



脱贫攻坚中的农业担当

30年来,新发地市场只做两件事:一件是为首都人民造福,另一件是在全国各地为农村造富

□ 张一鸣

北京之南,京开高速路旁,南四环和南五环之间,坐落着北京乃至亚洲最大的农产品批发市场——北京新发地农产品批发市场。从北京的正中心天安门出发,不堵车,只要30分钟就到了新发地,这里是北京老百姓的菜篮子,供应着北京九成的农产品。

新发地市场成立于1988年5月16日,经过30年的发展和建设,目前占地面积1680亩。北京新发地农产品股份有限公司董事长张玉玺说,30年来,新发地市场只做两件事:一件是为首都人民造



张玉玺董事长在山东苹果种植基地

福,另一件是在全国各地为农村造富。

这两件事,新发地将一直做下去。现在,新发地已成为扶贫攻坚的先锋力量,探索建立产销对接精准扶贫的模式成为业内关注的焦点,新发地为贫困地区架起通向首都的桥梁,正走在帮助贫困地区走出一条品牌化发展脱贫之路上。

使命

紧抓产销对接精准扶贫

河套的蜜瓜、乌兰察布兴和县的韭菜,内蒙古的农产品在新发地的舞台上大展身手。“河套蜜瓜推介会”“韭菜展示推介活动”,让密云和韭菜通过新发地快速打开销路,成为当地老百姓的致富路。

内蒙古区域面积广阔,东部地区和西部地区的气候特点明显,农副产品资源相当丰富。中东部地区盛产的高原型冷凉蔬菜、西部地区盛产的高糖度瓜类和物美价廉的牛羊肉,没有遇到新发地之前,这些优质的农产品卖不上价钱,农民守着金矿却挖不出来。而今,京蒙对口扶贫后,内蒙古的优质农产品每年都源源不断地进入新发地市场,走上老百姓的餐桌,“蒙牌”农产品品牌通过新发地市场,让更多人熟知。

过去几年里,内蒙古地区武川县、额济纳旗、宁城县等很多地方以不同形式在新发地市场举办了农产品主题展销推介活动,通过品牌推广和形象宣传,提升了“蒙牌”农产品的品牌价值,为抢占市场制高点奠定了坚实的基础。北京与内蒙古建立起对口扶贫合作关系后,北京新发地市场引领了内蒙古对口帮扶,来自内蒙古的优质农产品,在新发地市场占有很大的比重,每年的销售额在30亿元以上。

“走出去”和“走进来”,新发地在助力内蒙古贫困县脱贫的过程中,探索出一条产销对接精准扶贫的新模式。

张玉玺说,在帮助内蒙古农产品走出去的同时,还走进内蒙古,帮助他们建立起“走出去”和“走进来”相结合的长效机制。

所谓走出去是指,内蒙古的农产品在新发地设有专门的销售专区,整合资源形成批量销售规模优势,搭建内蒙古优质农产品在京销售永不落幕的农展会,同时在新发地设立农产品流通联络站,为当地农民提供农产品市场信息,引导和组织市场经销大户深入当地收购农产品。

“走进来”是指按照新发地市场“内升外扩”的发展战略,鼓励市场商户在当地投资开办产地市场和生产基地,构建农产品产销对接的流通体系。并为当地的农户提供智力支持,用报告的形式为内蒙古部分地区的农业干部、企业家、合作社、经纪人和销售大户介绍农

产品市场规律和销售经验。

中国的许多贫困地区有着优质的农产品,但受到客观条件限制,不少产品养在深闺人未识,缺乏市场认可度,不能充分发挥价值,好产品卖不出好价格,新发地通过在全国各地复制内蒙古的产销对接精准扶贫模式,走出了一条产业扶贫的新路子。

张玉玺说,30年前北京只有简单的农产品供应,今天的农产品极大丰富。每天都有来自全国各地的优质农产品进入新发地销售,人们说:“走进新发地,吃遍全中国。”同时,每天有36个国家的进口水果进入新发地,所以人们又说:“走进新发地,吃遍全世界。”

这是一个庞大的销售市场,每天,新发地市场都有来自全国的4万多吨农产品在场销售,既可以帮助农民解决农产品滞销,也可以帮助农民脱贫致富。

据了解,新发地在帮助农民卖农产品的同时,也鼓励农民走进市场,拉长利益链条,获得更多的利益分配。同时搭建产销对接的桥梁,帮助主产区农产品实现更高的价值。培育新发地经营百强、经营大王,使之成为产销对接精准扶贫的中坚力量。

