

主 办 中国果品流通协会
主 编 张庆丰
执行主编 李焕玲
责任编辑 董美麟
美 编 董美麟
法律顾问 邓和平
地 址 北京复兴门内大街45号
邮 编 100801
电 话 (010) 66095207 66095227
66022150 66024208
传 真 (010) 66095227
E - m a i l shuigu0727@vip.sina.com

中国果品网 www.china-fruit.com.cn
准 印 证 号 京内资准字0507-L0038号
内部资料免费交流



敬 / 请 / 关 / 注

协会会刊《果品经济信息》，面向协会会员发行。2018 年全新改版，由以往的单色印刷改为彩色印刷，配以高质量的图片和文字，增强了本刊的可读性。

版面使用费报价

版面位置	版面规格 (mm)	彩色 (元/季度)	全年优惠价
封面	210X285	8000	30000
封底	210X285	8000	30000
内插页	210X285	5000	20000

目录 CONTENT

P03

习近平：在决战决胜脱贫攻坚座谈会上的讲话	03
中共中央国务院关于抓好“三农”领域重点工作确保如期实现全面小康的意见	09
农业农村部办公厅、国务院扶贫办综合司关于做好2020 年产业扶贫工作的意见	17

政策解读

P20

中央农办主任、农业农村部部长韩长赋解读2020 年中央一号文件	20
---------------------------------	----

抗疫特别报道

P26

百果园余惠勇：新冠病毒，让我们坚定做世界第一的果业公司	26
援疆情谊 香梨情深！支援武汉 众志成城！	31
助力武汉 百果园联合美团外卖为最一线医护人员送水果	32
批发市场众志成城，共抗疫情	33
鲜丰水果坚决不涨价 抗疫日送万斤水果	34
心系中国，共抗疫情，佳沛关注前线医护人员营养健康	35
会员企业 众志成城 抗击疫情	36
菜园坝水果市场抓实疫情防控工作	37
果业人的呼吁：关注果品滞销问题也是抗击疫情的一种方式	38
助力湖北一线，库尔勒香梨联合百果园捐赠10000 件香梨	40
二仙坡果业公司捐赠50 万元驰援防控一线	41
果品滞销 抗击疫情 京东生鲜在行动	41
打赢保供稳价防疫战，上农批人战斗在一线	42
直送武汉协和，百果园联合智利Prize捐赠蓝莓	45
惠州果农“山里娃”联合百果园捐赠番石榴助力医护	46
最好的水果，献给白衣战士！	47
上海诚实果品为一线医护人员捐赠万箱水果	48
直送金银潭医院，新西兰Rockit 联合百果园捐赠1 吨小苹果	49
久泰现代农业有限公司投身抗击疫情	50
京东携手美国怡颗莓、花牛苹果支援武汉医院	51
本来生活联手顺丰保供应社区团购扩大至武汉数百个小区	52
百果园暖春助农行动开启，保证品质也不让“老实人”赔本	53

鲜丰水果缓解海南滞销难题	55
鲜丰水果为浙江援鄂医疗队家属送温暖	56
陕西白水联合百果园向湖北捐赠21吨白水苹果及食品	57
48小时达！东港草莓携百果园向多支援鄂医疗队捐赠草莓	58

产业聚焦 P59

疫情中的“危”、“机”考验——生鲜电商2020年发展趋势研究报告 人民网新电商研究院	59
2019年全年中国社会消费现状分析——总零售规模增速放缓、网上零售 突破10万亿元	70
2019年中国生鲜行业数据分析	72

价格指数 P77

全国果品价格监测与市场预警信息	77
-----------------	----

协会动态 P81

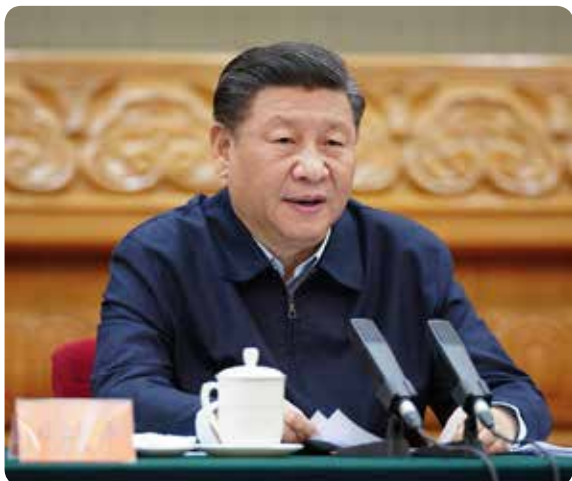
关于保障疫情严重地区果品市场稳定供应的倡议	81
关于稳企业稳供应共同维护正常经济社会秩序的联合倡议	83
中国果品流通协会与国家林草局合作解决新疆果品滞销问题	85

国际贸易 P86

2019年1-11月中国苹果汁出口量为30万吨同比下降43.5%	86
甘肃静宁18吨苹果首次出口墨西哥	87
首批32.4吨鲜梨成功出口巴西市场	88

会员天地 P89

新会员名单	89
-------	----



习近平：在决战决胜脱贫攻坚座谈会上的讲话

（2020年3月6日）

同志们：

这次会议的主要任务是，分析当前形势，克服新冠肺炎疫情影响，凝心聚力打赢脱贫攻坚战，确保如期完成脱贫攻坚目标任务，确保全面建成小康社会。

刚才，怒江州、和田地区、兰考县、大化县、赫章县的5位同志作了发言，讲得都很好，各省区市的书面材料我也都看了。总的看，党中央关于脱贫攻坚的决策部署得到全面贯彻落实，各方面工作成效显著，大家对打赢脱贫攻坚战充满信心。

2015年以来，我就打赢脱贫攻坚战召开了7个专题会议。2015年在延安召开革

命老区脱贫致富座谈会、在贵阳召开部分省区市扶贫攻坚与“十三五”时期经济社会发展座谈会，2016年在银川召开东西部扶贫协作座谈会，2017年在太原召开深度贫困地区脱贫攻坚座谈会，2018年在成都召开打好精准脱贫攻坚战座谈会，2019年在重庆召开解决“两不愁三保障”突出问题座谈会，每次围绕一个主题，同时也提出面上的工作要求。每次座谈会前，我都先到贫困地区调研，实地了解情况，听听基层干部群众意见，根据了解到的情况，召集相关省份负责同志进行工作部署。

今年年初，我就考虑结合到外地考察，

把有关地方特别是还没有摘帽的贫困县所有负责同志都请到一起开个会，研究决战脱贫攻坚工作部署。新冠肺炎疫情发生后，也考虑过等疫情得到有效控制后再到地方去开，但又觉得今年满打满算还有不到10个月的时间，按日子算就是300天，如期实现脱贫攻坚目标任务本来就有许多硬骨头要啃，疫情又增加了难度，必须尽早再动员、再部署。

这次座谈会是所有省区市主要负责同志都参加，中西部22个向中央签了脱贫攻坚责任书的省份一直开到县级。这是党的十八大以来脱贫攻坚方面最大规模的会议，目的就是动员全党全国全社会力量，以更大决心、更强力度推进脱贫攻坚，确保取得最后胜利。

下面，我讲几点意见。

一、我国脱贫攻坚取得决定性成就

党的十八大以来，我们坚持以人民为中心的发展思想，明确了到2020年我国现行标准下农村贫困人口实现脱贫、贫困县全部摘帽、解决区域性整体贫困的目标任务。目前看，脱贫进度符合预期，成就举世瞩目。

第一，脱贫攻坚目标任务接近完成。

我国从上世纪80年代开始扶贫，有两个基本情况。一个是以当时的扶贫标准，贫困人口减到3000万左右就减不动了，另一个是戴贫困县帽子的越扶越多。这次脱贫攻坚扭转了这种趋势。贫困人口从2012年年底的9899万人减到2019年年底的551万人，贫困发生率由10.2%降至0.6%，连续7年

每年减贫1000万人以上。到今年2月底，全国832个贫困县中已有601个宣布摘帽，179个正在进行退出检查，未摘帽县还有52个，区域性整体贫困基本得到解决。

第二，贫困群众收入水平大幅度提高。

我们坚持开发式扶贫方针，引导和支持所有有劳动能力的贫困人口依靠自己的双手创造美好明天。建档立卡贫困人口中，90%以上得到了产业扶贫和就业扶贫支持，三分之二以上主要靠外出务工和产业脱贫，工资性收入和生产经营性收入占比上升，转移性收入占比逐年下降，自主脱贫能力稳步提高。2013年至2019年，832个贫困县农民人均可支配收入由6079元增加到11567元，年均增长9.7%，比同期全国农民人均可支配收入增幅高2.2个百分点。全国建档立卡贫困户人均纯收入由2015年的3416元增加到2019年的9808元，年均增幅30.2%。贫困群众“两不愁”质量水平明显提升，“三保障”突出问题总体解决。

第三，贫困地区基本生产生活条件明显改善。具备条件的建制村全部通硬化路，村村都有卫生室和村医，10.8万所义务教育薄弱学校的办学条件得到改善，农网供电可靠率达到99%，深度贫困地区贫困村通宽带比例达到98%，960多万贫困人口通过易地扶贫搬迁摆脱了“一方水土养活不了一方人”的困境。贫困地区群众出行难、用电难、上学难、看病难、通信难等长期没有解决的老大难问题普遍解决，义务教育、基本医疗、住房安全有了保障。党的十八大以来，我每年都到贫困地区考察调研，前几年去，沿途



果品经济信息

山路颠颠簸簸，进了村坑坑洼洼，晴天尘土满鞋，雨天道路泥泞，贫困户房子破破烂烂、有的家徒四壁，一些贫困群众一年也吃不上几次肉，不少孩子没有上学或中途辍学，很多人生病基本靠扛，看了心里确实很沉重。这几年，我再去一些贫困村，看到了实实在在的变化，道路平坦通畅，新房子一片连着一片，贫困群众吃穿不成问题。看到群众脸上洋溢着真诚淳朴的笑容，我心里非常高兴。

第四，贫困地区经济社会发展明显加快。我们坚持以脱贫攻坚统揽贫困地区经济社会发展全局，贫困地区呈现出新的发展局面。特色产业不断壮大，产业扶贫、电商扶贫、光伏扶贫、旅游扶贫等较快发展，贫困地区经济活力和发展后劲明显增强。通过生态扶贫、易地扶贫搬迁、退耕还林还草等，贫困地区生态环境明显改善，贫困户就业增收渠道明显增多，基本公共服务日益完善。

第五，贫困治理能力明显提升。我们推进抓党建促脱贫攻坚，贫困地区基层组织得到加强，基层干部通过开展贫困识别、精准帮扶，本领明显提高，巩固了党在农村的执政基础。全国共派出 25.5 万个驻村工作队、累计选派 290 多万名县级以上党政机关和国有企事业单位干部到贫困村和软弱涣散村担任第一书记或驻村干部，目前在岗 91.8 万，特别是青年干部了解了基层，学会了做群众工作，在实践锻炼中快速成长。在这次新冠肺炎疫情防控中，贫困地区基层干部展现出较强的战斗力，许多驻村工作队拉起来就是防“疫”队、战“疫”队，这同他们经受了这几年脱贫工作历练是分不开的。

第六，中国减贫方案和减贫成就得到国际社会普遍认可。今年脱贫攻坚任务完成后，我国将有 1 亿左右贫困人口实现脱贫，提前 10 年实现联合国 2030 年可持续发展议程的减贫目标，世界上没有哪一个国家能在这么短的时间内帮助这么多人脱贫，这对中国和世界都具有重大意义。国际社会对中国减贫方案是高度赞扬的。联合国秘书长古特雷斯表示，精准扶贫方略是帮助贫困人口、实现 2030 年可持续发展议程设定的宏伟目标的唯一途径，中国的经验可以为其他发展中国家提供有益借鉴。在共建“一带一路”国际合作中，许多发展中国家希望分享中国减贫经验。我同许多国家领导人或国际组织主要负责人见面时，他们都肯定中国减贫成就。

总的看，我们在脱贫攻坚领域取得了前所未有的成就，彰显了中国共产党领导和我国社会主义制度的政治优势。这些成绩的取得，凝聚了全党全国各族人民智慧和心血，是广大干部群众扎扎实实干出来的。在这里，我代表党中央，向大家并通过你们向广大脱贫攻坚战线的同志们，致以诚挚的问候！

二、高度重视打赢脱贫攻坚战面临的困难挑战

我多次讲，脱贫攻坚战不是轻轻松松一冲锋就能打赢的，从决定性成就到全面胜利，面临的困难和挑战依然艰巨，决不能松劲懈怠。

第一，剩余脱贫攻坚任务艰巨。全国还有 52 个贫困县未摘帽、2707 个贫困村未出列、建档立卡贫困人口未全部脱贫。虽然同

过去相比总量不大，但都是贫中之贫、困中之困，是最难啃的硬骨头。“三保障”问题基本解决了，但稳定住、巩固好还不是一件容易的事情，有的孩子反复失学辍学，不少乡村医疗服务水平低，一些农村危房改造质量不高，有的地方安全饮水不稳定，还存在季节性缺水。剩余建档立卡贫困人口中，老年人、患病者、残疾人的比例达到 45.7%。

第二，新冠肺炎疫情带来新的挑战。疫情对脱贫攻坚的影响主要表现在这样几个方面。一是外出务工受阻。据国务院扶贫办统计，2019 年全国有 2729 万建档立卡贫困劳动力在外务工，这些家庭三分之二左右的收入来自外出务工，涉及三分之二左右建档立卡贫困人口。现在，一些贫困劳动力外出务工受到影响，如不采取措施，短时间内收入就会减少。二是扶贫产品销售和产业扶贫困难。贫困地区农畜牧产品卖不出去，农用物资运不进来，生产和消费下降，影响产业扶贫增收。三是扶贫项目停工。易地扶贫搬迁配套、饮水安全工程、农村道路等项目开工不足，不能按计划推进。四是帮扶工作受到影响。一些疫情严重的地区，挂职干部和驻村工作队暂时无法到岗。

第三，巩固脱贫成果难度很大。已脱贫的地区和人口中，有的产业基础比较薄弱，有的产业项目同质化严重，有的就业不够稳定，有的政策性收入占比高。据各地初步摸底，已脱贫人口中有近 200 万人存在返贫风险，边缘人口中还有近 300 万存在致贫风险。

第四，脱贫攻坚工作需要加强。当前，最大的问题是防止松劲懈怠、精力转移，我

去年在重庆座谈会上讲了这个问题。但是，随着越来越多贫困人口脱贫、贫困县摘帽，一些地方出现了工作重点转移、投入力度下降、干部精力分散的现象。形式主义、官僚主义屡禁不止，数字脱贫、虚假脱贫仍有发生，个别地区“一发了之”、“一股了之”、“一分了之”问题仍未得到有效解决，部分贫困群众发展的内生动力不足。

从实践看，疫情或灾害对减贫进程会产生影响。我们必须采取有效措施，将疫情的影响降到最低。现在，脱贫攻坚政策保障、资金支持和工作力量是充足的，各级干部也积累了丰富经验，只要大家绷紧弦、加把劲，坚定不移把党中央决策部署落实好，完全有条件有能力如期完成脱贫攻坚目标任务。

三、确保高质量完成脱贫攻坚目标任务

关于脱贫攻坚战最后一年的工作，《中共中央、国务院关于抓好“三农”领域重点工作确保如期实现全面小康的意见》已经作出部署，各地区各部门要抓好贯彻落实。

第一，攻坚克难完成任务。要继续聚焦“三区三州”等深度贫困地区，落实脱贫攻坚方案，瞄准突出问题和薄弱环节狠抓政策落实。确保剩余建档立卡贫困人口如期脱贫，对 52 个未摘帽贫困县和 1113 个贫困村实施挂牌督战，国务院扶贫开发领导小组要较真碰硬“督”，各省区市要凝心聚力“战”，啃下最后的硬骨头。要巩固“两不愁三保障”成果，防止反弹。对没有劳动能力的特殊贫困人口要强化社会保障兜底，实现应保尽保。



果品经济信息

第二，努力克服疫情影响。要落实分区分级精准防控策略。疫情严重的地区，在重点搞好疫情防控的同时，可以创新工作方式，统筹推进疫情防控和脱贫攻坚。没有疫情或疫情较轻的地区，要集中精力加快推进脱贫攻坚。要优先支持贫困劳动力务工就业，在企业复工复产、重大项目开工、物流体系建设等方面优先组织和使用贫困劳动力，鼓励企业更多招用贫困地区特别是建档立卡贫困家庭人员，通过东西部扶贫协作“点对点”帮助贫困劳动力尽快有序返岗。要分类施策，对没有疫情的地区要加大务工人员送接工作力度。要切实解决扶贫农畜牧产品滞销问题，组织好产销对接，开展消费扶贫行动，利用互联网拓宽销售渠道，多渠道解决农产品卖难问题。要支持扶贫产业恢复生产，做好农资供应等春耕备耕工作，用好产业帮扶资金和扶贫小额信贷政策，促进扶贫产业持续发展。要加快扶贫项目开工复工，易地搬迁配套设施建设、住房和饮水安全扫尾工程任务上半年都要完成。要做好对因疫致贫返贫人口的帮扶，密切跟踪受疫情影响的贫困人口情况，及时落实好兜底保障等帮扶措施，确保他们基本生活不受影响。

第三，多措并举巩固成果。国务院扶贫开发领导小组去年年底组织各地对已脱贫的9300多万人口开展了全面排查，查找了漏洞缺项，要一项一项整改到位。对存在返贫风险的近200万和存在致贫风险的近300万人群实施针对性预防措施，及时将返贫和致贫人口纳入帮扶。要加大就业扶贫力度，加强劳务输出地和输入地精准对接，稳岗拓岗，

支持扶贫龙头企业、扶贫车间尽快复工，提升带贫能力，利用公益岗位提供更多就近就地就业机会。要加大产业扶贫力度，种养业发展有自己的规律，周期较长，要注重长期培育和支持。这几年，扶贫小额信贷对支持贫困群众发展生产发挥了重要作用，要继续坚持。要加大易地扶贫搬迁后续扶持力度。全国易地扶贫搬迁960多万贫困人口，中西部地区还同步搬迁500万非贫困人口，相当于一个中等国家的人口规模。现在搬得出的问题基本解决了，下一步的重点是稳得住、有就业、逐步能致富。

第四，保持脱贫攻坚政策稳定。对退出的贫困县、贫困村、贫困人口，要保持现有帮扶政策总体稳定，扶上马送一程。可以考虑设个过渡期，过渡期内，要严格落实摘帽不摘责任、摘帽不摘政策、摘帽不摘帮扶、摘帽不摘监管的要求，主要政策措施不能急刹车，驻村工作队不能撤。要加快建立防止返贫监测和帮扶机制，对脱贫不稳定户、边缘易致贫户以及因疫情或其他原因收入骤减或支出骤增户加强监测，提前采取针对性的帮扶措施，不能等他们返贫了再补救。

第五，严格考核开展普查。要严把退出关，坚决杜绝数字脱贫、虚假脱贫。国务院扶贫开发领导小组要开展督查巡查，加强常态化督促指导，今年中央将继续开展脱贫攻坚成效考核。从下半年开始，国家要组织开展脱贫攻坚普查，对各地脱贫攻坚成效进行全面检验。这是一件大事。要为党中央适时宣布打赢脱贫攻坚战、全面建成小康社会提供数据支撑，确保经得起历史和人民检验。

第六，接续推进全面脱贫与乡村振兴有效衔接。脱贫摘帽不是终点，而是新生活、新奋斗的起点。要针对主要矛盾的变化，理清工作思路，推动减贫战略和工作体系平稳转型，统筹纳入乡村振兴战略，建立长短结合、标本兼治的体制机制。这项工作，中央有关部门正在研究。总的要有利于激发欠发达地区和农村低收入人口发展的内生动力，有利于实施精准帮扶，促进逐步实现共同富裕。有条件的地方，也可以结合实际先做起来，为面上积累经验。

四、加强党对打赢脱贫攻坚战的领导

“其作始也简，其将毕也必巨。”脱贫攻坚越到最后越要加强和改善党的领导。各级党委（党组）一定要履职尽责、不辱使命。


到2020年现行标准下的农村贫困人口全部脱贫，是党中央向全国人民作出的郑重承诺，必须如期实现，没有任何退路和弹性。这是一场硬仗，越到最后越要紧绷这根弦，不能停顿、不能大意、不能放松。各省区市都层层签了军令状，承诺了就要兑现。时间一晃就过去了，上上下下必须把工作抓得很紧很紧。

中央财政要继续增加专项扶贫资金规模，各级财政也要保证脱贫攻坚的资金需求。要加大财政涉农资金整合力度，加强扶贫资金监管，提高资金使用效率和效益，用好扶贫的土地和金融政策。对已经实现稳定脱贫的地方，各地可以统筹安排专项扶贫资金，支持非贫困县、非贫困村的贫困人口脱贫。

