

协同发展看京津冀

培育100家“河北净菜”生产示范基地，
环京津6市蔬菜面积达756万亩

河北建成环京1小时蔬菜供应圈

本报讯 郝东伟 近日，又一批产自河北兴芦农业科技集团有限公司（以下简称“兴芦农业”）的“河北净菜”被运至北京。新鲜放心的蔬菜，从加工到端上北京市民的餐桌，不超过24小时。

“有快菜、卷心菜、山药等20多种净菜，很受北京市场欢迎。”兴芦农业生产经理吕亚硕说，公司稳定供应北京300余家商超、便利店和餐饮企业，日均配送量超30吨。

种好河北“菜园子”，丰富京津“菜篮子”。目前，河北与北京共建环京周边蔬菜生产基地183家。支持北京新发地在河北建设了10个分市场，北京商户在河北建设直供或订单基地60万亩。环京津6市蔬菜面积达756万亩，形成环京1小时供应圈。

为增强蔬菜生产能力，河北实施千亿级蔬菜产业工程，推动设施规模扩大和老旧设施改造，全省设施面积超过350万亩。建立国家蔬菜改良中心河北分中心等3个“国字号”研发中心，全链条开展核心技术攻关和示范推广。

河北是蔬菜产销大省、供京津蔬

菜第一大省，形成了冀北夏秋露地蔬菜、环京津冬季设施蔬菜、冀东深冬温室蔬菜、冀中南春秋设施蔬菜和衡水高品质蔬菜五大产区的全域布局，冬季日供鲜菜和冬储菜近10万吨，夏季日供近20万吨，实现四季鲜菜不断、周年供应。

据北京市数字农业农村促进中心监测数据，2025年，河北蔬菜在北京主要农产品批发市场占比为43.04%，比上年提高0.54个百分点，为历年最高。

聚焦京津广阔的市场和巨大的消费潜力，河北筑牢进京供应保障网，全力打造立足河北、服务京津、全链贯通、智慧绿色的“河北净菜”市场化运营综合服务平台。依托北京新发地、天津海吉星、高碑店首衡等大型农产品批发市场，随时供应800余种“河北净菜”特色产品，推动京津冀农产品流通保供。

按照“基地环境整洁、生产过程规范、产品质量可靠、产后加工完善”的标准，河北培育了100家“河北净菜”生产示范基地，带动全省蔬菜品质提升，为北京消费者提供更多优质

净菜。

为进一步拓宽“河北净菜”的销售渠道，京津冀三地每季度共同举办京津冀农产品产销形势会商活动，为生产经营主体提供市场信息、产销对接服务。同北京新发地、京东、美团、物美等重要商贸渠道建立稳定合作关系，通过农速源、顺斋、五环顺通等供应链企业，实现向机关、事业单位、高校等单位稳定直供。推动北京学校基地直供平台在河北省共建“河北净菜”校园集采平台，为北京94所高校提供集采交易服务。

“今年河北将坚持生产、加工、流通、质量、品牌全链条一体化推进，不断提升河北‘菜篮子’产品京津市场占有率，带动河北农业产业提档升级。”省农业农村厅相关负责人介绍，河北将以环京地区为重点，建设一批净菜加工项目，打造20个区域性净菜加工集配中心，提升产地净菜加工、贮藏保鲜、分等分级等商品化处理能力。深入开展农产品进京入津“六进”活动，加大商超、供应链、社区团购等市场渠道拓展力度，让越来越多“河北净菜”充实京津“菜篮子”。

182个农业品牌提升蔬菜产业竞争力
廊坊蔬菜北京市场占有率达16.2%

本报讯 刘杰 日前，从河北省廊坊市农业农村局获悉，该市累计培育“廊农优品”“永清胡萝卜”“安次甜瓜”等182个农业品牌，蔬菜优良品种覆盖率逾95%。廊坊蔬菜在北京市场占有率达16.2%，成为首都“菜篮子”重要供应基地。

清晨，位于固安县的河北兴芦农业科技集团有限公司加工车间里一派繁忙，鲜嫩的黄瓜、番茄等果蔬从田间采摘后，经清洗、切配、包装等标准化工序制成鲜切蔬菜，不超过24小时就能端上北京市民的餐桌。

“我们培育了‘固安番茄’‘兴芦蔬菜’‘天绿食’等品牌，以品牌赋能提升了产品市场认可度和竞争力。”河北兴芦农业科技集团有限公司经理吕亚硕说，目前公司农产品稳定供应北京300余家商超、便利店和餐饮企业，日均配送量超30吨。

廊坊市蔬菜种植面积约120万亩，年产量530万吨左右。“依托环京区位与生态资源优势，廊坊市聚

焦特色农业提质增效，推动农业品牌从单点突破向集群发展，构建起‘从田间到餐桌’的全产业链体系。”廊坊市农业农村局党组书记王永民介绍。

目前，该市已形成“区域公用品牌+企业产品品牌+名优产品商标”的农业品牌发展格局。在182个农业品牌中，“永清番茄”入选国家级农产品区域公用品牌，“安次甜瓜”等9个品牌被认定为省级农产品区域公用品牌，市级区域公用品牌“廊农优品”已收录105款优质农副产品。