新发地大力参与扶贫的背后,是新发地扶农的农业担当,也是企业的核心价值观。

“守法是底线,品牌是关键,文化是灵魂,发展靠奉献。”这是北京新发地农产品股份有限公司2017年全新提出的核心价值观。在过去的30年里,新发地提出过很多独有的理念,比如,“让客户发财,求市场发展”“爱场、尊商、诚信、创新”“请不来叫不来赚钱难来,轰不走赶不走赔钱难走”等。在新的时期,新发地“不忘初心,牢记使命”“一张跑起来的动力与能力发挥重要作用。

张玉玺说,产销对接精准扶贫是新发地的初心和使命。

新发地市场从15亩地、15个人、15万元开始创业,历经30年发展,目前占地面积为1680亩,员工有2000多人,年交易农产品1550万吨,交易额达721亿元人民币,是连续16年交易额稳占全国头把交椅的大型农产品交易市场,市场每天的蔬菜交易底线是1.8万吨,水果交易的底线是1.8万吨,两个1.8万吨到了新发地之后北京才是绿灯,否则就有可能变成黄灯和红灯。这新发地为贫困地区架起通向首都的桥梁。

张玉玺说,在京蒙对口帮扶合作工作中,新发地市场始终坚持:“用事实说话,用行动帮扶,用民意衡量”的宗旨和理念,深入了解内蒙古地区农业和农产品的详细情况,切实解决农产品销售和流通当中的症结性问题,为农牧民所产的优质农副产品开通销路,并力求卖个好价钱。

随着内蒙古农牧业产业化、规模化、现代化的发展,京蒙在农业方面的合作蕴藏了更大的潜力。张玉玺表示,今后,新发地将在更大范围、更广领域、更深层次开展与内蒙古农业生产和农产品流通方面的全面合作,为京蒙农业和市场体系建设对口帮扶合作工作开创新的局面、做出新的贡献。他希望,能够将内蒙古的模式复制到更多贫困地区,让更多的贫困地区因此受益。

理念

搭建贫困地区脱贫致富桥梁

春天种下的种子,秋天收获果实。今年新发地市场收到了兰考县人民政府发来的感谢信,感谢新发地为兰考县农业脱贫迈上了一条崭新之路。

北京新发地作为农产品流通领域对口帮扶合作的重要桥梁和载体,多年来一直致力于促进农产品高效流通和农民增收致富的平台建设,做了大量富有实效的工作,得到了诸多贫困县的高度认可,兰考县只是其中的代表。新发地市场还先后获得了“全国文明市场”“北京文明示范市场”“农业产业化国家重点龙头企业”等多种荣誉称号。

张玉玺说,新发地的理念就是要在农产品的消费者和生产者之间搭建桥梁,帮助贫困地区脱贫致富。

北京是个特大型消费城市,同时又

是农产品输入型城市,农产品自给率不到10%,其他90%的农产品都来自全国各地,经由新发地市场走向北京市民的餐桌。由于这个超大规模性,新发地市场就在种植者和消费者之间架起了坚实的桥梁。同时肩负起帮助农民脱贫致富和保障市民消费升级的双重责任。

张玉玺说,30年前北京只有简单的农产品供应,今天的农产品极大丰富。每天都有来自全国各地的优质农产品进入新发地销售,人们说:“走进新发地,吃遍全中国。”同时,每天有36个国家的进口水果进入新发地,所以人们又说:“走进新发地,吃遍全世界。”

这是一个庞大的销售市场,每天,新发地市场都有来自全国的4万多吨农产品在场销售,既可以帮助农民解决农产品滞销,也可以帮助农民脱贫致富。

据了解,新发地在帮助农民卖农产品的同时,也鼓励农民走进市场,拉长利益链条,获得更多的利益分配。同时搭建产销对接的桥梁,帮助主产区农产品实现更高的价值。培育新发地经营百强、经营大王,使之成为产销对接精准扶贫的中坚力量。

新发地大力参与扶贫的背后,是新发地扶农的农业担当,也是企业的核心价值观。

“守法是底线,品牌是关键,文化是灵魂,发展靠奉献。”这是北京新发地农产品股份有限公司2017年全新提出的核心价值观。在过去的30年里,新发地提出过很多独有的理念,比如,“让客户发财,求市场发展”“爱场、尊商、诚信、创新”“请不来叫不来赚钱难来,轰不走赶不走赔钱难走”等。在新的时期,新发地“不忘初心,牢记使命”“一张