要深化东西部扶贫协作和中央单位定点扶贫。当前，最突出的任务是帮助中西部地区降低疫情对脱贫攻坚的影响，在劳务协作上帮、在消费扶贫上帮。长远看，东西部扶贫协作要立足国家区域发展总体战略，深化区域合作，推进东部产业向西部梯度转移，实现产业互补、人员互动、技术互学、观念互通、作风互鉴，共同发展。

脱贫攻坚任务能否高质量完成，关键在人，关键在干部队伍作风。要加强扶贫领域作风建设，坚决反对形式主义、官僚主义，减轻基层负担，做好工作、生活、安全等各方面保障，让基层扶贫干部心无旁骛投入到疫情防控和脱贫攻坚工作中去。要加强脱贫攻坚干部培训，确保新选派的驻村干部和新上任的乡村干部全部轮训一遍，增强精准扶贫、精准脱贫能力。

脱贫攻坚不仅要做得好，而且要讲得好。要重点宣传党中央关于脱贫攻坚的决策部署，宣传各地区各部门统筹推进疫情防控和脱贫攻坚工作的新举措好办法，宣传基层扶贫干部的典型事迹和贫困地区人民群众艰苦奋斗的感人故事。对善意的批评、意见、建议要认真听取，及时改进工作，解决问题。对恶意攻击、炒作放大个别问题影响脱贫攻坚工作大局的，要坚决依法制止。

同志们！脱贫攻坚工作艰苦卓绝，收官之年又遭遇疫情影响，各项工作任务更重、要求更高。我们要不忘初心、牢记使命，坚定信心、顽强奋斗，夺取脱贫攻坚战全面胜利，坚决完成这项对中华民族、对人类都具有重大意义的伟业！



中共中央国务院关于抓好“三农”领域重点工作确保如期实现全面小康的意见

(2020年1月2日)

党的十九大以来，党中央围绕打赢脱贫攻坚战、实施乡村振兴战略作出一系列重大部署，出台一系列政策举措。农业农村改革发展的实践证明，党中央制定的方针政策是完全正确的，今后一个时期要继续贯彻执行。

2020年是全面建成小康社会目标实现之年，是全面打赢脱贫攻坚战收官之年。党中央认为，完成上述两大目标任务，脱贫攻坚最后堡垒必须攻克，全面小康“三农”领域突出短板必须补上。小康不小康，关键看老乡。脱贫攻坚质量怎么样、小康成色如何，很大程度上要看“三农”工作成效。全党务必深刻认识做好2020年“三农”工作的特殊重要性，毫不松懈，持续加力，坚决夺取第一个百年奋斗目标的全面胜利。

做好2020年“三农”工作总的要求是，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神，贯彻落实中央经济工作会议精神，对标对表全面建成小康社会目标，强化举措、狠抓落实，集中力量完成打赢脱贫攻坚战和补上全面小康“三农”领域突出短板两大重点任务，持续抓好农业稳产保供和农民增收，推进农业高质

量发展，保持农村社会和谐稳定，提升农民群众获得感、幸福感、安全感，确保脱贫攻坚战圆满收官，确保农村同步全面建成小康社会。

一、坚决打赢脱贫攻坚战

(一) 全面完成脱贫任务。脱贫攻坚已经取得决定性成就，绝大多数贫困人口已经脱贫，现在到了攻城拔寨、全面收官的阶段。要坚持精准扶贫，以更加有力的举措、更加精细的工作，在普遍实现“两不愁”基础上，全面解决“三保障”和饮水安全问题，确保剩余贫困人口如期脱贫。进一步聚焦“三区三州”等深度贫困地区，瞄准突出问题和薄弱环节集中发力，狠抓政策落实。对深度贫困地区贫困人口多、贫困发生率高、脱贫难度大的县和行政村，要组织精锐力量强力帮扶、挂牌督战。对特殊贫困群体，要落实落细低保、医保、养老保险、特困人员救助供养、临时救助等综合社会保障政策，实现应保尽保。各级财政要继续增加专项扶贫资金，中央财政新增部分主要用于“三区三州”等深度贫困地区。优化城乡建设用地增减挂钩、扶贫小额信贷等支持政策。深入推进抓党建促脱贫攻坚。

(二) 巩固脱贫成果防止返贫。各地要对

已脱贫人口开展全面排查,认真查找漏洞缺项,一项一项整改清零,一户一户对账销号。总结推广各地经验做法,健全监测预警机制,加强对不稳定脱贫户、边缘户的动态监测,将返贫人口和新发生贫困人口及时纳入帮扶,为巩固脱贫成果提供制度保障。强化产业扶贫、就业扶贫,深入开展消费扶贫,加大易地扶贫搬迁后续扶持力度。扩大贫困地区退耕还林还草规模。深化扶志扶智,激发贫困人口内生动力。

(三)做好考核验收和宣传工作。严把贫困退出关,严格执行贫困退出标准和程序,坚决杜绝数字脱贫、虚假脱贫,确保脱贫成果经得起历史检验。加强常态化督导,及时发现问题、督促整改。开展脱贫攻坚普查。扎实做好脱贫攻坚宣传工作,全面展现新时代扶贫脱贫壮阔实践,全面宣传扶贫事业历史性成就,深刻揭示脱贫攻坚伟大成就背后的制度优势,向世界讲好中国减贫生动故事。

(四)保持脱贫攻坚政策总体稳定。坚持贫困县摘帽不摘责任、不摘政策、不摘帮扶、不摘监管。强化脱贫攻坚责任落实,继续执行对贫困县的主要扶持政策,进一步加大东西部扶贫协作、对口支援、定点扶贫、社会扶贫力度,稳定扶贫工作队队伍,强化基层帮扶力量。持续开展扶贫领域腐败和作风问题专项治理。对已实现稳定脱贫的县,各省(自治区、直辖市)可以根据实际情况统筹安排专项扶贫资金,支持非贫困县、非贫困村贫困人口脱贫。

(五)研究接续推进减贫工作。脱贫攻坚任务完成后,我国贫困状况将发生重大变化,扶贫工作重心转向解决相对贫困,扶贫工作方式由集中作战调整为常态推进。要研究建立解

决相对贫困的长效机制,推动减贫战略和工作体系平稳转型。加强解决相对贫困问题顶层设计,纳入实施乡村振兴战略统筹安排。抓紧研究制定脱贫攻坚与实施乡村振兴战略有机衔接的意见。

二、对标全面建成小康社会加快补上农村基础设施和公共服务短板

(六)加大农村公共基础设施建设力度。推动“四好农村路”示范创建提质扩面,启动省域、市域范围内示范创建。在完成具备条件的建制村通硬化路和通客车任务基础上,有序推进较大人口规模自然村(组)等通硬化路建设。支持村内道路建设和改造。加大成品油税费改革转移支付对农村公路养护的支持力度。加快农村公路条例立法进程。加强农村道路交通安全管理。完成“三区三州”和抵边村寨电网升级改造攻坚计划。基本实现行政村光纤网络和第四代移动通信网络普遍覆盖。落实农村公共基础设施管护责任,应由政府承担的管护费用纳入政府预算。做好村庄规划工作。

(七)提高农村供水保障水平。全面完成农村饮水安全巩固提升工程任务。统筹布局农村饮水基础设施建设,在人口相对集中的地区推进规模化供水工程建设。有条件的地区将城市管网向农村延伸,推进城乡供水一体化。中央财政加大支持力度,补助中西部地区、原中央苏区农村饮水安全工程维修养护。加强农村饮用水水源保护,做好水质监测。

(八)扎实搞好农村人居环境整治。分类推进农村厕所革命,东部地区、中西部城市近郊区等有基础有条件的地区要基本完成农村户



果品经济信息

用厕所无害化改造，其他地区实事求是确定目标任务。各地要选择适宜的技术和改厕模式，先搞试点，证明切实可行后再推开。全面推进农村生活垃圾治理，开展就地分类、源头减量试点。梯次推进农村生活污水治理，优先解决乡镇所在地和中心村生活污水问题。开展农村黑臭水体整治。支持农民群众开展村庄清洁和绿化行动，推进“美丽家园”建设。鼓励有条件的地方对农村人居环境公共设施维修养护进行补助。

（九）提高农村教育质量。加强乡镇寄宿制学校建设，统筹乡村小规模学校布局，改善办学条件，提高教学质量。加强乡村教师队伍建设，全面推行义务教育阶段教师“县管校聘”，有计划安排县城学校教师到乡村支教。落实中小学教师平均工资收入水平不低于或高于当地公务员平均工资收入水平政策，教师职称评聘向乡村学校教师倾斜，符合条件的乡村学校教师纳入当地政府住房保障体系。持续推进农村义务教育控辍保学专项行动，巩固义务教育普及成果。增加学位供给，有效解决农民工随迁子女上学问题。重视农村学前教育，多渠道增加普惠性学前教育资源供给。加强农村特殊教育。大力提升中西部地区乡村教师国家通用语言文字能力，加强贫困地区学前儿童普通话教育。扩大职业教育学校在农村招生规模，提高职业教育质量。

（十）加强农村基层医疗卫生服务。办好县级医院，推进标准化乡镇卫生院建设，改造提升村卫生室，消除医疗服务空白点。稳步推进紧密型县域医疗卫生共同体建设。加强乡村医生队伍建设，适当简化本科及以上学历医学

毕业生或经住院医师规范化培训合格的全科医生招聘程序。对应聘到中西部地区和艰苦边远地区乡村工作的应届高校医学毕业生，给予大学期间学费补偿、国家助学贷款代偿。允许各地盘活用好基层卫生机构现有编制资源，乡镇卫生院可优先聘用符合条件的村医。加强基层疾病预防控制队伍建设，做好重大疾病和传染病防控。将农村适龄妇女宫颈癌和乳腺癌检查纳入基本公共卫生服务范围。

（十一）加强农村社会保障。适当提高城乡居民基本医疗保险财政补助和个人缴费标准。提高城乡居民基本医保、大病保险、医疗救助经办服务水平，地级市域范围内实现“一站式服务、一窗口办理、一单制结算”。加强农村低保对象动态精准管理，合理提高低保等社会救助水平。完善农村留守儿童和妇女、老年人关爱服务体系。发展农村互助式养老，多形式建设日间照料中心，改善失能老年人和重度残疾人护理服务。

（十二）改善乡村公共文化服务。推动基本公共文化服务向乡村延伸，扩大乡村文化惠民工程覆盖面。鼓励城市文艺团体和文艺工作者定期送文化下乡。实施乡村文化人才培养工程，支持乡土艺术团组发展，扶持农村非遗传承人、民间艺人收徒传艺，发展优秀戏曲曲艺、少数民族文化、民间文化。保护好历史文化名镇（村）、传统村落、民族村寨、传统建筑、农业文化遗产、古树名木等。以“庆丰收、迎小康”为主题办好中国农民丰收节。

（十三）治理农村生态环境突出问题。大力推进畜禽粪污资源化利用，基本完成大规模养殖场粪污治理设施建设。深入开展农药化肥

减量行动，加强农膜污染治理，推进秸秆综合利用。在长江流域重点水域实行常年禁捕，做好渔民退捕工作。推广黑土地保护有效治理模式，推进侵蚀沟治理，启动实施东北黑土地保护性耕作行动计划。稳步推进农用地土壤污染管控和修复利用。继续实施华北地区地下水超采综合治理。启动农村水系综合整治试点。

三、保障重要农产品有效供给和促进农民持续增收

（十四）稳定粮食生产。确保粮食安全始终是治国理政的头等大事。粮食生产要稳字当头，稳政策、稳面积、稳产量。强化粮食安全省长责任制考核，各省（自治区、直辖市）2020年粮食播种面积和产量要保持基本稳定。进一步完善农业补贴政策。调整完善稻谷、小麦最低收购价政策，稳定农民基本收益。推进稻谷、小麦、玉米完全成本保险和收入保险试点。加大对大豆高产品种和玉米、大豆间作新农艺推广的支持力度。抓好草地贪夜蛾等重大病虫害防控，推广统防统治、代耕代种、土地托管等服务模式。加大对产粮大县的奖励力度，优先安排农产品加工用地指标。支持产粮大县开展高标准农田建设新增耕地指标跨省域调剂使用，调剂收益按规定用于建设高标准农田。深入实施优质粮食工程。以北方农牧交错带为重点扩大粮改饲规模，推广种养结合模式。完善新疆棉花目标价格政策。拓展多元化进口渠道，增加适应国内需求的农产品进口。扩大优势农产品出口。深入开展农产品反走私综合治理专项行动。

（十五）加快恢复生猪生产。生猪稳产保

供是当前经济工作的一件大事，要采取综合性措施，确保2020年年底生猪产能基本恢复到接近正常年份水平。落实“省负总责”，压实“菜篮子”市长负责制，强化县级抓落实责任，保障猪肉供给。坚持补栏增养和疫病防控相结合，推动生猪标准化规模养殖，加强对中小散养户的防疫服务，做好饲料生产保障工作。严格落实扶持生猪生产的各项政策举措，抓紧打通环评、用地、信贷等瓶颈。纠正随意扩大限养禁养区和搞“无猪市”、“无猪县”问题。严格执行非洲猪瘟疫情报告制度和防控措施，加快疫苗研发进程。加强动物防疫体系建设，落实防疫人员和经费保障，在生猪大县实施乡镇动物防疫特聘计划。引导生猪屠宰加工向养殖集中区转移，逐步减少活猪长距离调运，推进“运猪”向“运肉”转变。加强市场监测和调控，做好猪肉保供稳价工作，打击扰乱市场行为，及时启动社会救助和保障标准与物价上涨挂钩联动机制。支持奶业、禽类、牛羊等生产，引导优化肉类消费结构。推进水产绿色健康养殖，加强渔港建设和管理改革。

（十六）加强现代农业设施建设。提早谋划实施一批现代农业投资重大项目，支持项目及早落地，有效扩大农业投资。以粮食生产功能区 and 重要农产品生产保护区为重点加快推进高标准农田建设，修编建设规划，合理确定投资标准，完善工程建设、验收、监督检查机制，确保建一块成一块。如期完成大中型灌区续建配套与节水改造，提高防汛抗旱能力，加大农业节水力度。抓紧启动和开工一批重大水利工程和配套设施建设，加快开展南水北调后续工程前期工作，适时推进工程建设。启动农产品



果品经济信息

仓储保鲜冷链物流设施建设工程。加强农产品冷链物流统筹规划、分级布局 and 标准制定。安排中央预算内投资，支持建设一批骨干冷链物流基地。国家支持家庭农场、农民合作社、供销合作社、邮政快递企业、产业化龙头企业建设产地分拣包装、冷藏保鲜、仓储运输、初加工等设施，对其在农村建设的保鲜仓储设施用电实行农业生产用电价格。依托现有资源建设农业农村大数据中心，加快物联网、大数据、区块链、人工智能、第五代移动通信网络、智慧气象等现代信息技术在农业领域的应用。开展国家数字乡村试点。

(十七) 发展富民乡村产业。支持各地立足资源优势打造各具特色的农业全产业链，建立健全农民分享产业链增值收益机制，形成有竞争力的产业集群，推动农村一二三产业融合发展。加快建设国家、省、市、县现代农业产业园，支持农村产业融合发展示范园建设，办好农村“双创”基地。重点培育家庭农场、农民合作社等新型农业经营主体，培育农业产业化联合体，通过订单农业、入股分红、托管服务等方式，将小农户融入农业产业链。继续调整优化农业结构，加强绿色食品、有机农产品、地理标志农产品认证和管理，打造地方知名农产品品牌，增加优质绿色农产品供给。有效开发农村市场，扩大电子商务进农村覆盖面，支持供销合作社、邮政快递企业等延伸乡村物流服务网络，加强村级电商服务站点建设，推动农产品进城、工业品下乡双向流通。强化全过程农产品质量安全和食品安全监管，建立健全追溯体系，确保人民群众“舌尖上的安全”。引导和鼓励工商资本下乡，切实保护好企业家

合法权益。制定农业及相关产业统计分类并加强统计核算，全面准确反映农业生产、加工、物流、营销、服务等全产业链价值。

(十八) 稳定农民工就业。落实涉企减税降费等支持政策，加大援企稳岗工作力度，放宽失业保险稳岗返还申领条件，提高农民工技能提升补贴标准。农民工失业后，可在常住地进行失业登记，享受均等化公共就业服务。出台并落实保障农民工工资支付条例。以政府投资项目和工程建设领域为重点，开展农民工工资支付情况排查整顿，执行拖欠农民工工资“黑名单”制度，落实根治欠薪各项举措。实施家政服务、养老护理、医院看护、餐饮烹饪、电子商务等技能培训，打造区域性劳务品牌。鼓励地方设立乡村保洁员、水管员、护路员、生态护林员等公益性岗位。开展新业态从业人员职业伤害保障试点。深入实施农村创新创业带头人培育行动，将符合条件的返乡创业农民工纳入一次性创业补贴范围。

四、加强农村基层治理

(十九) 充分发挥党组织领导作用。农村基层党组织是党在农村全部工作和战斗力的基础。要认真落实《中国共产党农村基层组织工作条例》，组织群众发展乡村产业，增强集体经济实力，带领群众共同致富；动员群众参与乡村治理，增强主人翁意识，维护农村和谐稳定；教育引导群众革除陈规陋习，弘扬公序良俗，培育文明乡风；密切联系群众，提高服务群众能力，把群众紧密团结在党的周围，筑牢党在农村的执政基础。全面落实村党组织书记县级党委备案管理制度，建立村“两委”成员县级

联审常态化机制，持续整顿软弱涣散村党组织，发挥党组织在农村各种组织中的领导作用。严格村党组织书记监督管理，建立健全党委组织部门牵头协调，民政、农业农村等部门共同参与、加强指导的村务监督机制，全面落实“四议两公开”。加大农村基层巡察工作力度。强化基层纪检监察组织与村务监督委员会的沟通协作、有效衔接，形成监督合力。加大在青年农民中发展党员力度。持续向贫困村、软弱涣散村、集体经济薄弱村派驻第一书记。加强村级组织运转经费保障。健全激励村干部干事创业机制。选优配强乡镇领导班子特别是乡镇党委书记。在乡村开展“听党话、感党恩、跟党走”宣讲活动。

（二十）健全乡村治理工作体系。坚持县乡村联动，推动社会治理和服务重心向基层下移，把更多资源下沉到乡镇和村，提高乡村治理效能。县级是“一线指挥部”，要加强统筹谋划，落实领导责任，强化大抓基层的工作导向，增强群众工作本领。建立县级领导干部和县直部门主要负责人包村制度。乡镇是为农服务中心，要加强管理服务，整合审批、服务、执法等方面力量，建立健全统一管理服务平台，实现一站式办理。充实农村人居环境整治、宅基地管理、集体资产管理、民生保障、社会服务等工作力量。行政村是基本治理单元，要强化自我管理、自我服务、自我教育、自我监督，健全基层民主制度，完善村规民约，推进村民自治制度化、规范化、程序化。扎实开展自治、法治、德治相结合的乡村治理体系建设试点示范，推广乡村治理创新性典型案例经验。注重发挥家庭家教家风在乡村治理中的重要作用。

（二十一）调处化解乡村矛盾纠纷。坚持

和发展新时代“枫桥经验”，进一步加强人民调解工作，做到小事不出村、大事不出乡、矛盾不上交。畅通农民群众诉求表达渠道，及时妥善处理农民群众合理诉求。持续整治侵害农民利益行为，妥善化解土地承包、征地拆迁、农民工工资、环境污染等方面矛盾。推行领导干部特别是市县领导干部定期下基层接访制度，积极化解信访积案。组织开展“一村一法律顾问”等形式多样的法律服务。对直接关系农民切身利益、容易引发社会稳定风险的重大决策事项，要先进行风险评估。

（二十二）深入推进平安乡村建设。推动扫黑除恶专项斗争向纵深推进，严厉打击非法侵占农村集体资产、扶贫惠农资金和侵犯农村妇女儿童人身权利等违法犯罪行为，推进反腐败斗争和基层“拍蝇”，建立防范和整治“村霸”长效机制。依法管理农村宗教事务，制止非法宗教活动，防范邪教向农村渗透，防止封建迷信蔓延。加强农村社会治安工作，推行网格化管理和服务。开展农村假冒伪劣食品治理行动。打击制售假劣农资违法违规行为。加强农村防灾减灾能力建设。全面排查整治农村各类安全隐患。

五、强化农村补短板保障措施

（二十三）优先保障“三农”投入。加大中央和地方财政“三农”投入力度，中央预算内投资继续向农业农村倾斜，确保财政投入与补上全面小康“三农”领域突出短板相适应。地方政府要在一般债券支出中安排一定规模支持符合条件的易地扶贫搬迁和乡村振兴项目建设。各地应有序扩大用于支持乡村振兴的专项债券发行规模。中央和省级



