

第三届新发地农产品博览会在京召开

本报讯 李爱华 近日,2025数智农业与服务贸易大会暨第三届新发地农产品博览会在京盛大召开。大会以“数智引领、产业融通”为主题,集中呈现了机器人大厨现场制作餐点、8省(市)道地农产品进京推介、30余家企业达成战略合作、200家企业集中参展、全程冷链助力东盟水果新鲜抵京等多项前沿成果。

大会内容设置丰富,同期举办1场开幕式、2场专业推介会,设立4大主题展区,吸引约200家企业参展,全面展示数字技术与农业全产业链深度融合的最新实践,旨在构建全国领先的农业创新资源对接平台。

多方联动 共筑农业数智新生态

新发地市场作为全国农产品流通的核心枢纽,已构建起覆盖种业研发、农业生产、加工物流、品牌孵化与销售推广的全链条服务体系。在前两届农博会成功举办的基础上,本届大会将进一步突出数智赋能与产业协同,推动农业产业链、创新链、资金链与人才链的融合发展,助力首都高品质生活服务保障区建设。

本届农博会由新发地市场、北水嘉伦、中央市场、青旅乡创会客厅共同主办,新发地农博公司、新发地商会承办,并得到花乡街道、新发地转型升级专班、区商务局、区农业农村局等多部门指导支持,形成政、企、学、研多方联动格局,共同推动农业服务贸易与数字技术深度融合。

8省道地农产品集中推介 30余家企业现场签约

开幕式上,来自山西隰县、河北青龙满族自治县、云南勐海县、海南海口、辽宁沈阳、河北石家庄、河北保定、陕西柞水县等8个省市(县)的道地农产品进行了集中推介。隰县玉露香梨、河北赞皇大枣、海南椰子……琳琅满目的农产品香气四溢,不仅展现新发地市场汇聚全国农业资源的强大能力,也为北京市民带来丰富优质的消费选择。

开幕式还举行了多轮战略合作签约。新发地市场与北京种业之都、中华财险、北京市丰台区餐饮住宿服务行业协会、超意兴、南城香、青旅恒发、中青新发产发科技、中国邮政等企业达成合作,覆盖智慧种植、餐饮供应链、物流服务等多个领域。新发地市场与中国工商银行、中国农业银行、中国民生银行、北京银行、北京农村商业银行、北京大兴九银村镇银行、中国银行、北京市农业融资担保有限公司等8家金融机构签订战略合作协议,强化农业产业链金融服务支撑。博彦科技与新发地进口水果企业越南果蔬协会代表、北京农产品中央批发市场与北京三杰得福商贸、北水嘉伦与多家冷链物流企业、海尔食联网与新发地净菜产业园分别签约,覆盖技术合作与冷链物流,进一步打通从技术到市场、从产地到餐桌的全链条资源。



数智场景沉浸体验 农业科技落地生花

本届农博打造的数智农业与服务贸易主题展览面积达4000平方米,设立数智农业、供应链服贸、进口农产品、全国道地农产品四大展区,集中展示了一批具有代表性的智慧农业技术与装备。

在智慧厨房展厅,炒菜机器人引发广泛关注。该设备通过数据化菜谱精准控制火候,5分钟内可完成川湘菜系经典菜品烹饪,已覆盖大部分家常菜谱。新发地市场负责人表示,这些技术将逐步推广至社区食堂和餐饮企业,未来更多的市民可享受到“产地直供+智慧烹饪+健康饮食”的全新体验。

在智能种植展厅,河北福赛农业带来的“福赛福智能水培种植舱”引发广泛关注。该设备采用液流技术实现营养液自动循环,搭配FS复合生物酶肥,实现无土栽培、自动补光浇水,生菜可实现“摘下即食”,适配家庭阳台与厨房狭小空间,成为都市农业的亮点解决方案。

专业推介促成务实合作 智慧项目落地新发地

作为本届农博会的核心环节,两场专业推介会成果丰硕,推动一批重点项目落地北京。

10月11日下午举办的“数智赋能·农业新生”主题推介会,搭建“创新项目—产业链企业—投资机构—政府部门”四方对接平台,推动智慧种植、数字仓储、智能配送等项目落地新发地。例如,博彦科技打造的“智慧果园系统”,通过传感器实时监测土壤数据,实现施肥量精准控制30%,未来将在新发地合作基地推广,提升果园管理效率与果品质量。

全球资源精准链接 冷链网络护航“鲜品直达”

本届农博会产业服务展区,依托新发地32万亩海外种植基地,联合玉湖冷链、顺丰冷链、京东冷链、中国邮政等企业,构建了从产地到市场、从市场到社区的全程温控物流体系,实现泰国山竹、越南榴莲等58种热带水果批量进京。冷链企业代表透露,通过“产地速冻—冷链暂养—城市直配”模式,进口水果从采摘到上新发地货架最快仅需72小时,价格较传统渠道降低15%,让

北京市民享受到更新鲜、更实惠的进口水果。

展会期间共达成37项产业链合作,覆盖智慧种植、数字仓储、跨境贸易等领域,总投资额超12亿元,涉及全国28个省份及东盟6国。新发地市场总经理张月琳在采访中表示:“我们正推动建设覆盖330万亩种植基地的数字化平台,让每棵蔬菜都有‘数字身份证’。”

