

金华农产品信息

第 94 期

金华农产品批发市场有限公司办公室编

2016 年 12 月 31 日

市场 2016 年行情分析

2016 年，市场根据年初工作部署，开拓创新思路，推行适宜举措，完善设施改造，优化结构管理，提升商户服务，配合迁建施工，取得了一定的成效。2016 年交易量和交易额同比递增 16.4%和 14.5%，有力的促进了地方经济的繁荣，保障了市民的消费需求。

一、多项措施收效显著，交易活跃增幅明显

今年市场交易量同比递增 16.4%，其中 3 月份、1 月份和 4 月份，依托春节旺季和春季外地鲜菜大量上市所带来的热销行情，以 37.4%、33.0%和 26.1%的同比涨幅位居单月涨幅前三。水果交易保持稳健增长，同比增幅 14.8%，蔬菜交易得益于客菜区的良好发展，同比增幅 15.5%。市场交易量增幅明显与市场管理方的多项实施举措密切相关：一是优化场地管理。春节期间的香梨载货车，7 月份的外地西

瓜、桃子车辆，9月份的柑橘车辆都令市场停车交易区域面临巨大压力，市场保卫部门充分利用精细化管理手段将各大型载货车辆布点到位，充分整合空间，提升利用率；二是帮忙促销大宗水果。今年新疆香梨产量不小，春节期间虽然价格实惠但销路依然不畅，市场管理方从实际出发，积极联系本地大宗需求单位，力求让进场香梨在合理价位上快速售罄；三是鼓励客菜直发。针对今年客菜发展的良好态势，市场积极鼓励客菜商户做强做大，从山东、甘肃、云南、广西等着的源头产地调集鲜蔬“直发车”进入市场，配合增设的车载交易位，努力打造连接市场和产地的完善批发供应链源头；四是改善车载交易环境。市场蔬菜管理部门充分利用有限空间，在增加停车数量的同时，积极改善交易环境，统一规范管理遮挡篷，既避免了鲜蔬日晒雨淋又确实交易过程中的安全有序，并严格约束交易时间，着力确保鲜菜先售，

二、客菜经营趋势向好，菜价整体波动频繁

今年市场客菜交易区呈现出良好的发展态势，全年平均每日不少于5车的产地鲜菜直发车进入市场交易，品种繁多，新鲜程度高，大白菜、番茄、球菜、萝卜、土豆、洋葱、大蒜等品种为各月销量中的大宗品种。全年交易量同比增幅35%以上，日均销量不少于800吨/天。客菜交易的蓬勃发展得益于一是市场措施得当。市场管理方针对客

菜区的良好发展局面，挤出空间将原有的 8 个车载交易位扩展至 16 个，提升了客菜交易的快销进程；二是产业链完善。北方蔬菜基地农业产业化的积极推行，产业链的日趋完善，各品种均可实现统一规格的标准化包装，减少损耗促进销量。年底更是力压南方蔬菜，占据市场外来鲜菜供应上的主导地位；三是商户能力增强。经过市场多年培育，客菜商户调货能力逐年增强，采购点遍及全国各省，除原先的山东、甘肃、海南等主导省份外，云南、四川和广西等省也纳入其中，配合完善的物流体系，引入多方菜源进入市场；四是市场集聚力增加。每日产地连续不间断到货，量大新鲜的特性让市场商户在销售时有了话语权，更令下游采购商有了更多的选择余地，需求促使市场的集聚力进一步增加。

总体而言全年客菜价格保持稳中有升态势，综合均价较去年同期增幅不少于 20%。同时菜价的频繁波动也是一个特性，事例一是春节期间受“寒潮”天气影响，菜价狂涨，大白菜品种一夜之间价涨 300%，小葱卖出了猪肉价；二是 2 月份的洋葱品种价格高位运行，月同比增幅 89.5%；三是从 3 月份开始大蒜价格一直在走高，直至年末未见回落，峰顶时达 16 元/公斤，同比增幅超过 100%。出现此轮价格波动频繁的原因一是天气影响。恶劣天气的阶段性的侵扰影响了客菜的种植和供应，时不时出现的求大于供现象助

推了价格波动；二是国际形势。大蒜洋葱等品种作为国际大宗商品，对国际经济形势的反应尤为敏感，国际出口形势的波动直接影响着终端市场的价格；三是炒作因素。产量少，存量多，流通量不足都成为了产地易存蔬菜炒作的理由，2月份的洋葱品种，3月份的大蒜品种都缘于炒作原因助推价格一涨再涨；

三、多重因素综合作用，地菜交易同比下滑

2016年，本地蔬菜交易量同比小幅下滑17.7%，年销量超千吨的大宗品种有莴笋、苦瓜、西葫芦、番茄和茄子，其中莴笋销量最大，占月总销量的比重为40.6%，以上品种的交易量同比情况分别为-8.6%、-29.0%、-13.0%、-9.9%、+21.9%，除茄子因种植面积扩大带来同比增量外，其余各品种全部处于负增长状态。而1-12各月的交易量同比情况分别为-13.3%、-19.1%、-57.1%、-26.3%、-21.9%、-5.7%、-19.5%、-13.7%、-36.5%、-52.8%、-6.2%和+12.0%，除12月在莴笋品种大幅增量的推动下，交易量出现正值，其余各月均呈同比负增长状态。各大宗品种的交易均价相较交易量的下滑企稳了不少，同比情况分别为+25.0%、-17.4%、-5.5%、-5.5%，与去年同期相比基本持平。