果品经济信息

各部门要根据补短板的需要优化涉农资金使用结构。按照“取之于农、主要用之于农”要求，抓紧出台调整完善土地出让收入使用范围进一步提高农业农村投入比例的意见。调整完善农机购置补贴范围，赋予省级更大自主权。研究本轮草原生态保护补奖政策到期后的政策。强化对“三农”信贷的货币、财税、监管政策正向激励，给予低成本资金支持，提高风险容忍度，优化精准奖补措施。对机构法人在县域、业务在县域的金融机构，适度扩大支农支小再贷款额度。深化农村信用社改革，坚持县域法人地位。加强考核引导，合理提升资金外流严重县的存贷比。鼓励商业银行发行“三农”、小微企业等专项金融债券。落实农户小额贷款税收优惠政策。符合条件的家庭农场等新型农业经营主体可按规定享受现行小微企业相关贷款税收减免政策。合理设置农业贷款期限，使其与农业生产周期相匹配。发挥全国农业信贷担保体系作用，做大面向新型农业经营主体的担保业务。推动温室大棚、养殖圈舍、大型农机、土地经营权依法合规抵押融资。稳妥扩大农村普惠金融改革试点，鼓励地方政府开展县域农户、中小企业信用等级评价，加快构建线上线下相结合、“银保担”风险共担的普惠金融服务体系，推出更多免抵押、免担保、低利率、可持续的普惠金融产品。抓好农业保险保费补贴政策落实，督促保险机构及时足额理赔。优化“保险+期货”试点模式，继续推进农产品期货期权品种上市。

（二十四）破解乡村发展用地难题。坚守耕地和永久基本农田保护红线。完善乡村产业

发展用地政策体系，明确用地类型和供地方式，实行分类管理。将农业种植养殖配建的保鲜冷藏、晾晒存贮、农机库房、分拣包装、废弃物处理、管理看护房等辅助设施用地纳入农用地管理，根据生产实际合理确定辅助设施用地规模上限。农业设施用地可以使用耕地。强化农业设施用地监管，严禁以农业设施用地为名从事非农建设。开展乡村全域土地综合整治试点，优化农村生产、生活、生态空间布局。在符合国土空间规划前提下，通过村庄整治、土地整理等方式节余的农村集体建设用地优先用于发展乡村产业项目。新编县乡级国土空间规划应安排不少于10%的建设用地指标，重点保障乡村产业发展用地。省级制定土地利用年度计划时，应安排至少5%新增建设用地指标保障乡村重点产业和项目用地。农村集体建设用地可以通过入股、租用等方式直接用于发展乡村产业。按照“放管服”改革要求，对农村集体建设用地审批进行全面梳理，简化审批审核程序，下放审批权限。推进乡村建设审批“多审合一、多证合一”改革。抓紧出台支持农村一二三产业融合发展用地的政策意见。

（二十五）推动人才下乡。培养更多知农爱农、扎根乡村的人才，推动更多科技成果应用到田间地头。畅通各类人才下乡渠道，支持大学生、退役军人、企业家等到农村干事创业。整合利用农业广播学校、农业科研院所、涉农院校、农业龙头企业等各类资源，加快构建高素质农民教育培训体系。落实县域内人才统筹培养使用制度。有组织地动员城市科研人员、工程师、规划师、建筑师、教师、医生下乡服务。城市中小学教师、医生晋升高职称前，原则


上要有1年以上农村基层工作服务经历。优化涉农学科专业设置，探索对急需紧缺涉农专业实行“提前批次”录取。抓紧出台推进乡村人才振兴的意见。

（二十六）强化科技支撑作用。加强农业关键核心技术攻关，部署一批重大科技项目，抢占科技制高点。加强农业生物技术研发，大力实施种业自主创新工程，实施国家农业种质资源保护利用工程，推进南繁科研育种基地建设。加快大中型、智能化、复合型农业机械研发和应用，支持丘陵山区农田宜机化改造。深入实施科技特派员制度，进一步发展壮大科技特派员队伍。采取长期稳定的支持方式，加强现代农业产业技术体系建设，扩大对特色优势农产品覆盖范围，面向农业全产业链配置科技资源。加强农业产业科技创新中心建设。加强国家农业高新技术产业示范区、国家农业科技园区等创新平台基地建设。加快现代气象为农服务体系建设。

（二十七）抓好农村重点改革任务。完善农村基本经营制度，开展第二轮土地承包到期后再延长30年试点，在试点基础上研究制定延包的具体办法。鼓励发展多种形式适度规模经营，健全面向小农户的农业社会化服务体系。制定农村集体经营性建设用地入市配套制度。严格农村宅基地管理，加强对乡镇审批宅基地监管，防止土地占用失控。扎实推进宅基地使用权确权登记颁证。以探索宅基地所有权、资格权、使用权“三权分置”为重点，进一步深化农村宅基地制度改革试点。全面推开农村集体产权制度改革试点，有序开展集体成员身份确认、集体资产折股量化、股份合作制改革、

集体经济组织登记赋码等工作。探索拓宽农村集体经济发展路径，强化集体资产管理。继续深化供销合作社综合改革，提高为农服务能力。加快推进农垦、国有林区林场、集体林权制度、草原承包经营制度、农业水价等改革。深化农业综合行政执法改革，完善执法体系，提高执法能力。

做好“三农”工作，关键在党。各级党委和政府要深入学习贯彻习近平总书记关于“三农”工作的重要论述，全面贯彻党的十九届四中全会精神，把制度建设和治理能力建设摆在“三农”工作更加突出位置，稳定农村基本政策，完善新时代“三农”工作制度框架和政策体系。认真落实《中国共产党农村工作条例》，加强党对“三农”工作的全面领导，坚持农业农村优先发展，强化五级书记抓乡村振兴责任，落实县委书记主要精力抓“三农”工作要求，加强党委农村工作机构建设，大力培养懂农业、爱农村、爱农民的“三农”工作队伍，提高农村干部待遇。坚持从农村实际出发，因地制宜，尊重农民意愿，尽力而为、量力而行，把当务之急的事一件一件解决好，力戒形式主义、官僚主义，防止政策执行简单化和“一刀切”。把党的十九大以来“三农”政策贯彻落实情况作为中央巡视重要内容。

让我们更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围，坚定信心、锐意进取，埋头苦干、扎实工作，坚决打赢脱贫攻坚战，加快补齐全面小康“三农”领域突出短板，为决胜全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标作出应有的贡献！

来源：新华社



农业农村部办公厅、国务院扶贫办综合司 关于做好 2020 年产业扶贫工作的意见

农办规〔2020〕3号

有关省（自治区、直辖市）农业农村（农牧）厅（委）、扶贫办：

2020年是全面建成小康社会目标实现之年，是全面打赢脱贫攻坚战收官之年。产业扶贫是稳定脱贫的根本之策，也是巩固脱贫成果防止返贫的关键措施，高质量完成脱贫攻坚任务，必须要发挥好产业扶贫的普惠性、根本性作用。要深入学习贯彻习近平总书记关于扶贫工作的重要指示批示精神和中央脱贫攻坚决策部署，围绕保脱贫、强产业、补短板、防风险、促巩固，聚焦未摘帽县和重点贫困村，聚焦“三区三州”等深度贫困地区，突出主体培育、产销对接、科技服务、人才培养等关键环节，加强统筹协调，加大倾斜支持，强化措施落实，在做好疫情防控工作的同时，切实做好产业扶贫工作，为打赢脱贫攻坚战、巩固脱贫攻坚成果提供有力支撑。

一、全力应对疫情对产业扶贫影响。贯彻落实党中央、国务院关于做好新冠肺炎疫情防控的决策部署，围绕打赢疫情防控阻击战统筹安排产业扶贫相关工作。深入分析疫情对贫困地区产业发展影响，制定滞销卖难农产品应急销售方案，把贫困

地区农产品作为疫情防控期间“菜篮子”产品有效供给的重要来源，推动产区和销区构建“点对点”的对接关系，协调优化鲜活农产品运输“绿色通道”政策，抓好因疫情造成的部分贫困地区农产品“卖难”问题。做好春耕备耕工作，加强农资调配和市场供应。多途径协调解决带贫龙头企业、农民合作社等用工难问题，支持带贫企业尽早复工复产，稳妥有序推进贫困群众返岗就业。

二、集中攻克深度贫困堡垒。加大“三区三州”等深度贫困地区产业扶贫政策倾斜力度，新增产业扶贫资金项目重点用于深度贫困地区，集中资源全力推进深度贫困地区扶贫产业加快发展。召开“三区三州”产业扶贫工作推进会，研究部署“三区三州”产业扶贫工作。加大对52个未摘帽县和1113个重点贫困村的指导和支持，跟踪政策措施落实、扶贫产业覆盖、新型主体带动、服务体系建设等情况，及时研究解决产业发展难题。

三、提升贫困地区特色产业发展水平。有机肥替代、节水技术示范、轮作休

耕、畜禽粪污资源化利用、畜禽标准化养殖场建设等产业发展项目向贫困地区倾斜，加强扶贫产业基地建设，深入推进贫困村“一村一品”发展。支持有条件的贫困县创建一二三产业融合发展的扶贫产业园，农业产业强镇项目加大对贫困地区的支持力度，引导农产品加工产能向贫困县县城、重点乡镇、易地扶贫搬迁安置区集中集聚。美丽休闲乡村推介向贫困地区倾斜，加大对贫困地区休闲农业精品景点路线的宣传推介。

四、加强贫困地区农产品产销对接。

农产品仓储保鲜冷链物流设施建设工程向贫困地区特别是“三区三州”等深度贫困地区倾斜，优先支持未摘帽县，相关建设项目优先纳入脱贫攻坚项目库。支持贫困地区开展绿色食品、有机农产品和地理标志农产品认证登记，减免相关费用，实行优先受理、优先现场检查、优先检测、优先审核、优先颁证政策。开展消费扶贫行动，积极开展贫困地区农产品产销对接活动，鼓励在全国性和省级组织的各类大型展销洽谈会设立扶贫专区，减免相关费用。强化贫困地区特色农产品信息监测、预警和发布，推动电商平台开展扶贫专卖。加强对贫困地区区域公用品牌、企业品牌、产品品牌建设指导，优先支持纳入农业品牌目录。

五、增强新型经营主体带贫能力。

继续组织龙头企业到贫困地区开展项目对接、合作洽谈，推动龙头企业到贫困地区投资兴业。落实好大型养殖企业与贫困地

区签订的生猪发展合作协议，促进贫困地区恢复生猪生产。支持贫困地区农民专业合作社开展示范创建，加大合作社人才培养力度，增强带动能力。完善政策扶持与带贫效果挂钩机制，在项目安排、资金扶持、示范评定、用地用电等方面加大对带贫能力强的新型经营主体的支持力度。大力推广订单生产、土地流转、就业务工、生产托管、股份合作、资产租赁等带贫模式，推动贫困户与带贫主体建立稳定利益联结关系，纠正“一发了之”“一股了之”等问题。扎实推进贫困地区经济薄弱村发展提升计划实施，为贫困户脱贫增收提供多重保障。

六、强化产业扶贫科技和人才支撑。

健全贫困地区产业技术专家组，在脱贫攻坚挂牌督战县探索建立产业技术顾问制度，健全科技帮扶工作长效机制。全面实施贫困地区农技推广特聘计划，充分发挥基层农技推广队伍作用，实现贫困村农技服务全覆盖。依托现代农业产业技术体系，组织岗位科学家、综合试验站站长围绕贫困地区特色产业发展需求开展技术攻关。加强产业发展指导员队伍建设，督促产业指导员履行好贫困户产业发展指导责任。加大贫困村创业致富带头人实训基地建设和培育力度，农村实用人才带头人和大学生村官示范培训班全部面向贫困地区实施，继续加大对贫困地区高素质农民培训经费投入。建立分级分类培训制度，重点培训贫困村“两委”干部、产业带头人和专业技



果品经济信息

术人员。支持有条件的贫困县创建农村创新创业示范基地，强化对返乡入乡创业人员的培训和政策扶持。

七、切实防范产业扶贫风险。各地要加强产业扶贫风险监测，以贫困县为单位建立带贫主体目录，将参与产业扶贫的龙头企业、农民合作社等主体作为风险评估的主要对象，系统评估生产经营、带贫能力等方面主要风险。健全风险预警机制，强化决策咨询、项目管理、产品销售、技术支撑、保险保障等风险防范措施。落实风险防范责任，加强业务培训，增强干部群众产业扶贫风险意识和防范能力。当前，要注重防范春茶、蔬菜等产业因疫情影响导致的企业用工和市场流通风险。

八、巩固提升产业扶贫成果。梳理评估产业扶贫政策措施实施情况，保持产业帮扶政策措施稳定。开展产业扶贫规划评估，指导贫困县制定优势特色产业发展规划，突出产业联贫带贫。加强产业扶贫工作调度，指导贫困地区强化产业扶贫基础性工作，培育能够持续发挥效益的主导产业。系统总结宣传产业扶贫工作成效，开展巩固产业扶贫成果现场观摩，遴选一批产业脱贫和产业帮扶典型，运用好微博、公众号、短视频等新媒介，讲好产业扶贫故事。

九、加大产业扶贫财政投入和金融保险支持。继续将贫困因素纳入资金分配权重，农业生产发展、高标准农田建设等项目和资金加大向贫困地区倾斜力度。加大专项扶贫资金和其他涉农整合资金、东

西协作资金等支持产业扶贫力度，优先用于保障贫困人口直接受益的产业发展资金需求，由贫困县因地制宜确定支持的重点产业项目和重点环节。鼓励加大对带贫成效突出的龙头企业、农民合作社、创业致富带头人的信贷支持力度，对贫困地区受疫情影响大的带贫新型经营主体，优先发放信贷资金。支持全国农担体系切实降低对贫困地区特别是“三区三州”等深度贫困地区担保费率，助力贫困地区发展壮大农业产业。及时发放扶贫小额信贷，适当延长受疫情影响还款困难贫困户的还款期限。加快发展特色农产品保险，推动优势特色农产品保险奖补试点扩大品种覆盖面和加大保障力度。

十、加强产业扶贫工作组织领导。各地要充分认识产业扶贫在巩固脱贫攻坚成果防止返贫中的特殊重要性，把产业扶贫摆在脱贫攻坚的突出位置，切实加强产业扶贫工作组织领导。完善产业扶贫工作协调机制，加强部门间协作配合，强化收官之年的各项政策措施落实落地，确保取得实效。深入开展脱贫攻坚专项巡视“回头看”和脱贫攻坚成效考核发现问题整改，建立问题清单、任务清单和责任清单，确保整改到位。强化产业扶贫领域腐败与作风问题专项治理，完善作风建设长效机制。🍌

农业农村部办公厅
国务院扶贫办综合司
2020年2月19日

中央农办主任、农业农村部部长韩长赋 解读 2020 年中央一号文件

中共中央、国务院印发《关于抓好“三农”领域重点工作确保如期实现全面小康的意见》，也就是 2020 年中央一号文件。文件公开发布之际，中央农办主任、农业农村部部长韩长赋就文件制定印发和贯彻落实等问题，回答了记者的提问。

记者：今年的中央一号文件出台有什么背景和意义？

韩长赋：以习近平同志为核心的党中央高度重视“三农”工作。习近平总书记指出，小康不小康，关键看老乡。脱贫质量怎么样、小康成色如何，很大程度上要看今年“三农”工作成效。习近平总书记的重要指示，为做好 2020 年“三农”工作指明了方向、提供了根本遵循。

2020 年是全面建成小康社会目标实现之年，是全面打赢脱贫攻坚战收官之年。完成这两大目标任务，脱贫攻坚还有一些最后的堡垒必须攻克，全面小

康“三农”领域还有一些突出的短板必须补上。面对国内外风险挑战明显上升、经济下行压力加大的复杂局面，稳住农业基本盘、发挥“三农”压舱石作用至关重要。做好 2020 年“三农”工作具有特殊重要性，必须毫不松懈，持续加力，确保脱贫攻坚战圆满收官，确保农村同步全面建成小康社会。

今年中央一号文件以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神，贯彻落实中央经济工作会议精神，对“三农”工作作出了全面部署。一是明确了工作重点，就是对标对表全面建成小康社会目标，集中力量完成打赢脱贫攻坚战和补上全面小康“三农”领域突出短板两大重点任务。二是强化了政策举措。针对基层干部群众反映强烈的问题和工作落实中存在的薄弱环节，有的放矢、精准施策，提出了一些含金量高、可操作性强的政策举措，进一步强化了



果品经济信息

补短板的政策支撑保障。三是强调了抓好落实。围绕补上影响脱贫攻坚质量和全面小康成色、到2020年必须补上的突出短板，逐项抓好落实，确保如期完成。

记者：脱贫攻坚还有哪些堡垒，收官之年将如何收官？

韩长赋：打赢脱贫攻坚战是全面建成小康社会的底线任务和标志性指标，是我们党向人民作出的庄严承诺。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央把脱贫攻坚摆到治国理政的突出位置，截至2019年底，农村贫困人口平均每年减贫1300万人以上，770个贫困县已经或拟摘帽退出，贫困发生率降至2%以下。

2020年是脱贫攻坚战收官之年，还有一些最后的堡垒必须攻克。这些堡垒主要体现在两个方面：一个是深度贫困地区，这些地区自然条件较差、基础条件薄弱、发展滞后、公共服务不足，必须集中力量进行强力帮扶，确保如期脱贫。还有一个是特殊困难群体，也就是老弱病残等困难群体，对这类缺乏劳动能力的群体，通过统筹各类社会保障政策，实现应保尽保、应兜尽兜。

在脱贫攻坚战收官之年要做好以下工作：完成好剩余脱贫任务。目前还剩下50多个贫困县尚未摘帽。重点是在普遍实现“两不愁”基础上，全

面解决“三保障”和饮水安全问题，确保剩余贫困人口如期脱贫。巩固脱贫成果防止返贫。对已脱贫人口开展全面排查，查补漏洞和缺项，同时加强对不稳定脱贫户、边缘户动态识别，及时将返贫人口和新发生贫困人口纳入帮扶。做好考核验收和宣传工作。严格执行贫困退出标准和程序，坚决杜绝数字脱贫、虚假脱贫，确保脱贫成果经得起历史检验，积极做好脱贫攻坚宣传工作，讲好中国扶贫故事。研究接续推进减贫工作。要抓紧研究建立解决相对贫困的长效机制，推动减贫战略和工作体系平稳转型，将解决相对贫困问题纳入实施乡村振兴战略统筹安排。

记者：全面建成小康社会，“三农”领域还有哪些必须补上的短板？

韩长赋：全面建成小康社会，最突出的短板在“三农”。农村基础设施不足、公共服务落后是农民群众反映最强烈的民生问题，也是城乡发展不平衡、农村发展不充分最直观的体现。今年中央一号文件对标对表全面建成小康社会目标任务，提出了农村基础设施和公共服务8个方面的短板：

一是农村公共基础设施方面。主要是推动“四好农村路”示范创建提质扩面，在完成具备条件的建制村通硬化路和通客车任务基础上，有序推进较大人口规模自然村（组）等通硬

化路建设,支持村内道路建设和改造。二是农村供水保障方面。重点是全面完成农村饮水安全巩固提升工程任务,有条件的地区推进城乡供水一体化。三是农村人居环境整治方面。重点是分类推进农村厕所革命,全面推进农村生活垃圾治理,梯次推进生活污水治理,广泛开展村庄清洁行动。完成农村人居环境整治三年行动任务,干干净净迎小康。四是农村教育方面。硬件上,加强乡镇寄宿制学校建设,统筹小规模学校布局,改善农村办学条件。软件上,加强乡村学校教师队伍建设,落实教师管理、工资待遇、职称评定、住房保障等政策。五是农村基层医疗卫生服务方面。在建好县乡村三级医疗卫生机构、消除医疗服务空白点的同时,重点加强乡村医生队伍建设,简化乡村医生招聘程序,支持高校医学毕业生到中西部地区和艰苦边远地区乡村工作,乡镇卫生院优先聘用符合条件的村医。六是农村社会保障方面。主要是适当提高城乡居民基本医疗保险财政补助和个人缴费标准,加强农村低保对象动态精准管理,合理提高社会救助水平,发展互助式养老等。七是乡村公共文化服务方面。主要是扩大乡村文化惠民工程覆盖面、鼓励送文化下乡、实施乡村文化人才培养工程等。以“庆丰收、迎小康”为主题办好小康之年的中国

农民丰收节。八是农村生态环境治理方面。主要是对做好畜禽粪污资源化利用、农药化肥减量、长江流域重点水域常年禁捕、黑土地保护、农村水系综合整治等提出要求。

需要强调的是,今年中央一号文件提出的补短板任务,重点是针对全面建成小康社会目标的,不是完成现代化的短板。因此,补短板必须坚持从农村实际出发,因地制宜,尊重农民意愿,尽力而为、量力而行,把当务之急的事一件一件解决好,力戒形式主义、官僚主义,防止政策执行简单化和“一刀切”。

记者:到2020年城乡居民收入要比2010年翻一番是全面小康的硬指标,在促进农民增收方面有什么政策举措?