跑起来的动力与能力发挥重要作用。

张玉玺说,产销对接精准扶贫是新发地的初心和使命。

新发地市场从15亩地、15个人、15万元开始创业,历经30年发展,目前占地面积为1680亩,员工有2000多人,年交易农产品1550万吨,交易额达721亿元人民币,是连续16年交易额稳占全国头把交椅的大型农产品交易市场,市场每天的蔬菜交易底线是1.8万吨,水果交易的底线是1.8万吨,两个1.8万吨到了新发地之后北京才是绿灯,否则就有可能变成黄灯和红灯。这新发地为贫困地区架起通向首都的桥梁。

张玉玺说,在京蒙对口帮扶合作工作中,新发地市场始终坚持:“用事实说话,用行动帮扶,用民意衡量”的宗旨和理念,深入了解内蒙古地区农业和农产品的详细情况,切实解决农产品销售和流通当中的症结性问题,为农牧民所产的优质农副产品开通销路,并力求卖个好价钱。

随着内蒙古农牧业产业化、规模化、现代化的发展,京蒙在农业方面的合作蕴藏了更大的潜力。张玉玺表示,今后,新发地将在更大范围、更广领域、更深层次开展与内蒙古农业生产和农产品流通方面的全面合作,为京蒙农业和市场体系建设对口帮扶合作工作开创新的局面、做出新的贡献。他希望,能够将内蒙古的模式复制到更多贫困地区,让更多的贫困地区因此受益。

愿景

走出品牌化发展脱贫之路

今年是我国改革开放40周年,我国的农业焕发出新的活力,发展到一个鼎盛时期,我国的脱贫攻坚也进入到新的发展阶段,亟待注入新内涵。

数据显示,我国人口占全世界人口总量不到20%,但是2017年我国蔬菜产量7.74亿吨,占世界的67%;果品产量2.83亿吨,占世界的1/4;淡水产品养殖总量3411万吨,占世界70%;粮食产量6.17亿吨,占世界的30%;生猪出栏7亿头,占世界上半,平均每人半头猪。

这些数据表明,我国农产品极大丰富,已经由原来几千年的供不应求发展到供大于求,但就像硬币的两面,我国的农业在取得较好成绩的同时,依然面临一些问题,比如,全国还有7000万人处在贫困线以下,其中大部分都位于农村。消费者对我国农产品的信任危机依然存在。

张玉玺认为,我国的贫困地区恰恰都是农业大县,农业县要想脱贫必须具备四个条件:一是过硬的产品质量,二是优势的农业品牌,三是畅通的销售渠道,四要形成产业规模。因此,扶贫就是要让好的农产品、适销对路的农产品实现更高的价值,让农民在优势农业品牌的助推下脱贫致富。同时,让广大消费者的餐桌远离“隐形毒药”,让消费者吃得健康,吃得放心,实现对美好生活需要的满足,让种植者和消费者都有更多的获得感和幸福感。也就是说,这两个问题都可以通过品牌化发展的脱贫之路得以化解。

社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。让



张玉玺(中)董事长在四川蒲江丑柑仓储物流中心

蓝图绘到底”,立志在新的历史时期取得新的更大的成绩。这是“守法是底线,品牌是关键,文化是灵魂,发展靠奉献”这套价值理念提出的基本理由。

张玉玺经常会说明末清初思想家顾炎武的名言:“天下兴亡,匹夫有责。”他说,“精准扶贫,人人有责。精准扶贫,我的责任。只有大家全力以赴,才能打赢脱贫攻坚这场硬仗。”

在张玉玺的影响下,新发地的商户也加入到扶贫的队伍中来。新发地市场和商户一起在全国共建了300多万亩的种植基地和10个分市场。发展订单农业,把农民组织起来,通过百强、经营大户让农民的农产品卖得多、卖得好。

2017年9月,北京新发地市场和兰考县委、县政府签订了产业扶贫战略合作协议。张玉玺号召商户前往兰考投资,在新发地市场做了20年的水果生意的张宗志于是赶赴兰考与当地政府对接,2017年11月14日成立了兰考沃森百旺农业发展有限公司,至今已先后在建兰考县的小宋乡和仪封乡建设了两个新发地蜜瓜育苗基地。仪封乡建了8座育苗棚,小宋乡建了9座育苗棚。

