

树立农批行业品牌新形象

北京新发地市场实施“内升外扩”的发展战略,充分保障首都的农产品供应,着力推动我国农产品市场向更高质量发展



北京新发地农产品股份有限公司董事长张玉玺在2018扶贫日三产联动扶贫论坛作主题演讲

□ 司倩 梁畅水

1988年5月16日,北京新发地农产品批发市场(以下简称:新发地市场)正式诞生。历经30多年的高速发展,新发地市场已成为首都北京,乃至亚洲交易规模最大的专业农产品批发市场,在世界同类市场中具有很高的知名度和影响力。新发地农产品股份有限公司董事长张玉玺将2019年定为北京新发地提档升级的关键年,同时也是市场各商户的品牌年。他表

煌的变革。2018年也是中国农业质量年,中国农业迎来前所未有的革命性变革,开启了高质量发展的新征程。

当前,我国经济已由高速增长阶段转为高质量发展阶段,农业农村经济发展也到了这个阶段。张玉玺认为,这些年,我国农业综合生产能力显著提高,过去是8亿人“吃不饱”,现在是近14亿人“吃不完”,这说明我国生产能力有了很大提高,这为我国农业发展由增产导向转向提质导向提供了物质基础和社会条件,我国有条件有

易,日交易量达4.5万吨,其中超过七成销往北京市场。作为北京市“菜篮子”工程的重点龙头企业,新发地市场保障了北京90%以上的农产品供应。张玉玺表示,新发地市场借助京津冀协同发展的战略布局,自身实施“内升外扩”的发展战略,业务正在稳步向生产源头和零售终端同步延伸,现已在北京市区内设立了200多家便民蔬菜店和300多辆社区直通车,可覆盖北京市987个居民社区,有效的平抑了市场物价;与此同时,在北京周边和农产品主产区投资开设了10家分市场和330万亩基地,充分的保障首都的农产品供应,着力推动首都菜篮子以及我国农产品市场向更高质量发展。

“这几年,消费者很青睐高质量的农产品,所以我们从选种、育苗到拔葱、打捆、装包均按照高标准要求,做到精益求精,安全健康。我们为消费

者提供优质产品的同时,也要让产地农民,做到让消费者和农民共同实现美好生活的向往。”张玉玺说。

值得注意的是,在我国38个大中城市蔬菜价格对比中,北京的菜价连续多年处于中下游,真正实现了物美价廉,这离不开新发地作为“首都菜篮子”的作用。

张玉玺介绍说,为了满足消费者多样化需求,未来,新发地将被打造成

转型、提档升级的具体体现。

产销对接精准扶贫 助力乡村振兴大业

实际上,如今,首都人民不管冬季夏季、不管狂风暴雨都能吃到新鲜可口的果蔬,大家的餐桌上也从原来的“有啥吃啥”升级为现在的“吃啥有啥”,这些都需要新发地市场数千商户夜以继日坚守在农产品批发事业的第一线。张玉玺与数千商户一样,用无私奉献的精神助首都人民实现美好生活。

2019年中央一号文件指出,今明两年是全面建成小康社会的决胜期,“三农”领域有不少必须完成的硬任务。党中央认为,在经济下行压力加大、外部环境发生深刻变化的复杂形势下,做好“三农”工作具有特殊重要性。

做好“三农”工作,需围绕“巩固、增强、提升、畅通”深化农业供给侧结构性改革,坚决打赢脱贫攻坚战,充分发挥农村基层党组织战斗堡垒作用,全面推进乡村振兴,确保顺利完成到2020年承诺的农村改革发展目标任务。对此,张玉玺表示,产销对接精准扶贫是新发地的初心和使命,它关系着贫困地区产业发展、乡村振兴的大业,对防止贫困地区脱贫后返贫,让贫困地区人民不仅仅被拉着、推着走,更具有自己跑起来的动力与能力发挥重要作用。

张玉玺介绍说,“走出去”和“走进来”是新发地在助力内蒙古贫困县脱贫的过程中,探索出的一条产销对接精准扶贫的新模式。“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处,为当地农民提供农产品市场信息,引导和组织市场营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。

据了解,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的对口帮扶,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。

2017年9月,北京新发地市场和河南兰考县委、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县与当地政府对接,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。