韩长赋:到2020年城乡居民收入要比2010年翻一番,这是党的十八大明确的全面建成小康社会定量指标。要保持农民持续较快增收的势头不减弱、趋势不逆转,这样才能持续缩小城乡收入差距,让农民群众在小康之年有更多获得感、幸福感、安全感。在当前宏观经济下行压力加大背景下,农民增收形势不容乐观,必须主动作为,多渠道促进农民持续增收。

发展富民乡村产业。要支持各地立足资源优势打造各具特色的农业全产业链,推动农村一二三产业融合发



果品经济信息

展。加快建设各类产业园区基地，重点培育家庭农场、农民合作社等新型农业经营主体，通过订单农业、入股分红、托管服务等方式，带动小农户融入农业产业链。继续调整优化农业结构，打造地方知名农产品品牌，增加优质绿色农产品供给，提升农民生产经营效益。

稳住农民工就业。稳住农民工就业对稳定农民增收至关重要。重点是加强职业技能培训，积极开发城镇就业岗位，加大农民工稳岗支持力度。要加大对拖欠农民工工资的整治力度，以政府投资项目和工程建设领域为重点开展排查整顿，确保农民工工资按时足额发放。农村创新创业是农民就近就地就业的重要渠道，要深入实施农村创新创业带头人培育行动。

稳定农民转移性收入。要保持好强农惠农富农政策的连续性稳定性，确保农民转移性收入不减少。

记者：确保国家粮食安全始终是治国理政的头等大事，有哪些政策举措稳定粮食生产？

韩长赋：习近平总书记反复强调，中国人的饭碗任何时候都要牢牢端在自己手上。2019年，我国粮食产量创下历史新高，连续5年稳定在1.3万亿斤以上，粮食供给总量是充裕的。但我们粮食安全形势并非高枕无忧，

粮食生产能力基础并不稳固。多少年的经验表明，经济形势越复杂，越要稳住农业、稳住粮食。

今年中央一号文件强调，粮食生产要稳字当头，稳政策、稳面积、稳产量，释放了鲜明的政策信号。压实各级责任。强化粮食安全省长责任制考核，要求各省（自治区、直辖市）2020年粮食播种面积和产量要保持基本稳定。保护农民种粮积极性。进一步完善农业补贴政策，保障农民基本收益，让农民种粮不吃亏。调动地方抓粮积极性。加大产粮大县奖励力度，优先安排农产品加工用地指标，支持产粮大县高标准农田建设新增耕地指标跨省域调剂使用，让地方抓粮不吃亏。加强技术服务。抓好草地贪夜蛾等重大病虫害防控，推广统防统治、代耕代种、土地托管服务模式，推动粮食生产提质增效。

记者：在加快恢复生猪生产上提出了什么政策举措？

韩长赋：猪粮安天下。针对2019年以来生猪生产和猪肉价格出现的波动，中央出台了一系列稳价保供政策举措，推动生猪产能开始逐步恢复，但形势依然比较严峻。必须把生猪稳产保供作为重大政治任务，像抓粮食生产一样抓生猪生产，采取综合性措施，确保2020年年底生猪产能基本恢复到接

近正常年份水平。一是压实地方责任。落实“省负总责”，压实“菜篮子”市长负责制，强化县级抓落实责任，保障猪肉供给。二是落实支持政策。严格落实扶持生猪生产的各项政策举措，抓紧打通环评、用地、信贷等瓶颈。纠正随意扩大限养禁养区和搞“无猪市”“无猪县”问题。三是抓好疫病防控。严格执行非洲猪瘟疫情报告制度和防控措施，加快疫苗研发进程。加强动物防疫体系建设，落实防疫人员和经费保障，在生猪大县实施乡镇动物防疫特聘计划，确保疫情不反弹。四是推进转型升级。推动生猪标准化规模养殖，加强对中小散养户的防疫服务，引导生猪屠宰加工向养殖集中区转移，促进畜牧业高质量发展。五是加强市场调控。做好猪肉保供稳价工作，打击扰乱市场行为，及时启动社会救助和保障标准与物价上涨挂钩联动机制。

记者：在强化补短板“人地钱”要素保障方面有哪些政策亮点？

韩长赋：补上全面建成小康社会“三农”领域的短板，离不开真金白银的政策支持和要素保障。今年中央一号文件在强化“人地钱”要素保障方面出台了含金量高的政策。

在人才保障方面，提出抓紧出台推进乡村人才振兴的意见，有组织地动员城市科研人员、工程师、规划师、建

筑师、教师、医生下乡服务，城市中小学教师、医生晋升高级职称前原则上要有1年以上农村基层工作服务经历。

在用地保障方面，提出完善乡村产业发展用地政策体系，将农业种植养殖配建的各类辅助设施用地纳入农用地管理，合理确定辅助设施用地规模上限，明确农业设施用地可以使用耕地。提出农村集体建设用地可以通过入股、租用等方式直接用于发展乡村产业。明确新编县乡级国土空间规划应安排不少于10%的建设用地指标，省级制定土地利用年度计划时应安排至少5%新增建设用地指标，保障乡村产业用地。

在投入保障方面，当前财政收支压力很大，许多方面都在压减支出，但补“三农”全面小康短板的投入要保。今年中央一号文件明确提出加大中央和地方财政“三农”投入力度，中央预算内投资继续向农业农村倾斜，加大地方债用于“三农”规模，要求抓紧出台调整完善土地出让收入使用范围进一步提高农业农村投入比例的意见。要强化对“三农”信贷的货币、财税、监管政策正向激励，适度扩大支农支小再贷款额度，坚持农村信用社县域法人地位，鼓励商业银行发行“三农”、小微企业等专项金融债券，明确符合条件的家庭农场等新型农业经营主体可按规定享受现行小微企业



果品经济信息

相关贷款税收减免政策等。部署稳妥扩大农村普惠金融改革试点。

记者：在稳定农业农村投资方面提出了什么政策举措？

韩长赋：去年以来，受宏观经济形势和产业自身因素影响，农业投资出现一定幅度下滑。今年中央一号文件对有效扩大农业农村投资作出了相应部署。一是启动实施现代农业设施投资项目。以粮食生产功能区和重要农产品生产保护区为重点加快推进高标准农田建设，如期完成全年建设目标任务。抓紧启动和开工一批重大水利工程和配套设施建设，在做好前期工作基础上适时推进南水北调后续工程建设。部署启动农产品仓储保鲜冷链物流设施建设工程。二是优化农业农村投资环境。引导和鼓励工商资本下乡，营造良好政策环境，切实保护好企业家的合法权益。三是加大对农业农村投融资金融支持力度。发挥全国农业信贷担保体系作用，做大面向新型农业经营主体的担保业务。推动温室大棚、养殖圈舍、大型农机、土地经营权依法合规抵押融资。

记者：今年的中央一号文件在农村改革上作出了哪些部署？

韩长赋：改革是加快补上“三农”发展短板、推动乡村全面振兴的重要

动力。2020年是农村改革承前启后的一个关键年份，必须切实抓好党中央部署的各项重点改革任务。

完善农村基本经营制度。重点是落实保持土地承包关系稳定并长久不变的要求，部署开展第二轮土地承包到期后再延长30年试点，在试点基础上研究制定延包的具体办法。

扎实推进农村土地制度改革。抓紧制定农村集体经营性建设用地入市配套制度。严格农村宅基地管理，扎实推进宅基地使用权确权登记颁证，以探索宅基地所有权、资格权、使用权“三权分置”为重点，进一步深化农村宅基地制度改革试点。

深入推进农村集体产权制度改革。在完成清产核资的基础上，全面推开农村集体产权制度改革试点，有序开展集体成员身份确认、集体资产折股量化、股份合作制改革、集体经济组织登记赋码等工作。积极探索拓宽农村集体经济发展路径。

此外，今年中央一号文件还对中央部署的供销合作社、农垦、国有林区林场、集体林权制度、草原承包经营制度、农业水价、农业综合行政执法等重大改革任务进行了部署。其中不少任务是以2020年为时间节点的，要逐项推进落实落地，确保按时完成、交账销号。●

来源：农民日报

百果园余惠勇： 新冠病毒，让我们坚定做世界第一的果业公司

导读：这次新冠肺炎疫情给我一个突出的印象是，涌现了大量有担当，有情怀的中国企业、中国企业家，他们在这次疫情自觉承担社会责任，行动迅速。百果园就是其中的一家。这篇文章是百果园董事长余惠勇先生年初公司分享大会讲话，既体现在疫情期间的社会责任担当，更是在突如其来的灾难面前保持战略定力和对自己经营策略的冷静思考。余惠勇先生系统分析了疫情对百果园经营带来的影响和应对方略，坚定百果园战略毫不动摇，在此重大变故期间，重申公司战略主张，强化战略定力！

——夏惊鸣（华夏基石副总裁、首席专家）

首先向全国的百果园家人拜个年：大家新年好！

这是百果园自创立以来，第一次以线上形式开分享大会。这说明人拥有无限的创造性，无论遇到多大的困难、艰险，都阻挡不了百果园人前进的步伐。



百果园人的奋斗宣言

- 我是一名百果园奋斗者，无论遇到什么挫折、灾难，困难、诱惑，
- ▶ 永不怀疑，永不气馁；永不妥协，永不退却；永不言败，永不放弃；
 - ▶ 永远坚信坚定，永远向善向上；
 - ▶ 永远认真专注，永远精益求精；
 - ▶ 永远积极行动，永远斗志昂扬；
 - ▶ 让我们以水果为载体，肩负起促进人类文明进步的重任！
 - ▶ 让我们满怀信心，以奋斗者的姿态，迎接果业春天的到来！



果品经济信息

刚刚开篇的“奋斗者宣言”，对我的触动非常大。2019年底，我们确定2020年为“奋

斗年”。面对突如其来的疫情，“奋斗者宣言”鼓舞着我们迎难而上。

积极应对，百果园想尽办法服务民生

从2020年1月23日上午10点武汉封城开始，全国打响了新型冠状病毒抗击战！14天过去，我们取得了首战胜利！这是百果园人通力合作的结果。

近期，深圳零售协会牵头建立了一个“共渡时艰，零售高层研讨群”，通过群内讨论：绝大多数同行都感到非常大的压力。根据与同行的讨论结果发现：

1. 对比其他业态，疫情对百果园的威胁程度较低

对比大型商超来看，百果园客流没那么大，并且我们的门店是开放性的，人口密度和场所的封闭性会对感染概率有一定影响，综合算下来我们的感染几率还是较小的。对比相似业态来看，百果园的客流没有明显的高峰，较为分散，这样就降低了疫情传播的风险。

所以，在业态和经营的产品类型方面，疫情对百果园的威胁程度相对较低。

2. 出台多项防护措施，筹备物资支援疫区

防疫工作是国家大事，是政治任务。百果园从疫情爆发开始，一直积极应对，尽最大努力保障门店的正常营业。

在口罩、消毒水等物资配备齐全的前提下，全国4000多家门店保持正常营业，同时还筹备物资支援疫区。在大年三十连夜协调10万个口罩驰援武汉，并协同生态圈企业，向疫区捐赠了口罩、防护面具、水果等物资。

以上这些举措，完全依赖于百果园有一



个有胆有识、有号召力、有凝聚力更有战斗力的卓越领导团队，我为此感到无比欣慰和自豪。虽然接下来将会面临更大的挑战，但是我有理由相信，有了无形智慧的底蕴和企业文化长期的熏陶，百果园人一定能经受住这场罕见的考验，赢得逆势增长，为水果行业乃至零售业树立典范！

宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来！有

了百果园人共同的努力，没有克服不了的困难。

3. 形势非常严峻且难以预料，必须严阵以待

这次的新型冠状肺炎从疫情爆发的范围和时间来看，延续时间的长短无法预测，未来会发展成什么样子谁也无法得知。所以我们绝对不能大意，首战虽然胜利，但是这场战争才真正开始，我们必须严阵以待。

致命威胁当前我们要怎么做？

此次疫情形势严峻，从过往“非典”的事例来看，我们可以断定这次也有很多企业会倒在这个疫情防控进程中，百果园同样面临着重大的威胁。

1. 防控不利，会导致政府勒令关闭门店或配送，经营瘫痪。

要破解这个风险：

(1) 我们要高度重视防疫工作，要心存敬畏，一丝不苟，尊重规律，听话照做，做到严控疫情；

(2) 彻底做好防控物资的准备，确保防控物资绝不短缺；

(3) 各个部门、区域负责人和公关团队要积极与政府做好沟通，取得政府认同。

2. 公司长期严重亏损，现金流断裂，企业倒闭。

所有企业都面临这个压力，百果园也不例外。我们与其他的企业相比，虽然储备了抗灾难的资金，但也是不够的。任何的企业，最大的风险是现金流的断裂。今天我们所有的百果园人都必须高度警惕，自救吧！如何去化解这个危险？就是开源节流。

开源：想尽一切方法，把销售做起来。不要认为这是我们销售的最差时机，换个角度想，我们需要用心挖掘销售的潜力。疫情来了之后，消费者对水果的需求并未减少，但会要求送货上门，我们的店面员工在做好充分防护后，坚持为顾客配送水果，维系经营。

节流：所有部门、所有岗位都必须树立节流的意识。门店必须100%做到减租，包括宿舍、办公大楼的减租，每一项都需要尽全力争取，能省则省。采购方面已经和供应商沟通，在特殊时期需要特殊对待。今年会尽量控制人员，不主张裁员，但正常的淘汰会进行。百果园并不要求普遍降薪，但对于加薪会进行严格控制。多项措施下来，所有节约下来的资源要集中到前端门店，确保门店顺利经营，确保门店的绝对优势，只有门店经营正常，才能有开源，才会形成一个良性的循环，去应对灾难。

再苦也不会苦门店，整个公司的节流都是为了支持门店！

3. 被困难吓倒，自乱阵脚，战略偏移，



果品经济信息

方向错乱，信心动摇！

很多企业在困难面前，都容易自乱阵脚，

方向错乱，造成整个公司信心动摇。所以我们一定要统一思想，坚定信心！

疫情中的发展机会

1. 疫情让国民觉醒，水果的信仰将被广泛接受

“水果是善业，永恒的行业，是有益于大家身心的行业”的信仰经过百果园的不断传递，以此加快让大众觉醒的脚步。这次疫情背后的原因就是人性的丧失和不尊重自然规律的结果，信仰引领向善向上，对百果园而言，我们更要引领人们尊重自然，尊重规律，按规律行事，促进社会向着更好的方向发展。

2. 线上线下一体化、店仓一体化、贴近社区的水果专卖模式优势凸显

通过这次考验，我们发现，一体化做得好，生意会越来越好。在这种疫情下，我们也要看到发展的机会，快速、彻底地推进一体化。

3. 百果园品牌认同度将大幅度提升

品牌是比较出来的，没有比较就没有品牌。经过这次危机，“百果园是个值得信赖的公司”的品牌效应已经凸显出来了，顾客对我们百果园的品牌认同度将大幅度提升。

4. 发展百果心享

疫情爆发以来，百果心享的蔬菜供不应求，我们争取用两个月时间，为全国绝大多数城市供应绿色蔬菜。

5. 患难见真情，员工和加盟商对公司的信任度将大幅提升

企业经营的根本就是经营信任。对外，是顾客对百果园的信任；对内，是员工对公司的信任，以及来自合作伙伴的信任。患难

见真情，我相信，未来我们与员工、加盟商之间的关系将会进一步拉近。

6. 供应商关系将得到进一步巩固

这次疫情促使百果园成为了供应商的首要甚至是唯一的选择，将切实巩固与供应商之间的信任关系和协作关系。

7. 经营团队得到空前历练

我相信经过此次历练，对我们团队的协同性、潜力的激发是空前的，这将使我们的团队获得极大的提升。

坚定战略方向、战略路径、战略目标和战略愿景决不动摇

1. 战略方向

我们坚信，“为顾客提供好吃不贵的愉悦体验”是我们的最佳战略，我们坚定这个方向，决不动摇。

2. 战略路径

(1) 实践已经证明，百果园模式，即线上线下一体化、店仓一体化、贴近社区的水果专卖连锁模式是水果零售的最佳模式；我们坚定这个方向，决不动摇！

(2) 实践已经证明，两架马车三根支柱的发展战略是正确的，我们坚定这个方向，决不动摇！

(3) 实践已经证明，百果园从传统零售企业向科技型、金融型现代零售企业转变，从经营产品向经营顾客转变，从终端门店经营向全产业链经营转变的决策是正确的，我

们坚定这个方向，决不动摇！

（4）实践已经证明，通过特许加盟和投资赋能搭建生态圈，团结一切可以团结的力量以共同实现“让天下人享受水果好生活”这一伟大使命的决策是正确的；我们坚定这个方向，决不动摇！

3. 战略目标

（1）让顾客满意，让员工满意，让加盟商满意

（2）在中国开3万家店，开遍所有县级以上城市

成功的传统模式，顾客是上帝在顶端，顾客是靠我们员工去满足的，所以对员工而言，员工的职责是确保顾客满意。对加盟商而言，需要确保员工的满意，不仅仅是金钱，还有理解、关怀和爱护。对于公司而言，公司要确保加盟商满意。从传统经营模式的角度来看，谁来保障公司满意？是供应商，因为供应商是卖家，公司是买家。所以在传统模式下，供应商的压力是很大的。但是在生态模式下，公司会帮助员工一起共同服务好顾客；我们和加盟商是一体的，百果园配送的利润只是维持我们正常运营的费用，要赚钱是要靠特许使用费，所以我们要与加盟商一起研究怎样服务好员工和顾客。没有这种意识的话，公司要与加盟商进行沟通，把我们的理念传达过去。我们和供应商是一体的，共同保障门店的利益、顾客的利益，所以我们绝对不会去压榨供应商，这是百果园的模式。百果园是作为整个生态圈的组织者而存在的，所以我们的目标是让顾客满意，让员工满意，让加盟商满意，绝不动摇。

接下来我们要加大力度，推进变革，推进门店发展。在疫情面前，只要管理跟得上，我相信会是发展的最好机遇。所以我们年前提出的所有的战略计划都不改变，片区加盟店的变革不停止脚步，继续推进。

4. 战略愿景

（1）成为全球员工最喜爱的公司

（2）成为全球最佳生态赋能型公司

（3）成为世界第一的果业公司

5. 奋斗精神


（1）相信公司

只要是真正相信公司的加盟商，没有做不好的门店。只要内心对公司不信任，一定经营不好门店。所有加盟商一定要相信，公司的利益与你们是一体的，有问题就解决问题，不要怀疑公司的动机，如果不信任，不如早些离场。运营一定要把加盟商的信任放在首位。

（2）快速执行

今年的果品会大起大落，在这种情况下，我们要快速决策、快速执行，只要犹豫就会错失良机。快速执行，将是我们赢得这场战役的关键。

（3）奋斗精神

百果园人是奋斗者，无论遇到什么挫折、灾难、困难、诱惑，永不怀疑，永不气馁；永不妥协，永不退却；永不言败，永不放弃；永远坚信坚定，永远向善向上；永远认真专注，永远精益求精；永远积极行动，永远斗志昂扬；让我们以水果为载体，肩负起促进人类文明进步的重任！让我们满怀信心，以奋斗者的姿态，迎接果业春天的到来！

来源：华夏基石 e 洞察



援疆情谊 香梨情深! 支援武汉 众志成城!

