



蜜柚进京 新发地从源头打造农产品品牌

“一场秋雨一场寒，十场秋雨要穿棉。”伴随着近期的降雨降温天气，北京已进入寒意浓重的深秋。记者近日走访京城“菜篮子”——北京新发地了解到，降温降雨同样影响到了北京秋季蔬菜的主要供应地，“地里有菜，但是收不上来。蔬菜的上市量明显下降，价格大幅蹿高。”而降雨停歇以后，上市量逐渐恢复，价格逐渐回落，回落以后的价格仍然高于上涨之前的价格。

此外，近期秋季应季水果也陆续上市，上周福建平和蜜柚、贵州修文猕猴桃开始批量进入京城。值得一提的是，这也是福建平和蜜柚打上“新发地”标签后首次直供京城。

秋季蔬菜供应充足

据北京新发地市场总经理张月琳介绍，受到近期大范围降雨降温的影响，新发地市场蔬菜的加权平均价出现明显波动。

此次降雨降温波及的范围很大，整个大陆地区自西向东、由北到南都受到较大影响。特别是在10月9日至10日，雨区就覆盖在北京蔬菜的主要供应地。“地里有菜，但是收不上来。蔬菜的上市量明显下降，价格大幅蹿高。”而降雨停歇以后，上市量逐渐恢复，价格逐渐回落，回落以后的价格仍然高于上涨之前的价格。

“目前看来，降雨降温对北京秋季蔬菜供应造成一定的影响，主要表现是降温。经过近期的连续降温，北京及周边地区的气温已经从初秋快速下降到深秋。北京及周边地区生产的蔬菜，特别是露地蔬菜受到温度下降的影响，生长速度放缓，产量下降，价格一时间波动上行。”不过张月琳也表示，由于蔬菜生产整体上表现出扩种的趋势，供应相对充足，只是个别蔬菜价格上下波动的幅度会

有所加大。深秋的蔬菜一般在10月末、11月初就会形成批量上市条件，在深秋蔬菜大量上市之前，北京蔬菜供应整体上会有所起伏，一旦深秋蔬菜大量上市，供应仍然是充足的。“价格蹿高的现象是暂时的，后期还有一定的下降空间。”

平和蜜柚直供京城

秋冬季节吃什么水果不上火，首当其冲就应该是柚子了。近日，福建平和蜜柚开始批量进入京城，值得一提的是，去年北京新发地果园在福建省平和县揭牌。在蜜柚原产地建果园，打通了产地果品直供北京直通车后，蜜柚首次直供京城，此举不但助力当地果农增收，同时保障了首都人民吃上精品柚。

记者近日在位于南三环边

的一家水果超市看到，福建平和琯溪蜜柚占据了店内正中间的位置，福建省平和县在此设立了“平和琯溪蜜柚直销点”，白柚售价每斤2.99元，红柚每斤4.99元，特色的三红蜜柚卖得最好，售价每斤5.99元。

据新发地“柚子大王”陈德青介绍，随着消费旺季的到来，平和蜜柚近来“身价”也逐渐走高。今年蜜柚的产量总体增产10%，原因是去年果大卖不动，今年采取了措施，缩小了果围，同时口感更好了，价格也比去年同期下降10%左右。

从源头打造农产品品牌

张月琳说，去年新发地果园落户平和县，这种“基地+公司”“田地到市场”的直供模式，将进一步推动霞寨乃至平和县蜜柚产业的发展，促进农业产业优化

升级，实现蜜柚物畅价扬，农民增产增收，同时也让北京消费者品尝到更加正宗、美味的平和琯溪蜜柚。

作为北京的“菜篮子”和“果盘子”，长期以来，新发地市场切实保障了首都80%以上的农产品供应，带动百万农民就业增收。2016年，新发地的交易量为1550万吨，交易额为722亿元，每天蔬果交易底线均为1.8万吨。

张月琳表示，新常态下，新发地市场全面实施“内升外扩”的战略，对内进一步加快提档升级，不断增强市场综合服务功能，对外利用市场资源优势，在内蒙古、海南、山西等全国农产品主产区建设了13家分市场、300多万亩生产基地，目的是从源头把控优质农产品的稳定供应。

(北京晨报)

轻脂饮料有红利但难持久？



有机构预测，功能性饮料市场未来五年预计复合增长率将超过12%，市场潜力巨大。记者留意到，不少食品企业在不约而同地进军或加码轻脂饮料、功能性饮料领域，而在行业人士看来，企业收获第一波红利不难，难在持之以恒受追捧。

