



8日下午接近2点了,菜农还在唐王蔬菜批发市场等待外地商户收购大白菜。本报记者 戴伟 摄

菜价跌跌不休,高温也是“凶手”

种植面积增大加拱棚菜提前上市,“一元菜”成了当下主打



本报记者 张玉岩

实习生 宋玉洁 辛伟东

市场常见蔬菜 价格普遍降低

在省城最大的果蔬批发市场之一的七里堡综合批发市场,一个摊位上的牌子上写着“生菜5角”的字样。“生菜球批发价是五毛钱一斤,好一点的是一块钱,从地里收上来的价格是三毛钱一斤,扣除其他的费用,进一次货要七八百的成本,利润也就几毛钱。”一位卖生菜的批发商告诉记者,“去年菜价高,菜农就开始大量种菜,菜多了就卖不出去,价格自然就低了。”

记者调查发现,该市场上的菜价普遍都降低了,芹菜和花菜的批发价是7毛钱一斤,卷心菜是3毛钱一斤,白菜4毛钱一斤,黄瓜1元钱一斤,胡萝卜1.3元一斤。市场上不少常见的蔬菜,价格都在一元左右。

从事白菜批发的李师傅告诉记者,虽然白菜的进价是一毛多,以四毛钱一斤的价格批发出去,但是最后赚到的利润仍然只有几分钱。“其实现在菜价降低很正常,也就是这几天的事,这个季节天开始热了,菜屯不住,价格自然就低,过半个月菜价又升回来了。”李师傅说。

“我是安徽人,干这行有十年了,在济南人生地不熟的,平时进货就靠中间商。中间商每年包下菜农的地种菜,从菜农那里把菜收上来之后,加几分钱再卖给我们,一车生菜大概两千斤,给中间商一百块钱。”卖生菜的王先生说,济南市场上不少蔬菜都来自唐王,还有一部分

济南唐王镇村民许兆祥今年加种了两亩卷心菜,没想到卷心菜的价格已经跌破1毛,至今为止,他家里还剩下一亩的卷心菜没有卖出去。近期的济南蔬菜市场上,遭遇价格跳水的不仅仅是卷心菜,大白菜、有机菜花等也是跌跌不休。专家分析称,由于今年气温较往年偏高,不少大棚蔬菜提前上市,再加上今年蔬菜的总体种植量较往年有所增加,致使菜价创下近年来新低。

则是寿光、潍坊、莱芜。很多中间商一天也卖不了一车白菜,等热起来之后浪费的白菜就更多了。

卷心菜去年一块多 今年只卖五分钱

8日下午1点左右,济南唐王蔬菜批发市场已经冷清了,五六辆装着大白菜的车在市场上等待买主。还有一辆有机菜花的车正在装车。“早上的时候都是批发商和农户,这会基本上都已经回家了。”韩会银说。他在这里干的是代买,周围很多农户都通过他来联系批发商。这会还有一辆收大白菜的车没到,几个农户都在市场上等着。

菜农许兆祥拉了一车一千斤左右的大白菜,他家里有10亩地,去年种了两三亩大白菜,今年还比去年多种了一亩,另外又加种了两亩卷心菜。他没想到的是,今年蔬菜的价格却跌到了低谷。他的大白菜还剩下两车没卖出去,家里的卷心菜还有一亩多。“真是种啥啥不行。”许兆祥说,去年一斤卷心菜能卖1块多钱,今年就只能卖几分钱。“最好的卷心菜也才卖到1毛一斤,有些卖相不是很好的,只能卖5分钱,平均下来差不多八九分吧。”韩会银也说,这种情况在唐王的蔬菜批发市场已经持续好几天了。

菜花的情况也好不到哪里去。8日下午1点左右,冉令强正在把一车有机菜花往大车上装。他的有机菜花已经是唐王镇最好的菜花之一了。他有6亩地,种的全是有机菜花。他介绍,早一茬的有机菜花还能卖1块钱一斤,一亩地能卖上5000块钱,4月以后价格就降到了3毛5左

右。“去年每斤能卖到1块多钱,早茬的有机菜花每亩能卖到9000到1万块。”冉令强说,他种了30多年菜,今年的收入算是最差的一年。

“估计6月中上旬 菜价就会上涨”

据介绍,今年蔬菜价格之所以低,跟天气有很大相关性。济南历城区蔬菜技术服务中技术科科长邹永洲介绍,今年蔬菜价格下降,一方面是因为种植面积,部分蔬菜品类的种植面积与以往相比确实有所扩大,造成产量增加。而另外一方面还有今年的气候原因,今年春天的气温较往年偏高,这样一来,造成大拱园棚和中小拱棚里种植的蔬菜提前上市。