春节前夕，一场突如其来的新型冠状病毒肺炎疫情在全国蔓延开来。一时之间，武汉告急，湖北告急，全国各省市也纷纷启动一级响应，停航、停运、禁行、封城……面对肆虐的疫情，一场抗击疫情的中华保卫战正式打响。

武汉的疫情牵动着全国人民的心，“一方有难，八方支援”，新疆巴州库尔勒香梨协会的盛振明会长在春节期间产生向武汉一线的辛勤医护工作者和广大市民捐赠库尔勒香梨的想法，一是香梨有润肺止咳的效用，多吃香梨等水果可以提高人体的免疫力；二是新疆近年来的扶贫事业和经济建设得到全国各界的大力帮助，他们也想在此关键时刻力所能及的回馈社会。

盛会长的想法得到中国果品流通协会、中果协龙头企业联盟、新疆广播电视台、新疆巴州市红十字会、巴州包装行业商会的响应和大力支持，大家分头联系了武汉市慈善总会、

武汉市红十字会，得到的答复是当前暂只接受急需用于疫情防控的物资，蔬果等非急需物资的捐赠需要等通知。

时不我待，经过商议，决定依靠果品行业的自身资源，由库尔勒香梨协会先期筹备200吨香梨，通过武汉百果园和武汉盒马生鲜两家著名连锁超市向武汉市民无偿赠送。库尔勒香梨协会表示，协会面向会员的募捐通道已打开，他们还会行动，后续的捐赠将会继续。

目前多个城市封城，又正值春节，不少地方出现了生鲜物资紧缺的情况，在危难关头，我们的很多果业同仁站出来了，尽职尽责，以自身行动帮助社会，在打赢这场新型冠状病毒肺炎疫情攻坚战中，贡献绵薄之力！

随着党中央、国务院的全面部署，疫情防控已呈现可控的发展态势，我们坚信：相信国家、相信政府，大家齐心协力、同舟共济，必将赢得保卫战的胜利！

武汉加油！湖北加油！中国加油！🍌



助力武汉 百果园联合美团外卖 为最一线医护人员送水果



百果园和美团外卖小哥为武汉加油

为助力最前线医护人员，1月30日起，中国果品流通协会副会长单位百果园联合美团外卖，每日为武汉多个重点医院及支援医疗队送去600多份水果。前天下午首批水果已经送达医护人员手中。

百果园相关人士介绍，本次捐赠行动将会持续做下去。配送的水果主要有车厘子、香蕉、砂糖橘等，为了方便医护人员食用，同时有营养保障。配送前，百果园会提前做好标准份预包装，再由美团外卖骑手配送给医护人员，做到人手一份。

抗击疫情，共克时艰。据悉，从武汉疫情爆发至今，百果园一直关注着疫情的发

展并努力尽自己的一份力量。在武汉，百果园许多门店一直在坚持营业，全国其他地区的4000多家门店也在正常营业。以保障水果新鲜供给，稳定市场价格，满足顾客所需。有武汉顾客这样反馈道，“在家里隔离很害怕，不知道外面情况怎么样。但看到百果园每天都在开门，心里就多了一份安心。”

为了保障一线员工的健康和生活，在前期，百果园内部成立了以公司领导班子为核心的疫情应急小组，协调全国区域各资源支持关注武汉区员工。百果园相关人士介绍，通过集团与区域联动，在生活上，给门店员工提供米面、蔬菜等物资供给，尽最大限度保障武汉区域员工的生活。疫情防护上，每日进行体温等上岗前的严格检测，对门店及宿舍进行消毒升级，努力照顾好每一位坚守在一线的员工。

据了解，这次联合美团外卖送水果，并不是百果园第一次助力武汉，从大年三十开始，百果园已陆续为武汉捐赠了10万副医用口罩并追加了100万元的款物捐赠，将用于武汉等多地的疫区前线抗击及防治工作。🍌



批发市场众志成城，共抗疫情

新型冠状病毒感染肺炎疫情态势严峻之际，党中央、国务院作出重要部署，全国上下众志成城，打响防疫阻击战。我会于1月28日发布了《关于保障疫情严重地区果品市场稳定供应的倡议》，号召全体会员单位积极履行社会责任，全力做好疫区果品供应，稳价格、惠民生，助力打赢疫情防控阻击战。倡议发出后中国农批、江南市场、地利集团、河北新发地等批发市场积极响应，发挥各自优势，迅速行动起来。

中国农批

中国农批积极落实和部署防控工作，各项目公司积极响应，多措并举，在加强疫情防控工作的同时，保障区域内的物资供应和价格稳定，共同打响这场没有硝烟的战争。

广州江南市场

广州江南果菜市场从2月1日开始，一连15天每天向武汉医疗机构捐赠果蔬物资，总价值500万元。首批物资以新鲜水果为主，2月2日清晨到达武汉火神山医院和雷神山医院施工现场，为数千名参与医院建设的工人提供后勤保障。

地利集团

1月29日，从地利集团哈达市场了解到，

目前蔬菜供应量较为充足，货源及到货量均有保障，除正常销售外，约有7000吨形成库存，品种主要以黄瓜、西红柿等果菜为主，能够满足春节期间供应。此外，在哈尔滨、在齐齐哈尔、在牡丹江、在长春、在沈阳、在寿光、在成都、在贵阳、在杭州……地利集团的12个大型农产品批发市场全力运转，在对各物流园区进行严格防疫的同时，通过降低交易费用等方式鼓励业户扩大货源、稳定价格、增加供给。

河北新发地

自疫情发生以来，河北新发地始终坚持正常运营交易。严格防疫管理制度。1月29日上午，记者在河北新发地看到，一辆辆满载果蔬的卡车，严格按照防疫管理制度，经过检测消毒后有序入场。据介绍，目前市场果蔬储备充足，储备量约4.3万吨；居民日常所需的白菜、豆角、洋葱等保供类蔬菜品种供应不低于30个，蔬菜供应品类整体达120余个。此外，为保障生鲜农产品持续性供应，河北新发地主动加强货源组织，加大果蔬调运力度，并对进入市场的果蔬等农产品开通“24小时绿色通道”，保障物流线路通畅。同时，及时发布《关于禁止哄抬物价的通告》，联合相关监管部门，对囤积居奇、哄抬物价等扰乱正常市场秩序的行为严格把控。🍌

鲜丰水果坚决不涨价 抗疫日送万斤水果



1月25日，鲜丰水果宣布正紧急从全国各大基地调配水果，通过武汉市慈善总会陆续向武汉防疫一线捐赠100吨鲜果，目前鲜丰水果武汉物流仓现有储备西瓜、蜜瓜、香蕉和柑桔类等易食的水果20吨，已经持续供给武汉市抗疫一线，为医护人员和急需物资的群众提供鲜食水果坚实保障。

同时，鲜丰水果从全国各大基地紧急调货，目前已经从全国各大基地紧急调货，并以最快速度运输到武汉，为抗击疫情尽最大努力。

一直以来，鲜丰水果包括武汉在内的全国门店员工坚守节日岗位，坚持保障社区群众水果供应，水果价格坚决一分不涨。鲜丰人24小时待命，积极响应党和政府的号召，时刻准备支援抗疫一线，携手全力以赴战胜疫情。

不仅如此，鲜丰水果全国所有门店积极承担社会责任，开展“日送万斤，抗击新冠”的抗疫行动，每天免费向群众放送共超过万斤的新鲜水果，为群众补充维生素，提高自身免疫抵抗力，助力抗击新冠病毒。

鲜丰水果向日夜奋战在疫情一线的医护人员和各行各业工作者致以崇高的敬意，坚信在党中央的坚强领导下，在全国人民的共同努力下，通过科学防治和精准施策，一定能打赢疫情防控阻击战！🍌





心系中国，共抗疫情， 佳沛关注前线医护人员营养健康



2020年2月3日，中国上海——自新型冠状病毒疫情发生以来，成千上万医护人员无反顾地逆势前行，构成当下最美丽的风景线。心系中国，新西兰佳沛公司（Zespri）尽自己的绵薄之力，关注前线医护人员的营养健康，向逆行而上的白衣天使们致敬。

目前，佳沛已向中国红十字会捐赠80万元人民币，定向支持承担防控救治任务的武汉火神山医院和雷神山医院建设，支持中国人民抗击新型冠状病毒感染的肺炎疫情。

2月1日，佳沛携手百果园捐赠货值25万元的奇异果，助力抗疫定点医院和支援医疗队的营养补充。当日下午，奇异果全部送

达武汉大学人民医院、湖北省中西医结合医院、武汉市第四医院。这些医院有北京、浙江、河南、广东，甚至最远从新疆来支援的医疗队。

同时，佳沛还联合鑫荣懋和天天果园向上海的医院进行定点捐赠，为直面疫情的医护人员提供更多营养保障，其中包括上海公共卫生临床中心、上海第九人民医院本部院区和第九人民医院黄浦分院。

新型冠状病毒疫情牵动着每个人的心弦，也牵动着佳沛的心。佳沛愿与社会各界一起众志成城，共克时艰。🍌

来源：国际果蔬报道

会员企业 众志成城 抗击疫情

新型冠状病毒疫情牵动人心，全国各地的医疗、民生物资源不断地驰援武汉。果品行业在行动，各会员企业用实际行动来表达信心，传递爱心！用果业人特有的方式支持一线，抗击疫情！

陈氏阳光

2020年1月30日，平时只有货运车出入的河南省万邦国际物流中心果品区，却驶入两辆长长的公交大巴，停在郑州陈氏阳光果蔬贸易有限公司档口。原来，这是郑州公交四公司的“郑州公交徐亚平志愿服务队”的车长们，在抗击疫情交通管制的非常时期，来志愿运输陈氏阳光捐赠给河南省人民医院和河南省胸科医院的爱心物资——1000件（5吨）进口苹果。于当晚8点，配送到了河南省人民医院和胸科医院的发热门诊、隔离观察门诊和临床医务工作人员们的手上。

长沙绿叶

1月30日-2月1日，作为一名基层人大代表、绿叶水果总经理唐红带领绿叶员工，前往长沙、岳阳、郴州等地十一家医院看望春节期间仍坚守在一线的医务工作者们。


向湖南省人民医院、省第二人民医

院、湘雅附二医院、省儿童医院、中医附一医院、郴州市第二人民医院、岳阳市二人民医院、长沙县第一人民医院、星沙医院、八医院、黄花镇卫生院十一家医院和黄花镇五个防疫点的疫情一线医护人员致以亲切的问候和祝福，并为他们送去9640件、总价值近百万的新鲜水果。

齐鲁浩华

2月2日，山东齐鲁浩华食品科技有限公司总经理梁胜国、副总经理刘小丽，将个人自发筹集的防疫物资交付到下洼镇政府工作人员手中，以实际行动践行党员、民建会员责任，向奋战在疫情一线的工作人员致敬。

该批物资包括口罩2600个、75%医用酒精250斤、次氯酸钠消毒液250斤、冬枣醋100箱、矿泉水100箱、方便面100箱，总价值6万多元。鉴于当前防疫物资的紧缺性，口罩、酒精等物品多为协调各方，从多处购进。目前公司上下仍在不遗余力的积极沟通，争取继续做好防疫物资的储备工作，助力当地疫情防控。

疫情当前，水果从业者们也将上下一心密切关注形势，与武汉并肩而行。果蔬行业与社会各界凝聚力量，支援抗疫前线，齐心协力战胜疫情！



菜园坝水果市场抓实疫情防控工作

随着新型冠状病毒肺炎的扩散，菜园坝市场全体干部职工积极响应，打响了疫情防控战：1月27日迅速成立了防疫领导小组，印发《新型冠状病毒感染的肺炎应急处理预案》，形成了《履行职责保供应，严控疫情保安全》工作方案；1月29日，再次紧急召开“新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作专题会”，按照各级要求进一步加强防疫工作并立即实施，多措并举，在战“疫”面前，稳民心、践初心、强信心。

面对疫情，员工挺身而出，众志成城。菜园坝水果市场作为本次防疫工作中商务委重点联系的民生保供市场，保障主城区水果、农副产品供应是我司全体职工义不容辞的责任。防疫领导小组成员将自己的工作时间调整为完全与商家一致，每天夜里加强巡查力度，深入一线现场解决问题，各部门值守员工坚守岗位，保证商家的正常经营。为了减少人员外出方便市民购物，市场运营的线上香满圆电商平台也24小时提供安全便捷的网上下单，次日无接触配送服务，以便顾客可以从容安排时间，安心安全购物。

多措并举防疫情，确保市场交易安全放心。面对新型疫情，坚持以科学的态度对待，通过公司职工微信群不断发布重庆市疫情防控领导小组宣传资料，教育员工正确认识、科学对待，为稳定人心，保证各项工作的平稳进行打下了基础。

防控疫情工作中，员工的健康和市场人员的安全是最终目标，我司积极采取各项有效措施做好预防工作，明确要求严把市场准入关，

加强进出场防控工作：一是按照防疫相关要求，关闭非保供农产品其他区域，只保留水果等农产品的批发供应。市场由原来的三个出入口变成单向进出，在进口处设置了卡口做好人员查验身份证登记排查和体温测量等工作，湖北籍人员和车辆劝返，客户进入市场要求必须佩戴口罩，同时安排有工作人员对进入市场的车辆消毒。二是每日消毒，确保市场干净整洁。市场员工及专业公司每日对市场公共区域、入场车辆全部消毒，对农产品交易区、办公区、市场进出口、主干道，所有经营摊位、垃圾站和公共厕所全部清洁和消毒，不留卫生死角，并做好消毒记录。三是加强个人防护，做好排查工作。目前已对市场百余商户和分公司全体员工进行逐一排查，未发现湖北籍商家和近期有去武汉史及与湖北传染源有密切接触者，并督促全体工作人员、商家和客户佩戴口罩，切断疫情传染源。四是加大宣传力度，增强防范意识。市场加强了对商家的宣传引导工作，向全体商家发放了《致经营户的一封信》，加强了疫情防控宣传，同时通过市场LED屏、微信公众号和张贴宣传资料等方式向经营户传达疫情防控方法。

菜园坝水果市场作为重庆市重点国有企业坚决履行国企职责，全力稳定市场供应，不涨价，替政府分忧，急百姓所急。全体职工将在未来的抗疫战斗中继续努力工作，保障农产品不断档、不涨价、保证质量，为抗击疫情保证供应，为打赢防控攻坚战和保持稳定做贡献。🍌

果业人的呼吁：关注果品滞销问题也是抗击疫情的一种方式

新型冠状病毒爆发，全国上下一心抗击疫情。疫情在发展的同时，对各行各业都造成了影响，正值2020年中央一号文件发布，谈谈疫情爆发，对中国果业的重创。

果业近两年本来就是产能过剩，供大于求。处处都能听到滞销的声音，本来就在行业寒冬之中，却又遇到疫情爆发，可以说是“雪上加冰雹”不为过。

当前的形势对果业重创，从以下几点分析：

1、本该火热的春节市场，直接进入寒冬。春节前后本是水果企业的旺季，果品的销售高度依靠春节档，而今年春节档却遭到疫情的重大影响，销售惨淡。根本无法完成存货的销售，将对果品企业造成重大经济损失。

2、遭到市场大批量退货。猕猴桃龙头企业齐峰果业反馈：由于疫情影响，春节发往各地市场的猕猴桃遭到严重退货，从北京、嘉兴、南京等地市场退回到陕西眉县。损失了来回的物流与人工费用，最重要的是猕猴桃时间长会有软熟情况，退货后软熟占比大，几乎无法进行二次销售。

3、交通成为阻碍销售难题。除湖北地区封锁外，多个城市也出现交通管制，交通瘫痪，无法正常为客户配货，而且物流货运车很难

找到。水果运输成为当前难以攻克的难题。

4、疫情防控，造成无工可用。全国上下防控疫情，市县镇村组以及各个单位都形成了封锁防控，农民工无法正常出入，企业合作社都无法正常开展生产发货工作。

5、大量水果无法及时销售，将会烂在产地。而水果本身有生命周期，尤其是储存周期短的比如猕猴桃、草莓、瓜类产品，不及时销售，将会腐烂，造成毁灭性损失。据了解，目前整个陕西省有超过20万吨的猕猴桃库存量，疫情打乱了猕猴桃的销售节奏，目前已经严重滞销，就算市场经济恢复，也无法在猕猴桃烂掉前正常销售完所有存货。

6、快递企业没有复工，电商无法恢复销售。本应该通过电商销售，快递送货应该是唯一的出路。而当下快递行业没有复工，无法正常发货。

7、本应出成绩的出口贸易被封杀。齐峰果业近年来出口量全国第一，为中国水果出口打造了一个成功的样板。随着疫情发展，所有出口渠道都被封死，出口贸易遭到封杀，损失巨大。

8、果品从业者无法正常工作。以齐峰果业为例，公司正式职工近400人，临时农民



果品经济信息

工超过 1000 人，众多人员的收入都依赖猕猴桃产业。而如今无法正常工作，企业也无法正常经营，如果这样持续下去，支撑不过一个月，龙头企业将会面临倒闭的问题，众多人员面临失业，对社会造成很大不利影响。

9、无法正常经营，银行还贷成为困难。果品龙头企业的社会责任放在第一位，因此，龙头企业收购规模大，解决了果农销售难问题，经营中依赖大量的银行贷款，而当下疫情对龙头企业造成重创，按时归还贷款将成为难题。

疫情影响深远，扶贫成果被蚕食

一上市，便滞销。能看到得到，当下上市的丹东草莓、大连樱桃、海南蜜瓜等等，一上市就赶上了滞销。这农业打击非常大，活生生地掠夺了农民的丰收成果。

龙头企业受到重创，下半年果农销售将面临巨大灾难。果业发展，环环相扣，果农销售依赖龙头企业收购。如今龙头企业重创，对下年收购影响巨大，水果丰收后，可能会出现无龙头企业收购的情况，到时候，果农将无法承担该后果。成功脱贫的果农面临返贫可能，扶贫成果被疫情蚕食。

果品也是基本需求，必须解决供应流通问题

对果业在疫情时期提出几个观点：

1、疏通果品销售渠道，水果的销售渠道必须保持正常对接。生鲜水果周期短，需要整个产业链畅通，储存，生产，发货，物流，批发，零售都要能够保持正常经营。

2、从舆论宣传上，关注水果产业，帮助水果农产品的销售。让距离疫区比较远的地

区人民，关注疫情发展之外，更多关注生鲜水果农产品受到疫情带来的灾难。

3、针对防控工作到位的果品企业合作社，可以容许开工生产。只要加强监管控制即可，做到周全对防控机制。

4、对水果龙头企业出台相应的帮扶救助措施，确保精准扶贫战略成果不被疫情蚕食。

5、企业贷款成为龙头企业生死存亡的关键，应提前做好相应的金融政策，扶助龙头企业存活和度过疫情影响的艰难期。

作为果业人，我在这里呼吁大家：

疫情侵害的不只是生命健康，
还有国家的经济和社会秩序，
好像比起水果滞销，
全国人民都应该关注疫情发展。

其实，我认为：

我们各行各业除了支援、声援和捐赠外，
在做好防控疫情的自我工作外，
更多要扮演好自己
与自己所在团队中的角色，
在各自岗位做好抗击疫情的工作，
在疫情消亡后，
让中国能够最快恢复经济与社会秩序，
这是我们普通人应该做的。

以上内容，代表笔者个人，代表齐峰果业，更是代表整个陕西果业，痛心呼吁，期望社会关注，期望果业人将上下一条心，贯彻中央一号文件精神，听从政府领导安排，共同抗击病毒，打赢这场战斗，减少疫情对果业的破坏。🍌

本文作者：牧小木

助力湖北一线，库尔勒香梨联合百果园 捐赠 10000 件香梨



一辆满载着库尔勒香梨的配送车抵达
宜昌市中心人民医院

湖北不止一个武汉，周边城市疫情形势同样不容乐观。2月4日起，新疆巴州库尔勒香梨协会及从业者联合百果园给黄冈、孝感、宜昌、鄂州、咸宁等湖北多个城市的30多家医院和单位送去5000多件库尔勒香梨，希望尽一份力，为一线医护人员和居民加油。

库尔勒香梨协会会长盛振明表示，湖北援疆情谊深。自1月28日发起倡议后，

共收到142家爱心企业和个人捐赠款物，包括50万元资金、10万副口罩，以及香梨、苹果、胡萝卜等，总价值超过300万元。其中10000件香梨联合百果园捐赠，目前第一批（5000多件香梨）已于2月6日晚全部捐赠完毕。第二批5000件香梨从库尔勒陆续发出，近日会抵达百果园武汉大仓。

据悉，联合供应商等生态伙伴给抗疫一线送水果并不是第一次。1月30日起，百果园联合美团外卖给武汉多家定点医院及支援医疗队送水果；2月1日，百果园联合佳沛给奋战在一线的医护人员送去三车佳沛奇异果。

此外，继大年三十开始，百果园已陆续为武汉捐赠了10万副医用口罩并联合爱德基金会追加了100万元的款物捐赠，用于武汉等多地的疫区前线抗击及防治工作。目前，由爱德基金会采购的第二车医用防护面屏已抵达武汉。🍏





二仙坡果业公司捐赠 50 万元驰援防控一线



新型冠状病毒疫情的爆发和蔓延，牵动着亿万国民的心。举国上下，众志成城，为抗击疫情助力。半个月来，不间断的疫情报道，可以看到来自社会各界的正能量，让我们相信“隔离病毒，不隔离爱”！

疫情无情，人有情，面对疫情防控的严峻复杂形势，2月6日，三门峡二仙坡绿色果业有限公司向三门峡市陕州区红十字会捐款20万元，向武汉红十字会定点捐赠物资30万元，用于新型冠状病毒疫情的专项防控。下午，3000箱苹果已经装车发往武汉。🍏

果品滞销 抗击疫情 京东生鲜在行动

新型冠状病毒肺炎病毒爆发，全国上下一心抗击疫情。果业界也众志成城，纷纷解囊，向武汉疫情一线捐款捐物，贡献果业人的力量和温度。

但我们不得不承认，随着疫情的发展，中国果业正遭受前所未有的重创：本该火热的春节市场，直接进入寒冬，产地供应商遭到市场大批退货；

防控封锁造成的交通阻碍成为流通难题，快递也还没有完全复工；疫情防控，无工可用，从业者也无法正常工作。以上种种原因，导致大量水果无法及时采摘、加工和销售，只有烂在地里，压在手中，让果农和生产企业无比心焦。特别是近期上市的水果，广西砂糖桔、重庆脐橙、大连樱桃、丹东草

莓、海南蜜瓜等，积压滞销情况普遍存在。

京东生鲜了解到以上情况后，有关人员立即联系到协会，表示愿意为水果产地的滞销水果提供帮助，以下是京东生鲜各区域相关负责人的联系信息，请各水果产区有需要的果业同仁与他们直接联系对接，并及时向协会反馈。🍏

打赢保供稳价防疫战，上农批人 战斗在一线

面对突如其来的疫情，中国果品流通协会副会长单位上海农产品中心批发市场把疫情防控当做首要任务来抓，众志成城抗疫情、全力以赴保供应，以实际行动践行不忘初心、牢记使命的责任担当。