龙头企业 加码轻脂、功能性饮料

南方黑芝麻集团出品的轻脂饮品黑黑乳销售业绩不错，该集团近期回应称，主要因为8月份企业在IP综艺的营销传播成效凸显，冠名《极速前进》及签约范冰冰作为品牌代言人，刺激销量增幅超预期，加上要与原代工厂生产切换、新工厂生产线处于调试和试生产阶段，所以产能未达最佳。“作为冲调行业的老牌企业，南方黑芝麻集团选择进入饮品市场，尤其是推轻脂概念饮品，一

度被视为冒险之举，但目前看来娱乐营销带来了首波销售红利，长远仍要静观其变。”一位行业观察人士认为，作为新品牌其赢在有效广告传播上，而轻脂饮品的确也是符合消费潮流的新品类。

绿瘦日前旗下奶昔新增四种新口味。记者留意到，其主打“有饱腹感的营养代餐食品”概念，强调奶昔一杯就可代替正餐。“奶昔可以紧密贴合该企业本身的减重产品，后续反响则有待市场反馈。”观察人士认为。

而直销巨头安利旗下第一款运动营养饮料XS于9月登陆内地市场，打算争食功能性饮料这块大蛋糕。

业内观点 能否成为爆款尚难预测

英特敏发布的《运动及能量饮料2016年度回顾》显示，全球能量饮料市场2015年强

劲增长10%，销量居前两位的国家分别是美国、中国。中国在增长率方面更是一枝独秀，2015年增长率高达25%，几乎是美国市场的四倍。而市场调查数据显示，与世界发达国家相比，中国功能饮料的人均消费量每年仅为0.5公斤，距离全世界人均7公斤的消费量尚有较大空间。

记者了解发现，绿瘦奶昔和安利XS饮料售价都在十元出头，而黑黑乳售价为5元。“从价格上来说都较为平衡，找到了年轻族群消费特性和企业利润的平衡点。”不过，“虽然轻脂类产品看似利润非常可观，但早期新品上市要猛砸钱营销，无论是娱乐营销还是地面促销。一旦市场初步认可，企业收获第一波红利是值得高兴的，但长此以往能否成为爆款，或者会不会突然滞销，目前都难以预测。”上述观察人士分析认为。

(新华网)

■ 部委信息

本月第3周西葫芦价格上涨12.1%

本报讯 据商务部监测，上周(10月16日至22日)全国食用农产品市场价格指数比前一周上涨0.4%，西葫芦价格上涨了12.1%。

30种蔬菜平均批发价格为每公斤4.04元，比前一周上涨2.5%，其中西葫芦、茄子、豆角价格分别上涨12.1%、9.7%和9.6%。禽产品批发价格各有涨跌，其中白条鸭、白条鸡价格分别为每公斤17.4元和15.61元，分别上涨0.3%和0.2%，鸡蛋价格为每公斤8.38元，下降0.7%。

食用油批发价格总体平

稳，其中花生油价格与前一周持平，菜籽油、豆油价格分别上涨0.2%和0.1%。粮食批发价格基本平稳，其中大米价格上涨0.2%，面粉价格与前一周持平。

肉类批发价格小幅波动，其中猪肉、牛肉价格分别为每公斤21.35元和50.92元，分别下降0.6%和0.2%；羊肉价格为每公斤46.77元，上涨0.6%。水产品平均批发价格下降0.5%，其中鲤鱼、鲫鱼、草鱼等淡水鱼价格降幅居前，分别下降1.6%、1%和0.8%。

农产品批发价格200指数下降0.02个点

本报讯 据农业部监测，10月25日，农产品批发价格200指数为99.06，比前一天下降0.02个点，“菜篮子”产品批发价格200指数为98.65，比前一天下降0.02个点。

全国农产品批发市场猪肉平均价格为20.17元/公斤，比前一天下降0.2%；牛肉54.46元/公斤，比前一天上升0.4%；羊肉50.11元/公斤，比前一天上升0.7%；鸡蛋8.16元/公斤，比前一天下降1.1%；白条鸡14.49元/公斤，比前一天上升0.1%。重点监测的28种蔬菜平均价格为3.73元/公斤，比前一天下降2.1%；重点监测的7种水果平均价格为

4.38元/公斤，比前一天下降1.4%；鲫鱼平均价格为15.86元/公斤，比前一天下降1.7%；鲤鱼11.28元/公斤，比前一天下降0.1%；白鲢鱼6.67元/公斤，比前一天下降2.1%；大带鱼34.83元/公斤，比前一天下降1.1%。

国内鲜活农产品批发市场重点监测的60个品种中，与前一天相比价格升幅前五名的是：菠萝、油菜、羊肉、白萝卜和豆角，幅度分别为2.2%、1.1%、0.7%、0.6%和0.5%；价格降幅前五名的是：西瓜、芹菜、大葱、菜花和胡萝卜，幅度分别为4.6%、4.5%、4.5%、4.4%和3.8%。