张宗志说,兰考沃森百旺农业发展有限公司从种苗培育到全程技术指导,再到市场销售,形成了“产销一条龙”的产业模式,每年可为全县蜜瓜种植户增加5000万元左右收入。未来通过“公司+合作社+农户”的发展模式,贫困户一家可以管理10个蜜瓜大棚,按照上面每棚净利润6000元钱计算,去除公司分成一年两季净利润可达6万元。

人民群众能够吃得到放心、安心的食物,就是满足人民群众不断提高的需求,品牌化是农产品转型升级的必经之路。

“万家茶企不敌一家立顿”“五常大米甲天下,天下大米假五常”。这些熟语反映了农业生产大国向农业品牌强国转型面临的困惑,也是今后发展品牌农业要着力解决的问题。

张玉玺说,我国农业还是产品多、品牌少;普通品牌多、知名品牌少。不少农产品产量位居全球第一,却缺少一批在国际上叫得响的品牌。

根据农业部“百乡万户”调查组对农户的调查显示,当前我国农民不论是种植还是养殖,收入都不是很稳定。一个重要原因就是缺乏品牌,没做好品牌,产品市场认可度不高。

张玉玺指出,品牌代表着经营者的实力,品牌代表着质量,品牌代表着种植者的诚信,农产品的品牌要标准化,还要做好宣传,要讲好品牌故事。

我国要在2020年实现全面小康,必须打赢扶贫攻坚战。脱贫攻坚只能打赢打好,没有任何退路和弹性。

张玉玺表示,我国是个农业大国,新发地作为一个由农民创建的农产品批发市场,深切知道农民的艰辛,感同身受农民的不易,也知道农民的需求,希望能够发挥农产品交易平台的作用,尽己所能,为我国的扶贫攻坚战做贡献新发地人的力量。

“做善事是有生路的,做善事是有出路的。我国的当下,最大的善事就是我国的农业,做农业是有生路的,是有出路的。”他说。



张玉玺 男,汉族,1949年10月10日出生,北京市丰台区人,本科学历,农业经济师职称。1968年参加工作,1970年12月~1976年4月在海军东海舰队服役,1978年加入中国共产党,历任北京新发地统计员、经理、厂长、总经理、党总支副书记、党委书记、新发地宏业投资中心董事长等职。现任新发地农产品股份有限公司董事长。

历任丰台区第八届、第九届党代表,丰台区第十三届、第十四届、第十五届人大代表,北京市第十三届、十四届人大代表,北京市高级人民法院、高级人民检察院法律监督员。现任全国政协中国经济社会理事会理事,同时受聘担任国家农业部农产品市场流通专家、中国农业大学、北京工商大学客座教授。从2002年开始,连续当选为农业部中国农产品市场协会会长、执行会长至今。出版有《农产品流通理论思考与实践探索》《海阔天空》等专著。

2000年5月被北京市人民政府授予“北京市劳动模范”称号。

2003年10月被中宣部、人事部、农业部联合授予“全国农村优

秀人才”荣誉称号。

从2003年11月起,连续当选为丰台区第十三届、第十四届、第十五届人大代表。

2005年4月被国务院授予“全国劳动模范”称号。

2006年被评为“中国农村新闻人物”。

从2007年11月起,连续当选为北京市第十三届、第十四届人大代表。

2008年1月被评为“第七届全国农村基层干部十大新闻人物”。

2008年12月被国家经济体制改革委员会评为“改革开放30年——农村人物”。

2008年12月被农业部评为“CCTV中国年度三农人物”。

2010年1月被授予“农业部农产品市场流通专家”称号。

2011年荣获“北京十大影响力企业家”称号。

2011年2月被评为“北京市高级农村实用人才”。

2012年4月被授予“农业部农产品市场流通专家顾问”称号。

2013年1月当选为“赤峰市人大代表”。

2014年被评为“全国十大商业领袖”。

2016年3月被授予“中国食品报社高级顾问”称号。

2016年、2017年两次应邀列席全国政协十二届第四次会议。同时,是河北省第十一届特邀政协委员。

为了保证首都农产品的安全、稳定供应,30年来,张玉玺跑遍了全国1000多个县,建立了300多万亩新发地标准化生产基地。无论是新中国成立60周年大庆,还是2012年“7·21”特大暴雨,还有2015年的“9·3”大阅兵,新发地市场的农产品供应都是最有力的后勤保障。



北京朝阳区政府菜篮子工程



新发地鸟瞰图

(本版图片由北京新发地农产品股份有限公司提供)