“冬暖棚、大拱园棚、中小拱棚这三种种植方式,一般大拱园棚和中小拱棚都是在冬暖棚蔬菜收获之后开始集中上市,大约是4月中下旬。但是今年气温高,上市时间足足提前了半个月,4月初就开始上市,有的甚至从3月中旬就开始收获了。这样造成了冬暖棚、大拱园棚和中小拱棚三种种植方式的蔬菜集中上市,供应量大,价格就低了。”邹永洲说。不过,据他介绍,估计6月份蔬菜的价格就会有所上涨。“提前收完,与陆地蔬菜收获期时间间隔就会稍长一些,估计6月中上旬价格就会上涨。”邹永洲说。

“粮食不挣钱,明年还得种啊。”冉令强说,“没想着明年要换别的蔬菜,什么菜都一样,种粮食还不如种蔬菜。”村民们的想法跟冉令强大同小异,许兆祥说,今年行情不好,可能会少种点儿,不过该种就得种啊。”

农产品滞销 靠电商能否杀出重围

“农业+互联网”大潮下,电商的发展能否让果农、菜农足不出户就可以销售农产品?农产品销路打不开,靠电商就能杀出一条血路么?齐鲁晚报记者调查发现,生鲜电商虽然在供给配送方面提供了新的解决方案,但未来仍有很长的路要走。

本报记者 韩笑

蔬菜对时效要求高 线下销售仍是主流

近两年,生鲜电商在中国的发展速度很快。顺丰优选、每日优鲜等专业平台接踵而至;中粮、天猫、京东、1号店等巨头也全力进军生鲜电商。艾瑞咨询公布的数据显示,2016年,国内生鲜电商的整体交易额约900亿元,比2015年的500亿元增长了80%,预计2017年整体市场规模可以达到1500亿元。在2016年京东生鲜自营业务中,山东省的销量较2015年同比增长超600%。但值得注意的是,农产品网购交易量仍是微乎其微的。京东集团CEO刘强东曾公开表示,电商的整体渗透率已经达到20%-30%,但生鲜电商的渗透率可能还不到千分之一。

“通过网络渠道流通的比例很低,庞大的线下渠道和多级批发商仍然是市场主流。特别是蔬菜,因为对新鲜性要求高,只有当天送到才能保证时效,这对物流造成很大的压力。而蔬菜产品本身价值不高,很难承受附加的成本,所以通过线上购买的只是极少数。”济南正庄现代产业园总经理王妍介绍,“相比而言,水果与电商的结合度更高些,一方面是时效性没有蔬菜那么严格,另一方面大家能够接受价格相对高的优质水果,对水果的品种稀缺性、口感、品控有更高要求。”

一位生鲜电商APP业内人士透露,电商平台上卖的蔬菜和水果都倾向于精品、高端、进口品种,整体需求量有限,现阶段

段很难惠及大多农户。

4000多家生鲜电商 盈利的仅占1%

数据显示,全国4000多家生鲜电商企业中,只有1%实现了盈利,其中,7%巨亏、88%略亏、4%持平。对生鲜电商来说,盈利是个大难题。

冷链物流、仓储配送是生鲜电商的痛点之一。目前,很多生鲜电商都着重宣传自建仓储、配送,一方面需投入大量成本,另一方面对运营效率的要求也更高了。本来生活网副总裁、华北区总经理陈翰林认为,零售行业资产很重,投入很大,仅建仓库就要花费几千万甚至上亿。

“农产品的标准化也难以形成。生鲜农产品的另一个特点是大小、口感、形状不统一。即使标准建立,产品质量有保障,短时期内依然难以获得消费者的信任。因此买家收到的农产品各项指标参差不齐,很难在网络评价中得到统一的高度好评,这也是影响其网络销售的因素。”王妍介绍。

目前,大数据分析在农业领域发挥的作用还比较有限。中国工程院院士、中国农业大学教授汪懋华表示,农业大数据类别复杂,从领域来讲,核心领域涵盖种植、上下游产业,还需整合宏观经济数据,包括进出口数据、价格数据、气象和灾害数据等;从地域看,以国内数据为核心,包括全国层面数据、省市数据、地市级数据;从广度看,有投资信息、地理空间坐标信息等。所有这些信息涉及多个部门,光搜集整理、打通信息孤岛都是一大门槛。