“保障供应，是上农批人的初心和使命！”

——杨峻

杨峻，副总经理

作为上农批的副总经理，疫情发生以来，杨峻主动回到自己岗位，统筹上农批春节期间疫情防控的全面工作。面对疫情，他带头走上一线，与一线员工齐心协力共渡难关。他多方奔走，为上农批解决了防护物资紧缺的问题，保障了一线员工以及市场经营户的安全；制定了一系列防控措施，做好场内杀毒消菌、体温检测和人员管理，部署把好“最后一道防线”。由于疫情蔓延，多地采取封路措施，使部分农产品供应受阻，他又与一线员工商讨对策，积极对接未受影响的产地，组织农产品供应，保障市民“菜篮子”的供应。

“我是一个普通人，所以更要做好当下”

——柏楠

柏楠，中共党员，安全保卫部经理

柏楠是一名从基层保安队员逐步成长起来的优秀保安管理干部，熟悉保安队伍管理和保安技术防范业务。疫情发生以来，他从大年三十便开启了无休制的“战神”模式，最危险的地方、最危机的时刻总能看到他的身影。他说：“支撑我努力奋战、勇于前行的，是信念和责任。”他深知自己岗位所承担的重要责任，尽职尽责、勇于担当，坚持疫情不结束，坚决不离岗，不折不扣按照疫情防控工作的各项工作要求做好执行，以实际行动捍卫一名“战士”的骄傲与自豪！



果品经济信息

“没有最好，只有更好”

——安夫刚

安夫刚，中共党员，安全保卫部消防应急队队长

作为上农批安全保卫部消防应急队队长，市场内哪里有紧急情况，哪里就能看到安夫刚的身影。疫情发生后，他主动放弃春节回山东老家看望妻儿的机会，立马投入到疫情防控一线工作中。每天，他都对进入市场的车辆和行人进行全面检查，体温测量、登记、仔细询问来往行程，严守市场第一道防线。“大家口罩戴好，和外来人员接触时要注意保护好自己”、“一定要仔细询问进场人员”……每次交接班时，他总是细细叮嘱，既是关系队里人员的健康，也是为大家加油鼓气，携手同心，共同守护市场的安全。

“对党员而言，永远不变是忠诚值守”

——孔德焱

孔德焱，中共党员，果品粮油部主管

家在外地的孔德焱，春节没有回去，而是选择了坚守在一线岗位上。“对党员而言，永远不变是忠诚值守”，这是孔德焱的格言，他是这么说的，也是这么做的。作为党员，他对党组织安排的任务绝不推诿。疫情发生以来，他带领班组人员每天定时巡查果品区域，向经营户做好宣讲工作，督促经营户坚持戴口罩经营做好自身防护工作，降低感染风险。对陆续返沪的经营户，他认真做好登记管理，并根据市场规定要求期限隔离，保障经营户自身及市场内人员的健康。维护市场交易秩序、巡查区域内消防安全，为了保障市场供给兢兢业业地尽自己的一份力。

“不畏时艰，尽心尽力做好每一件事”

——杨建平

杨建平，中共党员，质量管理部经理

杨建平是疫情防控现场办公室负责人。面对疫情，他主动放弃休假，积极协调市场各部门，每天坚守在市场一线，发放防控物资、为商户和顾客做好登记、监测体温、限制出入通道、做好防疫宣传、对接辖区部门各项检查、整理各类防控报表等，同时对市场各业务区域供应、质量安全情况进行跟进。疫情期间，各项防疫、检查、供应等工作较为繁重，他都一一及时处理。工作中，他一直强调“疫情就是命令、防控就是责任。”发挥了市场党员模范表率作用。

“同心协力，胜利属于坚持到最后的人”

——朱佳启

朱佳启，蔬菜管理部经理助理

朱佳启在得知疫情消息和部门人手不足的时候，主动放弃春节休假，从除夕开始便一直坚守岗位至今，承担起了白天的执勤重任，负责区域内的疫情防控、严格审核来货车辆，每日挨家挨户对经营户测量体温，仔细排查来沪人员。为了保障市场内的蔬菜供应，从大年初一开始他便联系留沪的经营户并鼓励他们提早开业。面对某些蔬菜主产地区封路，经营户进货受阻的情况，他主动为经营户寻找并联系蔬菜基地，为保供稳价作出贡献。

“为了确保安全，再怎么仔细都是应该的”

——李俊

李俊，肉禽管理部副班长

疫情防控期间，为了做好猪肉的保供稳价工作，李俊时刻对部门内返岗员工与返沪经营户的身体健况情况进行登记追踪。他说，疫情防控绝非小事，仅凭表格登记不能完全排除风险，所以一定要每天做好自身防护后，到已开门的档位挨家挨户的对经营者及相关从业人员进行检测排查，一边督促协助经营者做好卫生消毒等防范工作，一边宣传防疫工作的注意事项。有人觉得太过繁琐，但他觉得，为了给上海市民提供一个安全卫生的市场环境，再怎么仔细都是应该的。🍎



直送武汉协和，百果园联合智利 Prize 捐赠蓝莓

中国果品流通协会副会长单位百果园积极发挥自身平台优势，和生态圈的合作伙伴一起，通过捐资捐物等多种形式，支援湖北武汉等多地抗疫一线，而这一行动还在持续扩大。

2月8日，百果园联合智利水果品牌商Prize(中文名“佰兹果”)，通过百果园武汉的仓配中心，将914箱共计10968份蓝莓直送至武汉协和医院，分发到武汉协和医院本部和西院的重疾科医务人员手上。

作为国家首批三级甲等医院，协和医院是这次疫情中湖北省首批发热患者收治医院，其中协和医院(西区)已作为定点收治医院，抗击疫情压力大，医护人员自然也是非常辛苦。Prize相关负责人表示：对于中国武汉疫情一线，

我们智利水果人同样非常关注，尤其是对疫情重灾区的医护，Prize希望能够尽一份绵力，通过蓝莓为一线的医护人员补充一点营养。

新型冠状病毒引发的肺炎疫情，牵动着中国人的心，也牵动着海外同胞的心。据了解，除了智利水果商Prize，此前新西兰水果商佳沛(ZESPRI)也联合百果园为武汉医护捐赠奇异果，纷纷希望能为打赢疫情防控阻击战贡献自己的力量。

除了助力最前线医护人员营养补充，百果园还通过多种渠道筹备医疗物资支援武汉。此前，百果园宣布向武汉捐赠了10万副医用口罩，并联合爱德基金会追加了100万元的款物捐赠。日前，由爱德基金会采购的第一车和第二车急需的医疗物资陆续在抵达中。🍷



惠州果农“山里娃”联合百果园 捐赠番石榴助力医护

抗击新冠肺炎疫情进入关键时间点，2月11日，惠州果农“山里娃”联合百果园，向同济医院、济和医院及李兰娟院士带队的浙江医疗队等医护人员捐赠一吨番石榴。

这个春节，武汉也牵动着很多果农的心。他们除了通过电话、微信等表达对武汉人民的关心和祝福，还积极筹集水果物资捐赠至医院，为奋战在抗疫一线的医护人员补充营养。

日前，由“山里娃”捐赠的一吨番石榴在百果园“春暖花开项目组”的全力支持和帮助下，已全部送达至浙江医疗队下榻的酒店，以及同济医院重症监护室、武汉中医院汉阳医院区、琴断口社区卫生服务中心值守的医务人员手上。他们是抗疫战场的一线人员，尤其是李兰娟院士团队，支援武汉大学人民医院以来，已有两

名重症患者情况明显改善，转出了ICU病房。

山里娃董事长曾俊表示：“我毕业于华中科技大学，武汉是我的第二故乡，很多奋战在一线的工作者是我的校友。他们作为抗疫的中坚力量，保卫着一方平安，超高强度工作。希望能尽一份力，为他们加油鼓劲。”

他还表示，非常感谢百果园平台和一线的配送勇士，配送到凌晨，送完最后一箱番石榴已经是夜晚12点多了，非常辛苦。

据了解，百果园联合爱德基金会、佳沛、库尔勒香梨、智利Prize等已捐赠超过200万元的医疗物资和水果物资，目前其他捐赠工作还在陆续进行中。

涓涓细流，颗颗爱心。相信社会各界的爱心暖意，必将加快寒冰的消融，加速春天的脚步。🍈





果品经济信息

最好的水果，献给白衣战士！

一直以来，医护人员以辛勤和智慧守护着我们的生命健康，投之以桃，报之以李，我们想把最好的水果，给最美的你们。2月14日，在宝安区委区政府的引领下，鑫荣懋集团联合上游合作伙伴，新西兰佳沛、T&G、Rockit Global Limited、农夫山泉，向深圳市第三人民医院捐赠了第二批2900箱共15吨优质水果，包括曾从世界32个最受欢迎苹果中脱颖而出“苹果之王”爱妃苹果；新西兰东岸的迷你小苹果乐淇苹果；含丰富维C的佳沛奇异果；优质产区的农夫山泉17.5°橙。以表达对前线医护人员的最高敬意，并以果为媒祝福他们“平平安安”！

在捐赠现场，鑫荣懋集团相关负责人表示，

一线医护人员为节省资源紧张的防护服，有的人不敢喝水避免上厕所、没有时间吃饭就只吃盒泡面。而水果既可以补充水分又能提供营养，权威机构也提出，疫情期间，每天吃新鲜蔬菜和水果，在平时基础上加量。所以我们精心挑选了品质最好的水果，都是最好的产地、品种和品牌，作为国外产区的新西兰，自然纯净，孕育出的水果纯粹美好，国内产区也是优中选优，代表着新西兰和国内果农的美好祝福。我们精心把这些佳果做成礼盒，最好的水果献给最值得尊敬的人。同时，苹果寓意“平平安安”，希望所有的医护人员和病人，都能平平安安。愿这份祝福能伴我们一起渡过难关，拥有一个纯净自然的世界！ 🍏



上海诚实果品为一线医护人员 捐赠万箱水果



2月13日,诚实果品第三批捐赠的水果——更好剥皮、方便食用的耙耙柑——送达一线医护人员手中,此举得到了包括瑞金医院在内的一线医护人员的一致欢迎。

作为中国果品流通协会理事单位,上海诚实果品在特殊时期,在充分保证水果供给、平价销售的情况下,成为第一批站出来为一线医务人员进行大批量捐赠的水果企业。据了解,诚实果品在三周时间内连续进行了三次捐赠,以医护人员的实际需求为行动核心,为他们提供新鲜、营养的好水果。

第一批水果捐赠行动从1月底至2月2日,诚实果品紧急调运的11386箱水果,由诚实果品董事长曹丽远女士亲自带队,送至一直坚守在防疫一线上海医务工作者手中。短时间内,苹果、橙子、柑橘、梨等营养价值高或有益于清肺化痰的新鲜水果被送至包括上海市公共卫生临床中心、仁济医院、瑞金医院、长征医院、长海医院等多所上海市重点疫情防治医院。

在上海市公共卫生临床中心,诚实果品董事长曹丽远女士谈到此次行动的初衷时坦言,医护人员才是真正的英雄,为了人民的健康和生命,不管生死、不计报酬,这种只有老一辈革命先烈才有的精神,让诚实人都深为感动,因此也希望能为一线的医护人员略尽绵薄之力。

2月8日元宵节,诚实果品再次携手自己的供应商、智利最大的车厘子种植出口企业Garces Fruit为上海抗“疫”的中流砥柱——上海市公共卫生临床中心捐赠了1800箱、价值65万元的智利原装车厘子,让仍然奋战在前线的一线医护人员实现了“车厘子自由”。●

来源: 国际果蔬报道



直送金银潭医院，新西兰 Rockit 联合 百果园捐赠 1 吨小苹果

近日，乐淇 (Rockit) 全球有限公司联合百果园向武汉市金银潭医院定向捐赠1吨小苹果，为医护人员提供一份营养补充。

一场疫情，牵动着海内外无数人的心，新西兰的企业也时刻关注着湖北地区的疫情发展情况。乐淇 (Rockit) 全球有限公司中国区市场经理戴越表示：“虽然我从未去过武汉，但在网上看到一线的医护人员的相关报道。他们非常辛苦，经常匆匆忙忙就着盒饭填饱肚子，实在让人心疼。”向总部申请后，在百果园“春暖花开项目组”的全力支持和帮助下，乐淇国

际加入到百果园生态圈的水果捐赠行列，“希望疫情早日结束，去武汉看一场樱花。”戴越补充道。

本次捐赠的金银潭医院，是武汉最大的专科传染病医院，也是最早集中收治新肺患者的医院。自2019年12月29日转入首批7名新肺患者以来，金银潭医院的600多名医护人员已连续奋战50多天。院长张定宇身患绝症，仍然坚守抗疫最一线。“他们在前线用尽全力，我们也想尽一份微薄之力”。百果园“春暖花开项目组”负责人左拉说道。🍏



久泰现代农业有限公司投身抗击疫情

自湖北武汉发生新型冠状病毒感染的肺炎疫情以来，遵照党中央、国务院及各级政府的部署和要求，久泰现代农业有限公司高度重视，公司董事长林豪先生对疫情期间果品供应工作及预防工作做出全面部署：

1. 为了确保疫情期间果品充足、平稳的供应，公司所有员工取消春节假期，旗下各产地、种植基地、批发档口、销售处、连锁门店全员上班，不得提价，全力配合做好各级政府做好民生物资供应工作；由于我们的真情付出，公司荣誉被列入福州市民生保供企业、福建省抗疫保供重点流通企业；

2. 疫情期间，公司分别向福州光彩事业促进会捐款 10 万元、通过新新疆巴州库尔勒香协会捐款 1 万元、通过仓山区工商联捐款 1 万、通过义洲街道、上海街道捐款 0.5 万元、通过福州果品商会捐款 2 万元，向闽侯县南通镇、青口镇等抗疫一线政府工作者及医务工作者捐送果品折价 10 万多元。

抗疫工作与政府同在。🍏





京东携手美国怡颗莓、花牛苹果 支援武汉医院

据京东集团发布信息称，日前，京东生鲜联合美国百年浆果品牌怡颗莓（Driscoll's）为武汉疫区医院捐赠蓝莓和红树莓共计1500箱；联合甘肃天水花牛苹果集团、SOHO中国基金会为武汉疫区医院捐赠苹果1320箱，共计2820箱物资均运抵武汉。

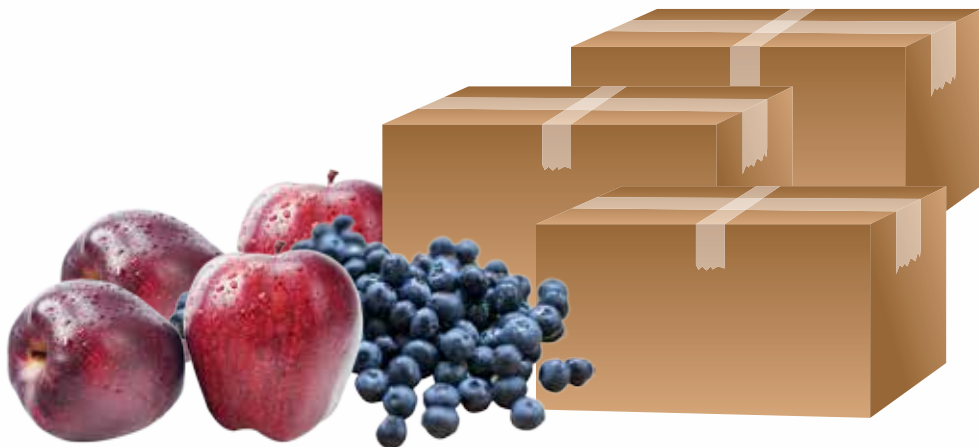
“一线医护人员每天超负荷工作，疫情期间伙食比较单一，甚至经常忙得顾不上吃饭，非常辛苦。所以，我和同事们就想是不是可以联合我们的品牌伙伴，把食用方便又营养的水果送到医院，为抗疫工作出份力？”京东生鲜果蔬采销部负责人周晓舟说。

与此同时，美国百年浆果品牌怡颗莓向京东生鲜表达捐赠意愿，但对于如何联系医院、

如何运输却无从下手。京东生鲜工作人员随即迅速寻找接受捐赠的医院，经由志愿者，辗转十几次，联系到武汉十几家医院。

“幸好有京东，才能把我们的新鲜蓝莓和树莓捐献给在武汉一线的医护人员，表达对他们不顾个人安危与疲倦照顾受疫情感染病人的敬意，”怡颗莓品牌中国总经理田仁杰说。

甘肃天水的花牛苹果集团也希望向武汉伸出援手。2月14日，一份“免费供应1320箱共计15.84吨的花牛苹果给武汉防疫第一线”的特殊心意，同样经由京东生鲜交付给了武汉的十家医院。这次捐赠由花牛苹果集团、SOHO中国基金会联合共同出手，通过京东生鲜的供应链对接到抗击疫情的武汉最前线。🍓



本来生活联手顺丰保供应

社区团购扩大至武汉数百个小区

据报道，近日本来生活整合了集团所有供应链资源，协同物流巨头顺丰的原产地、流量和运力优势，上线“新鲜战疫”服务，广州、武汉、北京、上海、天津、郑州、成都、长沙、佛山、深圳等10城联动，全力保证疫情一线生鲜产品供应。

疫情爆发以来，顺丰是为数不多能在武汉保持正常运营的物流公司。隶属于本来生活的本来鲜从疫情受灾生鲜产地采购产品，再通过顺丰直达用户家中，解决没有本来鲜门店或自提点地区居民的生鲜产品需求，并为武汉地区专门开辟下单页面，其他地区居民也可以通过

本来生活网为武汉亲友下单购买。

“新鲜战疫”产品主要是多种菜品组成的生鲜套餐，有“蔬菜包”、“猪肉包”等多种类型，未来还将上线更多单品。

目前武汉地区各小区处于全封闭状态，主要以社区团购形式来满足居民的买菜需求。2月16日~2月20日，本来鲜已将社区团购扩大至武汉数百个小区，而新上线的“新鲜战疫”服务将为当地居民带来更多保障。

据业内人士分析，本来鲜与顺丰未来有望进一步在供应链、门店与线上业务等层面进行整合。🍌

来源：国际果蔬报道



百果园暖春助农行动开启，保证品质也 不让“老实人”赔本

近日，为缓解受疫情影响导致水果滞销的困扰，国内最大的水果零售连锁企业——百果园启动了暖春助农战“疫”。2月23日，海南果农滞销的金煌芒作为助农行动的第一批水果，将在百果园华南、西南销售。百果园相关负责人表示，百果园始终坚持品质先行，疫情期间高于市场平均收购价进行采购，不让对品质有追求的“老实人”赔本，努力帮助果农减少库存同时增加收入。

海南芒果滞销，百果园“采营销”联动助农

每年2月到5月是海南芒果的畅销季，但今年与以往大不同。海南乐东黎族自治县的果农很苦恼，上千亩的芒果因为疫情卖不出去，只能开始烂在地里。

“今年的芒果产量偏高，本来很开心，以为会有一个好的收成。但突如其来的疫情，导致人们无法外出，没有果商过来采购。眼看大量芒果将成熟在树上，每天都非常焦虑”，海南的一位果农表示。

疫情之下，人手奇缺，交通不畅，运输渠道受阻，许多当季水果遭受严重打击，原本不愁销路但现在没有渠道出货，开始堆积成山。

百果园相关负责人表示：“我们一直关注疫情发展，意识到特殊时期水果的出货压力会

很大，2月中旬我们和海南供应商取得了联系，确认了海南金煌芒的滞销情况，我们内部成立了助农专项小组，联动了采购、运营、营销等多个部门共同参与，为滞销芒果打开销售通道。”

乐东产地直采，不让“老实人”赔本

乐东黎族自治县是海南著名的热带水果种植基地，当地人的经济来源主要是芒果种植和果地务工。疫情期间农产品收购价格持续走低，对于追求上乘果品质量的果农来说，低价贱卖的方式会使他们大量亏损，甚至对种植失去信心。

海南果农在对成熟的芒果进行采摘

得知情况，百果园在当地加速了收购计划，为了让果农能有个更好的收益，百果园给到的收购价高于市场平均收购价。





“自有基地收了15户，别家10户，共计收购金煌芒1000吨。”当地农户表示，“乐东产地到百果园仓库是点对点的供货模式，无需经过市场，能加快水果的流通。”

金煌芒是海南出产量最高的芒果品种，种植面积广，认知度高。百果园在当地开始助农行动后，不少农户调配周边的摘果工人过来帮忙，同时招募当地村民来采摘和包装，给周边的村民也增加了一份收入。

打通绿色通道，为消费者让出每一分实惠

百果园的助农行动直接对接产地，减少中间环节，通过产销对接还提升了商品的性价比。

据悉，在疫情期间，百果园全线下调商品定价，整体下调幅度约10%左右，保障顾客消费的性价比。以海南的小金煌芒为例，百果园门店的让利幅度高达30%-40%。

百果园相关负责人表示：“我们正在对接全国农产品滞销信息，对接各地农产品产区的政府和企业，对符合百果园采购标准的，我们将优先采购、定向采购，同时结合线上线下两端的营销能力，确保滞销的水果实现快采快销。”