聚焦数智赋能 共建农业未来

本届农博会集中展示了智慧种业、净菜加工、集采集配、智慧厨房、食品检测及厨余循环等全链条技术应用,打造沉浸式数智美食生态体验场景,推动新发地数智美食生态园建设进程。同时,通过链接全球产区资源,促进国内外市场互通,提升“新发地”品牌影响力与平台经济能级。

据了解,新发地通过营商服务“先丰港”为参会企业提供党务、政务、法律、金融等全周期专业服务,进一步优化营商环境,推动形成“展会赋能—产业协同—红利共享”的良性循环。中华财险在现场展示“天空地”一体化数智平台,通过卫星遥感、无人机等技术助力农产品产地溯源与风险保障,为农业产业链安全添砖加瓦。

“依托新发地市场的丰富资源,我们用数据做‘沃土’,用数智育产业‘新苗’,希望以本次农博会为契机,达成更多数智领域的共识和合作,进一步加快数智化转型。”新发地市场相关负责人表示,作为全国农产品流通核心枢纽,新发地通过本届农博会集中展示智慧种业、智慧厨房等全链条技术应用,加速数智美食产业园建设。同时,依托东盟、南美等全球产区资源,新发地积极推动企业开拓国内外消费市场,强化产业链供应链韧性。

2025年中央一号文件指出,要支持发展智慧农业,以科技创新引领先进生产要素集聚,因地制宜发展农业新质生产力。第三届新发地农博会深度响应中央一号文件,通过创新共享机制赋能商户电商转型与新农人技能提升,为首都高品质生活服务保障注入动力,更为农业高质量发展增添“数智”活力,为发展农业新质生产力贡献“新发地力量”。未来,新发地将持续深化数字化转型,打造更具国际影响力的农业创新平台,为中国农业现代化贡献力量。

卖不完的月饼 去哪了

本报讯 韩秉志 月饼是时令性很强的食品,节前铺货、节日高峰、节后冷清,形成每年重复出现的市场节奏。近年来,我国月饼市场日益火爆,加入月饼生产的企业越来越多。如果供给端不能与需求端精准对接,便会出现供过于求。每到节后,一个问题总会被反复提起——卖不完的月饼去哪了?

作为行业龙头,苏州稻香村集团的应对具有代表性。该集团年销月饼3亿多块,在北京、苏州、菏泽等地建有10个现代化生产加工园区。线下销往全国各地,并出口60多个国家和地区;线上渠道覆盖天猫、京东等主流电商平台。当前,面对节后库存压力,企业并非凭运气押注市场,而是依托数据和订单运作。

“如今企业的生产计划已不再凭经验拍脑袋决定,而是依据多年销售数据、区域消费趋势与渠道反馈综合判断,做到按订单生产。”苏州稻香村集团办公室主任张静表示,与其他一线月饼企业类似,集团依托多年对市场行情趋势的预判和把控进行生产,节后剩余月饼量相对可控,基本不会出现大面积积压。

张静透露,节后剩余月饼的主要去向包括:全平台促销、员工内购、节后持续销售、发放福利,以及卖给第三方或按规定销毁等。在节前用工高峰时,集团用工人数量超过1万人。因此,集团开放内部购买通道,员工以优惠价购买月饼礼盒或散装月饼也会消纳一部分产品。节后,部分礼盒会在电商平台上持续销售,经过价格下调与包装调整,其定位逐渐由“礼盒”向“零食”靠拢。

笔者注意到,早在中秋节之前,不少月饼企业已在各渠道开展促销活动,力求最大化去库存。与此同时,行业的生产逻辑也在发生变化。过去,月饼生产节奏多靠经验判断。如今,随着行业集中度提高、供应链数字化深入,头部企业已构建起动态生产模式:在中秋节前数月就会根据电商预售、渠道订单、往年区域销量变化实时调整产能,从原料采购到包装定制均实行精细化控制。这种“柔性生产”能力,能够大幅降低商品积压的概率。

行业研究也印证了这种转变。中国数据研究中心近日发布的《2025中国月饼行业消费与品牌现状白皮书》指出,月饼行业普遍面临成本压力,原材料、人工、物流成本持续上涨,压缩企业利润空间。企业需通过规模化生产、工艺优化和供应链管理降低成本。中国数据研究中心专家表示,随着消费升级与数字经济的深度融合,我国月饼行业正加速向“智能制造”转型,通过大数据分析消费者偏好,实现精准营销和产品定制,借助智能工厂建设、数字化供应链管理、AI品质管控等创新实践,实现生产效率提升与产品价值升级。预计到2027年,智能生产线在月饼行业的覆盖率将超过60%,推动行业从“规模经济”向“效率经济”转变。

消费端变化同样明显。如今,地域特色与健康属性成为月饼新品研发和内容传播的热点。广式、滇式、苏式等传统口味月饼,与鲜花、杂粮、无蔗糖草本等创新口味月饼并存。在电商直播和社交平台上,月饼的标签不再局限于“节日礼品”。尤其是小规格、轻包装的单块月饼,越来越多地出现在便利店、咖啡店乃至航空配餐中,“卖不完”的概念也越来越模糊。

月饼库存的合理消纳,既得益于短期库存消纳机制,也反映了行业的深层调整:生产更精细、供应更灵活、产品更贴近消费需求。