品牌立得住，质量是根本。廊坊市高标准打造22家环京周边蔬菜生产基地、10家“河北净菜”生产示范基地，持续开展绿色食品、有机农产品、名特优新农产品的认证和认定工作，全市获认证农产品264个。同时，推进质量安全追溯体系和农业标准化建设，成功创建国家农产品质量安全市。

“手机一扫，蔬菜的品种、种植记录等信息一目了然。”在中农智慧（香河）农业发展有限公司生产车间，公司总经理刘双赫拿出一包秀珍菇，现场演示二维码追溯系统。他介绍，全流程质量溯源让群众买得放心、吃得安心，公司每年供应北京市场蔬菜已提升至1500吨。

为保障蔬菜“鲜”行，廊坊市打造“规模基地—中央厨房—冷链物流—终端直供”全链条模式，布局标准化加工车间、冷藏仓储等设施，实现蔬菜采摘后即时预冷、全程恒温储运，既大幅减少流通损耗，又锁住蔬菜新鲜度。

蔬菜品质好，更要销路畅。去年以来，廊坊市精心筛选80余个农产品品牌的200余种优质农副产品直供北京市场，组织净菜进京、“品牌万里行”等产销对接活动30余场，实现成交额1400余万元，“廊农优品”等品牌农产品在北京市场的知名度和影响力持续攀升。

专业擂台初遇百年大集
天津探索农业赛事新路径

本报讯 薛淳月 近日，天津市宁河区芦台大集热闹开集。与往常的柴米油盐不同，广场中央的售卖区域被各式各样的番茄“占领”，吸引了不少赶集的游客驻足。

当日，第三届天津番茄擂台赛在芦台大集举行。本届擂台赛打破传统办赛模式，首次将比赛场地设在充满烟火气息的芦台大集，吸引了天津市各涉农区76家主体报名，140个产品进行现场比拼。

“我们采用网络招募的形式招募了30位大众评委，这是今年的重大变化之一。”天津市农业农村委员会总农艺师、市场与信息化处处长李浩介绍，通过“以赛促销、以赛促产”，让农业品牌真正“跟消费者玩在一起”。

科技赋能品质升级

在专业评审的过程中，测量仪器精准捕捉着参赛番茄的各项指标。“在专家上，我们特别邀请了北京的和河北的农业专家参与评选。”谈及今年赛事的变化，天津市农业发展服务中心推广研究员李海燕表示，“我们这次把实验室测糖的客观分提高到了总分的40%，取样也更加科学。”这种通过专业校准与科学取样让得分更加客观，结果也更有说服力。

李海燕指着桌子上的参赛品种说：“比如在大果组，参赛品种的糖度标准我们一般设置在6.5%。而今年有的参赛品种的糖度能达到9.4%，可以说是在品种选择和种植技术上展现出了极大的突破。”

“我最喜欢六号。虽然有点青，但它却倍儿好吃。”大众评委之一的天津市民李女士一边品尝一边滔滔不绝地向同行描述，“这一款番茄入口很脆，平时买菜的时候没法品尝，今天在大集上一对比，不同品种口感的差异立刻就出来了。”

“随着品种和科技的进步，现在的番茄味道绝对比以前要好得多。”李海燕表示，专家评选出的最高评价“擂主”和大众评委选出的“最受欢迎奖”契合度非常高，“证明专业标准和市场口味是有很大的共通之处的。”

生产端的品质坚持

在本次擂台赛的中果组评审中，来自天津市滨海新区的徐桂艳再次获得了由专家评选出的“擂主”奖。问及如何种出好番茄，她将经验总结为“良心”：“首先得保住食品安全，国家禁用的农药根本不能用，这是底线。”

除了安全标准，徐桂艳还分享了具体的生产细节：“阴天时尽量不要采摘番茄，否则口感会受影响。最好的采摘时机是晴天的下午，此时果实表皮透亮且没有露水。”

通过参加擂台赛，她不仅收获了知名度，还和现场其他种植户之间互相交流。“获得‘擂主’奖项之后，今天好多人找我订购番茄，”徐桂艳笑着说，“希望更多人能吃到我们家的番茄。”

品牌破圈赋能产业

将专业的农业赛事搬进拥有百年历史的芦台大集，是天津农业品牌建设的一次尝试。相比于封闭式办赛，李浩认为在大集举办能实现“赛场即市场、评比即推介”，让消费者更直接、切实地给出评价。

在李浩看来，打造农业品牌需要从供给、流通、消费三端协同发力。“我们想把‘津农精品’和芦台大集两个IP结合起来，”李浩在接受采访时表示，“办品牌应当以消费者为主角，和消费者玩在一起。”

李浩透露，作为赛事的延伸，天津市还将发布“番茄地图”，标注获奖番茄在采摘、购买等方面的更多细节，将赛事的流量转化为产业的销量。