百果园门店开始销售海南滞销芒果

疫情发展至今，作为民生企业，百果园在武汉的许多门店一直在坚持营业，全国其他地区的4000多家门店也在正常营业，以保障水果新鲜供给，稳定市场价格，满足顾客所需。

此外，为了让消费更安心，百果园还全面启动了“无接触”购买及配送，让顾客更多一份保障。此次，百果园开启助农行动，一方面帮助农户打通销路，降低损失。另一方面，也是为了满足消费者对水果生鲜商品稳定、新鲜的供给需求。🍌



鲜丰水果缓解海南滞销难题

鲜丰水果率先采购滞销水果，缓解海南燃眉之急

连日来，受新型冠状病毒肺炎疫情的影响，海南部分市县出现不同程度的水果滞销现象。协会常务理事单位鲜丰水果第一时间组织团队前往采购，1月以来已经收购2500吨，计划采购7000吨水果，率先缓解海南水果滞销的燃眉之急。

春节前，驻扎在海南的鲜丰水果团队就关注到当地水果的滞销问题，鲜丰水果计划本年产季在海南采购7000吨水果，包括西瓜、哈密瓜、千禧番茄、芒果和菠萝等品种。

一方面为缓解海南水果滞销，另一方面保证高效保鲜运输，芒果采购上，鲜丰水果坚持精细包装呵护，从海南芒果枝头到达全国零售终端控制在60小时之内，大量发货的同时，保证芒果新鲜品质。

据鲜丰水果负责人杨有恒介绍，由于春节复工难，给鲜丰水果的采购团队带来一定困难，为了解决人工不足问题，他们拉长战线，日出而作，日落而息。春节过后，采购团队全体人员从早到晚，忙碌不停。

早晨5点出发，去镇上过磅、在地里选瓜、组织工人采摘、套网、装箱，联系物流运输，到发货，晚上10点才结束一天的工作。

由于疫情的影响，各地封路，加上春节复工难，物流运输更是难上加难。在物流车辆无法满足市场需求的情况下，涨价成为一种常态。据杨有恒介绍，去年正月十五一车装载25吨的货车，从海南到浙江，价格大约在18000-20000之间，现在一车价格涨到23000以上。各地区封道，实际运输过程中面临重重障碍，路上防疫卡口较多，加上仓库人力不足，卸货时间增加，成本大大提升。

即使从海南运输水果实属不易，鲜丰水果采购团队仍然坚持平价收购，克服重重困难发往各地。一定程度上缓解海南水果滞销问题，尽力帮助农民渡过难关。

鲜丰水果助农扶贫，促进产业健康发展

鲜丰水果股份有限公司是一家集新零售、智慧冷链物流和供应链B2B平台的全球化企业。通过把产地新鲜水果运输到全国2000家水果连锁门店，实现产地直供，新鲜到店，让顾客吃到更新鲜、更好吃、更安全的水果。

作为农业产业化国家重点龙头企业，鲜丰水果积极承担更大的社会责任。在海南通过基地+农户模式建立稳定的利益联结机制，帮助当地农民脱贫，通过全产业链供应合作模式促进当地水果产业健康发展。🍌



鲜丰水果为浙江援鄂医疗队家属送温暖

“妈妈，爸爸会怎么样？”

“爸爸会好好的，放心儿子。”

这是八岁的小轩在爸爸出征武汉第二天和妈妈的对话。小轩的父亲是浙江第三批紧急医疗队的医生，已经在汉抗疫快一个月。浙江省先后派出六批援鄂医疗队，已派出援鄂医务人员 1990 人。

为了让一线抗疫天使无后顾之忧，拱墅团区委联合鲜丰水果等爱心企业的力量，为援鄂医务人员家庭量身定制服务内容，推出“暖心十条”，从健康防护、后勤保障、文化生活、亲子教育等方面服务。

作为此次活动的重要参与者，鲜丰水果为浙江援鄂医务人员家庭送上一份温暖心意。

脆心甜富士、冰糖蜜梨、福沃柑、进口蕉……这些新鲜水果由鲜丰水果产品团队精心搭配，让援鄂医务人员家庭能够感受到鲜丰的温暖和关怀。

在疫情爆发时，鲜丰水果第一时间向武汉捐赠 100 吨新鲜水果，并持续为抗疫一线的援鄂医疗队医生配送水果。如今，再次向援鄂医疗队的家属送去爱心。

3 月 4 日，鲜丰水果陆续为浙江援鄂医务人员家庭送上新鲜水果。

在祥符街道北星社区，援鄂医生周三军、钟易（化名）的家庭成员与鲜丰水果交流了目前的生活状况，对社会各界的关心表达感谢。

据两位家属介绍，周三军、钟易（化名）同属于第三批紧急医疗队，2 月 9 日出发到达武汉，整建制接管同济医院光谷院区重症病区，



立即开展重症病人救治。

谈到丈夫对家庭的影响，周三军医生的夫人马瑞英说，“儿子非常想念老爸，丈夫刚去武汉的第一天，儿子晚上偷偷哭了。第二天问我，爸爸‘会不会感染’，我告诉他爸爸不会感染，万一感染了也有很多叔叔阿姨会救他，儿子才放心”。现在周三军医生有空就和儿子视频，关心他的成长。

钟易（化名）医生的夫人晓燕（化名），是一对可爱女儿的妈妈，大女儿 6 岁，小女儿 2 岁。大女儿经常问爸爸“治好了几个病人呀”，小女儿正在学牙牙学语，每次视频就粘着爸爸多讲几句话。晓燕表示，丈夫是家里的主心骨，全家人都很想念他。问到何时能见到丈夫时，她说“快了，时间过得很快，武汉也变得越来越好”。

鲜丰水果耿雨薇把新鲜水果交给两位家属的手中，她说，“我是土生土长的武汉人，自己的亲人也在武汉，非常感恩援鄂医生对武汉的贡献，盼望着援鄂医疗队早日平安凯旋。同时也希望出一份力，请一线抗疫天使放心，我们会照顾好您后方的家人。”



陕西白水联合百果园向湖北捐赠 21 吨 白水苹果及食品



“白水苹果”不仅以肉美色艳、酸甜适中、香脆可口深受消费者喜爱，更是全国唯一以县名注册的苹果商标，已经多次获评“中华名果”、“绿色食品”、“黄土高原上的明珠”等殊荣，是不可多得的果类佳品。对奋战在疫情一线的工作者来说，苹果是不错的补给果品之一，营养丰富，也方便食用。

白水县苹果产业联合会会长李玉习表示，“全国许多的医务工作者都在湖北奋战，白水县人民对此

近日，陕西渭南市白水县携手百果园，向湖北武汉及周边城市的 21 家医院、10 家社区，捐赠了 21 吨白水苹果及苹果醋饮等食品。

这批物资由白水县 44 家白水苹果从业企业共同筹集，在白水县苹果产业联合会等协助下于日前抵达百果园武汉仓配中心，现已全部送至抗疫一线的医护人员等工作者手中。据了解，受捐社区陆续还将水果分发给困难群众以及孤寡老人。

白水县是陕西省的果业大县，刚刚实现脱贫摘帽。从果品特性看，白水县的气候、土壤和地理位置等均是国内外专家公认的苹果最佳优生区，也是全国最早命名的“中国苹果之乡”。

十分关切和牵挂，这些果品是我们的一点心意！湖北加油！中国加油！”

据悉，自大年除夕以来，百果园内部就捐助抗疫一线，专门成立了“春暖花开项目组”专项推进和落实，并联合生态圈的伙伴持续不断地向武汉及周边地市抗疫一线进行捐助支援，先后捐赠医疗物资、水果物资等达 30 次以上，总价值超过 500 万元。

百果园“春暖花开项目组”负责人左拉表示，考虑到水果的贮存和口感，在进行果品捐赠时，百果园会安排武汉仓配中心或门店直接送达一线，减少中间环节，让一线的工作者能够品尝到新鲜、好吃又营养的水果。🍏

48小时达！东港草莓携百果园向 多支援鄂医疗队捐赠草莓

日前，北方草莓“重镇”丹东市东港市携手百果园，向援助湖北的多支医疗队捐赠10000多盒新鲜草莓。

本次捐助覆盖40多个医疗队和医疗机构，包括辽宁雷神山医疗队、辽宁首批医疗队、辽宁重症医疗队、浙江第二批医疗队、北京协和赴鄂支援医疗队、江苏省医疗团队等，总人数达8900多人。截至发稿，该批草莓已通过百果园武汉仓配中心尽数送至一线医护人员手中。

当收到这份独立分装的草莓后，支援雷神山医院的辽宁省丹东凤城市中医医院的崔丽颖护士兴奋地说，“草莓好甜，有家乡的味道！感谢“娘家人”千里送草莓，真的被暖到了。”

本次捐赠由东港市草莓协会发起，东

港多家草莓从业企业早就选好了优质果待采摘，但苦于对接武汉一线和草莓配送等多个难题，一直找不到承接落地的单位。幸而协会会长马廷东联系上百果园董事长余惠勇，得到了百果园的全力爱心支持，这才通过全程冷链运输以及百果园武汉品控配送团队的保质且精准性的送达，实现了让在湖北的医护人员48小时内品尝到东港鲜草莓的小小“奇迹”。

“向一线定点捐赠草莓行动，是我们目前为止捐赠行动中挑战最大的一个。无论是果品极不耐储也不耐运特性，还是捐赠的紧迫性等都在考验着我们的系统响应能力！幸而，在多方共同的努力下，我们最终高效、完美地达成了。”百果园“春暖花开项目组”相关负责人感慨道。🍓



疫情中的“危”、“机”考验

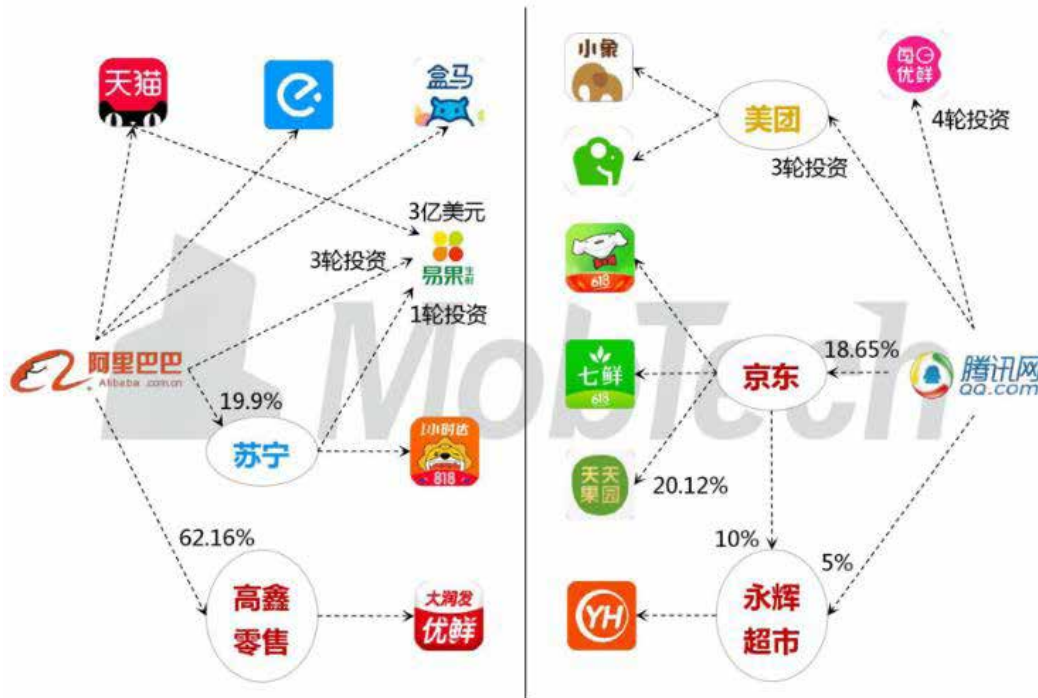
——生鲜电商2020年发展趋势研究报告 人民网新电商研究院

2020开年以来，新冠肺炎疫情牵动影响全国，疫情期间“线上下单、生鲜到家”的安全性和便利性，让广大消费者充分感知生鲜零售平台所提供的服务价值，生鲜电商迎来强劲发展。

从2005年易果网上线，生鲜品类首次触网至今，生鲜电商已发展了十五年。这期间历经野蛮生长、行业洗牌、巨头入场，从早期区域垂直生鲜平台到现今前置仓和社区拼团领跑，生鲜电商已获千亿资金支持，各种创新商业模式加速更迭。2014至2018年间，中国生鲜电商交易增速可观，吸引了众多综合电商平台和垂直电商平台涉及生鲜业务，但生鲜标准难统一、易损耗、毛利低、供应链长，消费者线上购买习惯一直未养成，大量中小型生鲜电商倒闭、被并购，行业起伏震荡加速洗牌，用户和资金更加向头部集中，每日优鲜、易果生鲜、本来生活等垂直生鲜电商在巨额融资的帮助下快速深耕，建立起了上下游供应链和配送服务。2016年的“倒闭潮”，使得资本对行业的投资开始减缓，平台大额优惠补贴不再，众多生鲜电商不得

不开源节流，设法吸引更多用户，开辟更多消费场景，开始从线上向线下延展，阿里自建生鲜渠道及并购投资控股，进入全国扩张，2016年旗下盒马鲜生全面启动运营；腾讯系则主要通过与京东、美团、永辉合作参与生鲜电商布局。

2019年，行业竞争进一步加剧，十几家生鲜电商企业由于融资能力不足等原因退出市场，行业渗透率与发展规模并不相匹。据艾媒咨询数据，2018年生鲜电商MAU为262.2万，渗透率为3.4%，相比于综合电商3.7亿MAU和70.3%的渗透率，生鲜电商渗透率则不足5%。值得注意的是生鲜电商的市场规模年年攀升，相关数据显示，2015年，生鲜电商市场规模突破500亿元，2018年市场交易规模达2103.2亿元，2020年我国生鲜电商行业市场交易总额预计有望突破3000亿元。生鲜电商从互联网新生代的闯入、进击，到大公司参与角逐，各路模式孵化，再到近期突如其来的新冠疫情对行业的拉动，可见生鲜电商行业市场高频刚需、发展空间巨大，异军突起中面临“危”、“机”考验。



Source : Mob研究院

(阿里、腾讯生鲜电商布局一览图片来源 Mob 研究院)

一、疫情下生鲜电商的突击大考

1、触网“到家”订单激增，主动探索适配新模式

新冠病毒疫情影响下，农贸市场暂停服务，消费者居家隔离防控病毒，超市和网购的“到家”服务成为消费者首选，生鲜平台及商超线上销售激增，“送货到家”业务获得前所未有的关注和井喷式增长，平台及企业积极储备物资，线下商超实体通过运营 APP、开通自营微信小程序、与多方积极合作等方式快速拓展线上入口，触网“到家”业务。第三方平台服务商主要有京东到家、多点、淘鲜达、有赞等，为实体商超开放更多的线上购买入口。

京东到家提供的消费数据显示，自抗击疫情至今（1月27日-2月13日）：京东到家平台总体销售额同比增长450%，粮油副食同比增长540%、肉品同比增长1080%、休闲食品增长420%、蔬菜增长800%、水果增长350%，超市商品销售额同比去年春节增长600%，医药产品增长430%。

与此同时，生鲜电商春节期间订单也同比大幅增长。据苏宁易购集团副总裁顾伟介绍，苏宁菜场的“到店模式”在疫情期间迅速突显，全国销售增长达650%，社区用户生鲜购买需求上涨明显。环比12月同期，大份量大白菜、土豆等菜品畅销，



果品经济信息

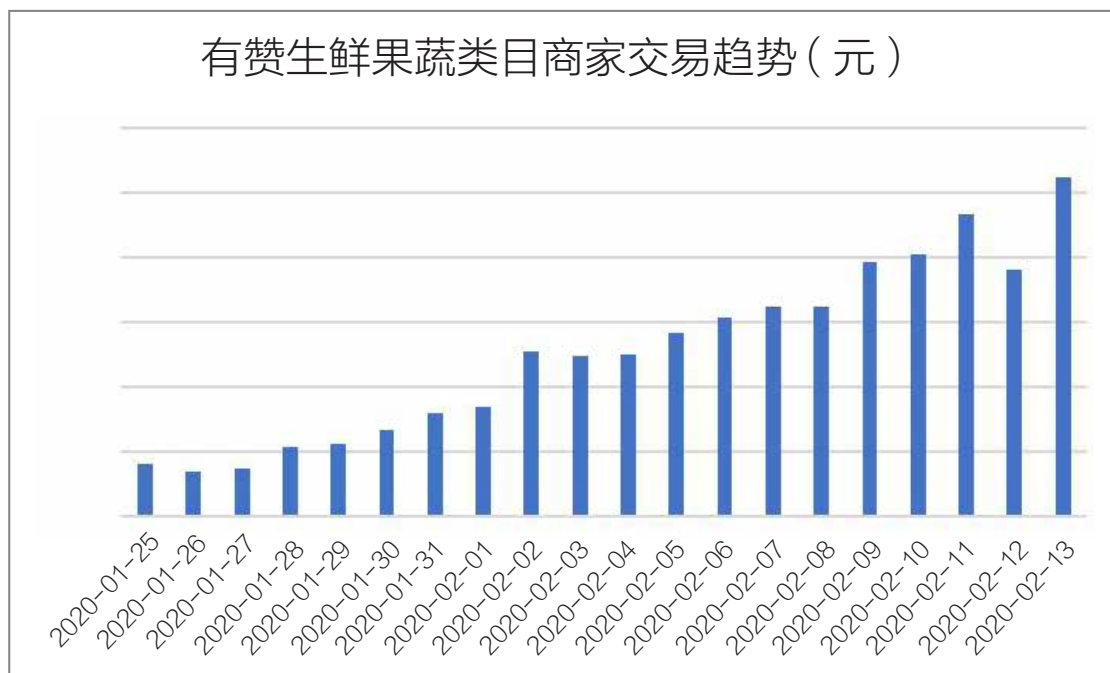
重现冬储性消费趋势。在南京，菜场业务最高单店增长10倍。2月1日，南京冷链仓运输加工菜品近3万件，热销前十商品全为绿叶蔬菜。在上海，1月23日至2月3日的苏宁菜场订单量增长8倍。近10天，生鲜销售明显增多，精选青虾仁作为上新生鲜，累计订单量已达3000件。

每日优鲜除夕至正月初四，平台实收交易额较去年同期增长321%，春节七天总销量突破4000万件，目前每日优鲜的蔬菜供应量，已经增长到每天一千吨，在之前则是每天五百吨，鸡蛋日均达一百万枚；叮咚买菜春节期间每日订单量同比上月增长超过300%，今年春节7天市民下单量将突破400万单。春节期间，美团买菜在北京地区的日订单量达到了节前单量的2-3倍；多点Dmall到店到家全渠道单量同比

2019年同期增长89%，整体销售额达到42亿元，同比增长132%。

另据拼多多提供数据显示，自1月以来，拼多多平台的食品生鲜需求持续旺盛。以苹果、脐橙、草莓、樱桃、猕猴桃为代表的水果订单量较去年同期涨幅超过120%，米面粮油、肉禽蛋类和新鲜蔬菜的订单量，则均较去年同期上涨超140%。

同时，线下实体商超结合线上入口开放业绩突出，家乐福全国各地民生商品，特别是肉菜蛋奶均提高3至6倍的日订量；全国连锁超市大润发，门店蔬菜正常日采购量为40吨左右，为保障疫情时期的供应，日采购量已达100吨以上，门店商品采购量已达去年同期四至五倍。永辉超市等根据平日供应量的2到5倍进行物资储备。



(2020年1月25日~2020年2月13日期间，有赞生鲜果蔬类目交易额趋势)

步步高在大年初六就正式上线“小步到家”服务，首批覆盖湖南长沙西区 27 个社区，上线一小时，就突破了 1000 单。另外，第三方 TOB 电商平台也有不俗的增长业绩，有赞的生鲜果蔬类目商家在 1~2 月份期间的交易额持续保持上涨趋势，相比去年同期同比上涨 65.9%。

随着抗击疫情的全面深入，多家生鲜平台都在第一时间推出“无接触配送”服务，严格把控配送第一关，为抗击疫情拓展渠道、贡献力量。苏宁菜场、京东生鲜、盒马鲜生、每日优鲜、食行生鲜、本来生活、永辉生活、多点 Dmall、达达集团等生鲜电商及配送平台纷纷采取措施，应对线上订单配送和货源压力保障。阿里、苏宁“无接触式配送”服务在全国上线；每日优鲜在所覆盖城市设立“无接触配送存放点”，为社区免费安装货架；京东无接触快递服务包括自提柜、便民服务点、无人车配送、指定地点存放、物业代收、保安室代收、社区配送 Mini 站等，此类送货上门将物品放于指定地点的方式，避免接触，减少了病毒传染的可能性。