多年来,北京新发地做了大量富有实效的工作,得到了诸多贫困县的高度认可。为此,新发地市场在国务院扶贫办主办的2018年扶贫日活动中新发地扶贫模式被评为三产联动扶贫优秀案例。另外,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,同时肩负起

整、提质增效任务艰巨,正是最需要发挥企业家作用的时期。企业家应坚持“一个中心,两个基本点”的发展理念,“一个中心”即将创新作为弘扬企业家精神的中心思想,“两个基本点”即坚守“诚信”和发扬“工匠精神”。

张玉玺认为,创新是企业家的灵魂,是企业家精神的核心。除了不断改革创新,企业家还应发扬“工匠精神”,形成自己的核心品牌,在产品质量上保持独有优势。我认为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,而品牌的背后就是“工匠精神”,没有“工匠精神”的坚守,便没有新发地的品牌价值。

根据农业农村部“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。张玉玺介绍说,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。未来,新发地将进一步整合各种资源,始终坚定不移的着力打造品牌农产品供应中心,树立首都农批行业品牌新形象。

据了解,目前,“新发地”品牌已成



张玉玺(左)在兰考蜜瓜育苗基地考察

帮助农民脱贫致富和保障市民消费升级的双重责任。

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。

发扬“工匠精神” 着力打造农批好品牌

30多年来,新发地市场主要做了两件事:一是为首都消费者造福,二是为全国各地种植者致富。这两件事,新发地还会一直做下去。

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视企业家精神和非公有制经济发展,非常关心企业家队伍成长和发挥作用。近年来,中央各类会议和文件也多次强调发扬企业家精神和发挥企业家作用。对此,张玉玺坦言,当前,国内外经济形势错综复杂,新旧动能转换、产业结构调

为中国农产品的代名词,新发地市场的农产品价格指数成为引领中国农产品市场价格的风向标和晴雨表。而且,新发地市场的很多农产品都已走上了品牌之路,像“悠乐果”猕猴桃、“秋香”苹果、“润福源”樱桃、“勇习”大葱、“谷龙”毛豆、“鸿福”沙糖桔、“大志”香瓜等,这些品牌农产品实现了从“摆摊设点”“提篮叫卖”到“超市专柜”“品牌经营”的转变,产品越来越走俏,走出了农产品“丰产不丰收”的困境,实现了“叫响一个品牌、拉动一个产业、富裕一方百姓”的使命与目标。

张玉玺表示,社会主义新时期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。让人民群众能够吃到放心、安心的食物,就是满足人民群众日益增长的需求,品牌化是农产品转型升级的必经之路,是推动农业高质量发展的关键。

(本文配图由北京新发地农产品批发市场提供)



张玉玺(前)在河南兰考蜜瓜种植基地考察

示,2018年市场评出了“经营百强”和“单品经营百王”。2019年,新发地将以百强和百王为抓手,扶大、扶优、扶强、扶品牌,努力把北京新发地的发展推向新高度。同时要继续抓好种植基地建设,为全国精准扶贫做出新的贡献。

保障首都农产品供应 推动农业高质量发展

我国改革开放40年来,农村巨变是发生在中国大地上的一场伟大且辉

能力推进农业朝着高质量发展的方向迈进。推进农业供给侧结构性改革,实现农业高质量发展,就是要改善农业生产结构,以市场为导向,满足消费者需求,提高人民生活品质,实现人民对美好生活的向往。同时,还要拓展中高端农产品市场,为普通消费者提供更多优质价廉的农产品,是深化农业供给侧结构性改革的目标之一。

据了解,目前,新发地市场每天有260多个蔬菜大品种、280多个水果大品种以及肉类、水产等进行采购交

一个集观光、科普、旅游功能于一身的花园式购物中心。在新发地市场现有的1680亩土地中,670亩将用于建设地上地下5层综合性的农产品市场,包括冷链交易区、果品交易区和蔬菜交易区,交易货车可以直接开到各层装卸货,预计未来3到5年内新发地将告别露天交易直接“上楼”。调整后腾出的1000亩土地将重新规划为绿地,进行植被改造和相关休闲设施完善。打造花园式购物中心是都市发展的必然要求,也是农产品物流园区全面



新发地市场蔬菜综合交易大楼效果图