市场有限公司旗下多个菜市场就细化分类、精准销售,市场中生鲜果蔬、海鲜水产、米面粮油、特色美食、家政服务等产品应有尽有。除传统农贸市场外,孵化出“乐能夜市”品牌,最大限度满足

群众夜间生活和一站式购物需求。天津的精精品菜市场不仅发挥了保供应、保民生、保稳定的行业作用,更是在管理上强化环境设施、卫生安全、制度建设等方面工作。先进的设施加优质的管理,为广大顾客打造文明诚信、公平公正、干净整洁、便利多样、井然有序的购物环境,达到百姓买得放心、吃得安心、长期受益的根本目标。