今年地菜量减价稳的主因一是不利天气影响。1月中旬的寒潮侵袭，3月份的阶段性连续强降水，8月份的干旱缺雨等诸多不利天气，都对本地蔬菜的生长环节造成了不利

影响，加上蔬菜种植中的季节性后移，多因素作用减量成为必然；二是本地菜农数量减少。受商业开发扩大，耕地种植面积缩减，蔬菜种植获利减少等因素影响，种植本地蔬菜的菜农数量正逐年减少，从进入市场交易的菜农年龄可看出，多数为 40 岁以上，鲜有年轻人参与；三是地菜外销乏力。近几年随着外省蔬菜产业化进程的加快，物流业的蓬勃发展，促使本市周边地区都形成了自己的蔬菜产销圈，对我市场地菜外销产生不小的压力；四是统种统销。本地多数蔬菜种植大村已形成同品种规模化种植，统一联系经纪人收购，这就越过了市场交易这一环节。

四、消费需求促量增长，进口水果发展稳健

今年进口水果交易势头良好，交易同比增量 9.1%。各品种中火龙果、红提、龙眼、猕猴桃、车厘子、榴莲等 6 个品种为大宗交易品种，同比分别增量 32.6%、23.3%、14.5%、9.8%、7.6%、6.9%。综合交易均价同比小幅上涨 7.2%，多数品种在热销期间价格较去年稳健，如春节期间车厘子品种，虽然同比减量 11.4%，但均价同比却上涨 20.5%，6 月份的榴莲，9 月份的龙眼，均价较去年同期仅小幅上涨。增量价稳的原因一是消费需求提升。消费者可支配收入大幅提高，而国产水果连年涨价，拉近与进口水果的价格差距，多数品种价格与进口水果相持平，使得消费者更乐于选择口感较好的进口水果；二是政策出台利好。

海关入境手续简化，各项税费下调，多地口岸开启，通关更为便利；三是价格相对下滑。我国对进口水果的需求量的逐年提升，促使各国水果纷纷涌入我国，量大使得价格连年下滑，进一步促进了销量的提升。

五、品种制约产量下降，地产水果出现颓势

近几年来，本地小水果的销售情况不尽如人意，呈逐年缩量态势。今年综合品种销量同比降幅超过 35%，往年的大宗品种如 4 月份杨梅，5 月份的甜瓜、梨，6 月份的桃子、葡萄、8 月份的西瓜，11 月份的柑橘、胡柚等均呈零星上市状态，一直未见规模化销售场面。本地小水果在水果总销量中占比日渐边缘化的原因一是天气因素影响。今年 1 月份的“寒潮”，3 月份的连续降水，8 月份的干旱缺雨，都对本地小水果的生长带来了影响，多数品种收成锐减；二是缺乏产业化管理。本地小水果一直未形成产业化种植，各品种培育和管理水平所限，以致口感上难与外地水果匹敌，一直难出高销量的精品，如本地柑橘与产自四川的“丑八怪”柑橘，虽为同科属，但口感差异明显；三是综合成本增加。种植过程中人工管理等综合成本逐年增加，令本地果农收益率越来越低，热情日趋下降，而年轻人参与度低也是导致上市量减少重要原因。

六、春茶交易较为平淡，市场积极助农售茶

今年市场春茶交易从 3 月下旬开始历时一个月左右，共交易春茶 7 万余斤，同比增长 27.6%。交易品种涉及白茶到香茶各个价格区间。价格整体较往年实惠，影响因素与去年相同，依然为一是政策环境因素。相关政策制约了高档春茶的消费；二是经济环境因素。经济大环境的颓势，令不少实体企业压缩业务开支，减少春茶采购量。

今年春茶交易实现增量除客观因素外，与市场积极推行各项举措不无关系，市场一方面通过免收交易服务费，增设便民设施，增派安保人员、卫生清扫人员等手段服务于进场交易的茶农和客商，另一方面通过投放视频广告、媒体信息等方式，积极宣传春茶交易情况，扩大茶叶市场影响力，吸引普通市民消费者前来品茶选茶购茶。

七、电商业务蓬勃发展，支付手段日趋多样

在各行各业电商业务蓬勃发展的现状下，农批市场各商户“触网”成为必然。春节、中秋两节期间鲜果线上销售，配送到家业务成为时尚，销售品种中国产水果和进口水果都有涉及，高端精品和大众实惠品种均有所涵盖。节日期间市场内的拥堵，市区水果店质量的良莠不齐，给水果的电商销售创造了良好的契机，不仅普通消费者日益认可，采购量不大的企事业单位也正逐步适应这种购买方式。而随着移动支付手段的日趋完善，现下市场内多家店铺的支付手段已不再局限于现金交易，“支付宝”、“微信”等多

种新型移动收款方式正逐步融入到商户们的日常经常中，市场“商二代”们的传承接手成为新兴支付手段的有力推动者，不仅给自身经营过程带来便利，更为将来发展更高层次的电商业业务奠定基础。

八、2017 年行情预测

2017 年，随着市场交易环境的优化，功能配置更加趋于合理，管理手段愈加完善，市场整体销量还将进一步提升，但在经济形势尚未回稳之前，增长势头将会趋于放缓，继续保持企稳态势。经济的不利，成本的压力，购买力的下降，消费群体的差异化，还将不可避免的继续考验着市场和经营户的运作能力和经营实力。天气状况依然是左右农业生产和农产品流通的重要原因，流通困局和“卖难”问题或许还会重演。新的一年，市场将以宏观角度来审视自身，找准整体定位和发展方向，继续发挥区域性集散的功能，为本省和周边地区提供充足的农产品保障。稳健扎实开展市场迁建工作，为新一轮的腾飞夯实基础。积极开拓创新继续发挥区域品牌效应和行业影响力，一如既往的做好服务三农工作。（信息中心）