2、渠道变革“免费”获客，从需求侧催生新产业链

如今，因新冠病毒疫情产生的现实需求，改变着人们的消费习惯，加速生鲜渠道变革，有望成为推动生鲜电商发展的重要动力。

拼多多、京东 7FRESH、有赞等相关负责人对人民网新电商研究院表示，疫情期间生鲜电商的民生保障和支撑作用，会

让更多消费者习惯和信赖这种零售模式，以往很大一部分消费者买菜首选超市，并没有在线买菜的习惯，也没有用过线上购物平台；疫情爆发后，很多人不仅同时注册了四五家平台，还付费成为月度会员。尤其是很多老年人也开始转变观念，让儿女帮忙在网上下单，送菜到小区门口。此类用户带动的平台日活，一向被视为衡量生鲜电商用户粘性的重要指标。越来越多的“宅家”消费者，选择在线上进行一站式购齐生鲜蔬果等生活必需品，平台均感受到“短期内免费催生大批新用户”的福利，极大地推动了生鲜电商的发展和成长。Mob 研究院数据显示：“2 月初盒马鲜生日新增用户规模近 5 万，叮咚到家日新增达到 4 万+，全民买菜习惯将进一步向线上转移，且消费者的习惯也进一步沉淀，这对众平台而言是一个很重要的转折点。”

北京工商大学经济学院院长倪国华教授认为：“新冠病毒疫情会带来消费者偏好的一次变革，会分化出一批更注重健康的高支付意愿群体，他们愿意支付更高的价格，为更安全的供应链买单，获得更放心的食品，而且这种消费者偏好一旦形成



Mob 研究院图：四大线上买菜平台日新增用户规模走势



果品经济信息

将会持续下去。高支付意愿的消费者对更安全可控及可溯源的生鲜产品的需求，会催生出新的产业链，能抓住机会的商家，就能实现跨越式发展。最终会形成什么样的供应链模式，还需要市场不断的磨合和震荡。”

3、驰援武汉战“疫”保供，奋力搭建供需两端坚实桥梁

疫情当前，线上生鲜对人民群众的生活提供保障，大多数电商、物流没有趁机涨价，还纷纷出台相关举措协助防疫战疫工作。疫情初期，生鲜电商平台商品一度被抢购，出现了订单暴增、配送负载、商品缺货等问题，各平台积极推出应对举措，例如成立应急响应小组并升级前置仓消毒和测温措施、针对上涨的商品供应需求加紧备货、加大补货量保供应等，全方位稳住市民的“菜篮子”。2月2日，达达集团宣布正式启动“到家新鲜菜场”项目，重点保障每日7-10点京东到家平台生鲜类商品供应充分、价格稳定、配送及时。京东到家积极沟通具备商品供应优势的商家，补充门店拣货人员调配，加强新鲜蔬菜及生鲜商品的上线售卖，从增加商家供应、丰富蔬菜品类、优化拣货流程、加强运力保障等环节，确保各类新鲜蔬果、肉禽蛋奶、方便食品的线上货源充足，目前已有沃尔玛、永辉、步步高、永旺、绿地优选、七鲜超市、世纪联华、卜蜂莲花等近40家连锁商超，以及钱大妈、生鲜传奇等16家社区生鲜连锁及菜市场，作为首批商家加入该项目。

盒马、京东7FRESH、苏宁、永辉等在春节期间实施“不打烊，不涨价”的服务政策。苏宁集团的苏宁小店、家乐福，发挥在场景和供应链上的优势，线上互联网以及门店O2O在渠道上的优势，在疫情期间成为助力抗疫保供的重要支点，发挥了一线支援保供的重要力量。总结其经验，一是，聚焦家乐福的线上线下销售。通过家乐福和快消联动发展，在特殊时期，发挥家乐福供应链及末端市场影响力，保障民生产品的供给和配送。二是，聚焦苏宁易购的自营优势、服务消费者。充分利用自营供应链、自营物流的优势，在货源保障以及物流时效上最大程度服务消费者，为更广大消费者提供正品、专业、更有时效性的产品服务。三是，聚焦店面互联网的发展和离店销售方式的创新。积极突破传统门店经营的思路，充分调动线下产业的主观能动性，因时制宜，让消费者在家也可感受双线零售场景的服务优势。四是，聚焦特殊时期的服务质量，发挥苏宁的服务优势。进一步加强对终端人员的防护措施，凸显服务质量。苏宁小店作为消费者最后一公里的重要支点，是服务中最重要的一环，苏宁把小店对社区的服务保障落到实处，足于社区，发挥菜篮子作用的同时，突出苏宁小店“鲜省近全”的服务优势，全方位保障社区居民的全场景服务。

在这场对抗疫情的“战斗”中，各电商平台勇挑重担、积极参与，充分发挥各自在货源、渠道、物流、仓配等方面的优势，以各种形式给予各地关注、捐赠以及驰援。

阿里、腾讯、京东等电商企业在第一时间纷纷设立医疗物资供给专项基金、提供大量口罩、防护服、消毒液等医疗救援物资。在针对疫情和受疫情影响严重地区多方联动，设立抗疫基金，支援湖北地区开启“点对点捐赠”的物资救援项目。在抗疫助农保供应方面，平台为供需两端的农产品生产制造人和城镇消费居民建起有效对接桥梁，帮助农民在特殊时期减少损失，解决农产品滞销难题，努力满足城镇消费购买农产品和食品的需求，减轻了外出购物带来的防疫压力，同时致力于保障生鲜产业链的顺利有效运行，助推经济复苏。

阿里巴巴于2020年2月6日全面启动“爱心助农”计划，搭建“爱心助农”平台，旗下淘宝、天猫、盒马、饿了么、菜鸟、聚划算、数字农业事业部等涉农业务，合力打通线上线下农产品销售的全域网络，在助力滞销农产品触网“突围”的同时，加速农产品的数字化、产业化发展。京东于2月10日发布“告全国农人书”，开通“全国生鲜产品绿色通道”，全面倾斜物流、运营、供应链、推广等核心优势资源，助力滞销生鲜农货实现顺利上行，让更多消费者及时快速享用到更多优质生鲜产品。拼多多将抗击疫情行动作为公司阶段性核心战略，并宣布启动“三保行动”，要求平台业务线人员不遗余力确保“价格稳定、质量可靠、供应有序”，解决农产品滞销困境，为打赢疫情防控战贡献应有之力。针对消费者需求拼多多上线抗疫情专用频道，超过6亿元专项资金补贴口罩、体温

计等产品。针对受疫情影响的商家推出10亿商家补贴，助力商品供给，开辟“抗疫农货”专区，专项采购百亿贫困地区农产品，覆盖400个农产区230多个贫困县，平台开设的“抗疫开拼，爱心助农”直播，帮助贫困地区和部分农产区解决特殊时期的农产品滞销问题，并在“抗疫助农专区”新增“农产品滞销信息反馈入口”，向全社会征集滞销农产品信息，提供3亿元农资补贴基金，推动农资下乡“保春耕”，开启“农货产销对接”活动。

二、聚焦痛点，是机遇也是挑战

1、疫情带来的打击和变革

新冠病毒疫情发生后，餐饮、娱乐、服饰等非刚需品类的消费需求有所下滑，米面粮油、肉禽果蔬等基本民生保障类消费大比例攀升。受疫情影响，许多原本偏爱线下购物的人群，开始尝试配送上门服务，民生商品即时送货上门成为“刚需”。预计疫情过后，线下实体、线上生鲜，会有明显回落分化，需要投入持续有效运营将已经获得的客户转化为线上黏性、高频用户。

疫情在短期内放大了线上平台的爆发式需求，但长期看来，因为对上游生产带来一定影响，对于电商平台的发展同样产生影响。从宏观看来，互联网嫁接于农业、制造业、交通运输业、金融业等多个载体，电商的发展离不开各行各业的支持，电商的发展是和线下和其他行业互促互进的。拼多多在疫情期间推出了包括10亿商家补贴、物流补贴、抗疫农货专区等多个密集



果品经济信息

的专项行动，希望能够携手平台商家共渡难关。苏宁集团在应对这次疫情的冲击中反应速度较之以往更快，应对机制灵活，应对手段丰富，达到整体社会资源协同，全方位赋能合作伙伴，帮助平台商家减压纾困。

面对挑战，需要政府和平台多方协作，充分释放使用多重优惠政策，减压扶持线上线下商户；发挥科技布局优势，推出多重智能工具支持政策；安排紧急专项资金，开辟绿色通道服务更多企业和受众。这次疫情也是一次对公司组织能力、文化和凝聚力、协同突破创新力及各环节、各流程实力的考验，企业平台面对突发问题时的适应调整力、趋势判断力、价值观念导向会因为各种原因拉开差距，在困难中能形成向心力、凝聚力，合力向前真正创造好产品、好服务的平台和企业，会获得更快恢复和更好发展。

2、员工的安全问题和“人才共享”计划

此次疫情中“无接触配送”受到肯定和瞩目，目前平台及企业对员工的保障及福利措施普遍及时到位。苏宁集团在线下门店第一时间完成大范围严格消毒工作，为员工配备口罩和清洁卫生用品，严格执行清洁消毒和检查，对全国所有营业部每日在岗人员进行排查；京东物流为保障奋战在一线的员工安全，为其全国所有配送站，配备了充足的口罩、手套、消毒液、洗手液、防护镜、防护服、感冒药、体温枪等防护物资，保障一线小哥的送货安全，

对仓储、站点、车辆等消毒处理，制定了特殊福利政策关爱一线员工，包括为所有出勤的一线同事除正常的薪资和调休外，发放出勤特殊补贴、免费工作餐，并购买针对新型冠状病毒的相关保险全面保障员工安心上班。该环节我们看到了企业对员工对一线的关怀和责任感，各企业间可以进一步相互借鉴，在物品的种类及发放，无人车机器人等高科技使用、无接触站点建设等方面促使“无接触配送”、一线人员保障更加优化。

此外，复产复工引人关注，人员和资金是复工的核心问题。日前，工业和信息化部出台20条政策措施支持中小企业复工复产渡过难关，问题的解决需要拉动更多社会资源，除政府层面外，大企业要勇于担当，积极向社会与行业输出各自优势资源与能力。阿里、苏宁等企业面向工作受到短暂影响的人群，发布了相关“人才共享”计划，解决短期人员需求和缓解就业压力问题。据盒马介绍，2月5日1000多名上海西贝员工去盒马“临时上班”，还有来自云海肴、望湘园、蜀大侠、奈雪、探鱼等三十多家餐饮企业员工到盒马鲜生“上班”，盒马以临时外借的形式与这些企业达成人员用工合作，不仅缓解了餐饮行业受疫情影响出现的人员闲置和成本问题，而且解决了生鲜、商超生活消费行业因特殊时期需求增长而导致的人力不足问题。

苏宁物流也及时发布“人才共享”计划，面向工作受到短期影响的人群，提供各类仓内分拣、包装，社区骑手、快递配

送等工作岗位。此举释放了大量工作机会，为待业人群、歇业企业、社会整体就业、生鲜人手短缺带来积极影响。在企业内部苏宁也采用了共享策略，启动了“跨界共享员工”，在特定时期内通过不同部门、不同体系间员工的短期调配和支援，实现效率与效益双提升。从苏宁各产业调派至家乐福的员工支援队伍已达到上千名，重点支援各门店到家业务的拣配服务。措施的实施，一方面，能够保障用户体验，另一方面，可以实现苏宁生态圈内资源效益最大化。

电商平台与餐饮企业之间短期借工，实施人才共享，解决短期人员就业、调配，盘活资源，值得提倡肯定，抱团取暖既可以解决阶段性爆单问题，也可实现一定程度的资源整合，促使行业融合发展。

3、货源、交通影响下的物流运营保障

以往，春节本应是农产品的销售旺季，相比于往年今年不少产区的农产品生产和销量受到影响。从整个供应链层面，产地人手需求，运输和物流障碍，考验着生鲜行业特殊时期供应链的基本功和商品团队高效协作能力。排除万难去保证农货上行、商品供应是所有平台的共识。然而供需两端的不平衡，导致疫情初期很多平台生鲜蔬果品类不全，旺盛的需求超过了整个行业的供给量，暂时的断货、售罄脱销、无法配送、延迟或者取消送达一时间纷纷出现，有消费者每天晚上提前囤货，定好闹钟、掐好时间，提早下单抢货，进一步刺激了囤货抢购的行为。平台及企业

产业链整合运营及中后台协同建设管理问题暴露出来。

生鲜电商对此也积极应对，例如有赞所服务的商家，在疫情期间也面临着因为物流问题导致的货源供应困难，对此有赞分销平台、有赞精选、有赞客已在组织适销对路的商品货源，并在2020年2月免除口罩等疫情防控特定商品的平台服务费，积极联系物流企业协助确保电商物流正常进行。

在运营保障方面，平台首先要做好基础的运力获取和员工的安全福利保障，有足够好的防护措施，纾解大家的焦虑情绪；其次，大规模运力和特殊时期物流产业链的组织协同，需从供应链到仓配，全链条进行行业数字化深度投入。

4、“危”中窥“机”，痛点孕育商机

生鲜电商原本就存在产业链长，供应链仓储履约成本高，行业渗透率低，解决信息流、物流、资金流问题中间环节多、效率低，门店精细化运营配置难等痛点，这些一直是制约生鲜电商快速发展的顽疾。新冠病毒疫情影响下，生鲜电商在准时送达、货品保证、前后端协同供给、安全措施保障等方面压力加大，也暴露出前后端协同的困难和不足，这些都会倒逼生鲜电商进行全领域完善和提高。

危中有机，恰是考验，在接受调研的企业中，很多都坦言受到疫情的不利影响，但绝大多数企业都在重新审视自己的商业模式并做出积极调整。企业对社会最大的履责贡献，就是在任何艰难条件下都能适



果品经济信息

时调整、良好经营、有所突破，从困局中找到新的思路和切口，从“危”中窥“机”，这是优秀企业平台和创业者该有的格局、洞察和部署。

痛点孕育商机，生鲜电商需不断优化创新运营和商业模式，积极构建全产业链配置，进行全渠道资源深耕，线上和线下的相互融合能够更好地推动零售行业致远发展。

三、趋势研判、未来布局

1、可选和必选消费差异大，生鲜渠道加速变革

疫情过后，全民抢菜潮必将退却，用户的生鲜采购总量和频次大幅下降，可选消费明显回落。高需求生鲜电商平台，经历此番订单激增后，用户在体验各种线上买菜服务的过程中不断成熟，辨别出能提供最全品类、最高性价比、最便利的一两个产品和渠道，形成自己的品牌鉴别能力和忠诚度，从而加速行业洗牌，使得资源和用户趋向更加优质的头部集中。

渠道产业变革方面，如果疫情持续时间长，可能会推动工业品上行。倪国华教授指出：“我国制造业总体处于国际产业链中游，上游的技术密集型产业正在成为发达国家吸引回流的对象，而下游的劳动密集型产业正在向劳动力成本更低的发展中国家转移。如果疫情持续时间长，影响到中国对国际产业链的供给，很可能造成产业链两端加速撤离的状态。这可能会导致劳动力回流农村，实现制造业外部产

能的内部消化，以及中西部城镇、村镇地区的再工业化，这将会重构中国的制造业版图，并推动村镇工业品上行，电商企业在此类重构中将会发挥更大作用。”

2、线上、到家消费需求促使商超服务进一步规范，催生新的产业链和模式

用户通过线上采购生鲜的行为习惯的留存，将倒逼线下商超便利店进一步线上化，考验企业全品类供应链能力，竞争和淘汰也会因此加剧，与此同时用户会更加成熟和高要求，高支付意愿的消费者愿意为质量有保障的供应链买单。“社区支持农业直送”“现摘现售及时到家”等新模式和服务，会从需求侧催生新的产业链，加速零售企业的“全渠道”发展速度，传统零售企业将更加重视线上渠道的开拓，全渠道聚合业务平台及全渠道履约方案可为零售企业带来助力，消费者偏好的变动会带动电商领域的新发展，品牌化认知度聚集提高，为企业提供新的发展机会。

3、考验运营能力，倒逼服务提升

在我国，生鲜源头供给侧，不容易标准化、工业化是生鲜行业与其他零售行业最大的不同之处，生鲜的本质是零售，遵循零售全链条供应链效率来应对最广泛用户场景需求的发展逻辑，平台积极有效的物资储备、人员保障、全链路拓展打通、更多的线上入口及场景等模式创新，是为发展之道。目前我们看到，很多垂直生鲜电商例如每日优鲜等，已开始全品类布局。此外疫情期间，方便类食品品类迎来一波新增长，需要食品产业链的完善与提效、

食品加工能力的提升，来支持该品类的迭代升级，调集各路供应链的供给食材，加工、封装，以及冻干冷链全流程工艺的广泛应用覆盖，也将是未来发展的入口之一。与此同时，健康意识深入人心，会拉动健康食材的需求增长，推动短期保鲜、冰冻冷鲜、长期优鲜等品类的全链路发展。值得一提的是：此次餐饮企业的线上能力或有望普遍提升，比如西贝的多渠道经营能力、直达消费者的能力已有所触动、突破，既能卖成品，又有半成品，依托后台的供应链卖加工生鲜菜肉和预制品，通过自有流量及终端直达消费者，正在从另一层面加速生鲜电商行业的竞争和布局。

日趋集中的生鲜电商平台，想要持续赢得用户、不断发展壮大，不可避免地需要大规模扩充品类、拓展渠道、升级全产业链路及供应能力，变成一个能满足家庭日常生活消费全场景的全品类高品质服务平台，而不只局限于生鲜。这种供应链拓展匹配及应用实施的能力对于任何一类零售平台都是很大的挑战。

4、科技结合场景，支撑核心竞争力打造

生鲜行业的产业链普遍较长，降低成本是行业盈利的重点所在。目前中国生鲜电商行业已形成垂直类平台、综合类平台、O2O类平台、社区类平台及创新类平台等发展模式。根据商品定位、配送方式、消费场景的区别，我们将生鲜电商划分为到店及社区模式、到家模式及传统模式、到家+到店一体化模式。目前来看，前置仓

模式和到店+到家模式领跑市场，发展形势最好；社区模式主要在二三线城市扩展，未来有一席之地；而传统电商模式在生鲜领域已逐渐落伍。无论是到家模式还是仓店一体模式，本质上都是为满足生鲜购买的便利性及性价比需求，盈利的关键在于解决主营产品毛利率偏低损耗率偏高的生鲜品类与租金、物流、人员成本攀升的矛盾。因此拥有生鲜商品运营管理能力和智能化中后台技术的企业有望获得更高的盈利水平。

同时，线上与线下结合的创新模式也将进一步扩展，社区拼团模式将成为新的切入点，例如京东在疫情期间其全国门店快速推出“小七拼”服务等。未来平台及商家应聚焦在运营管理能力和智能化中后台技术打造，进一步提升供应链升级建设，促进渠道成本降低；开拓有效的盈利创新模式，依托科技手段拓展匹配新模式新场景，大力发展智慧零售模式，用数字化推动企业转型升级，实现在零售业的多线布局。

5、一线人员及新农人，应给予关注肯定

快递员、配送员工作虽平凡，但经此一“疫”，更加体现出一线人员的价值，社会和平台应给予更多关怀。短期来说企业应投资为一线工作人员购买装备，提供安全的工作环境和提高工资待遇。长远来看，制造业岗位回流到中西部农村，尤其是有一定技能的劳动力，他们会带动催生产业重组，平台可以打造一些特殊的供应链流程体系，为回流农村的劳动力重新提



果品经济信息

供生存和发展机会。全方位提升企业服务和更多可利用和拓展的场景，这些对平台和企业来说也是重要的发展契机。

在此我们呼吁平台努力拓宽思路，通过持续创新的模式和技术应用，引领中国零售体系的变革，不断降低社会资源的损耗，为用户创造价值的同时，有效推动农业和制造业向好发展。

6、经济及宏观战略层面助力行业持久发展

在众多行业受到疫情影响的情况下，线上生鲜获得发展机遇，此次疫情考验着生鲜电商的前端时效性，也暴露出后端协同的痛点问题，目前生鲜电商行业仍面临产品非标化、品控难、产品损耗率高、触达渗透成本高，在面对重大社会问题时，应对能力也需全面加强。

在政府和投融资机构助力引导行业发展方面，如何更好帮助扶持，使企业走得更稳更长久，很多平台也发出了他们的呼声：希望各行各业能够将力量集结起来，平台端已经看到消费者需求的变化，并且越来越关注农户、生产端遇到的问题和困难，希望宏观战略层面给予政策、大数据、技术、金融等方面的支持，帮助农产品上行和渠道下沉。我们也希望平台自身可以开放这些资源和能力，和政府、相关机构多方一起推动生鲜零售行业全渠道发展。例如，在生鲜发展方面，多注重国内农产品产业化、标准化、品牌化的高品质发展，做到有效供给、精准匹配、高品质满足。国内生鲜市场潜力巨大，该领域也是帮助

农货上行，解决供需对称的重要手段。在农业农村部及有关部门的指导下，平台要更多参与到大规模、涉及全国各主要农产区的新冷链物流建设工作中。

未来，随着大众逐渐接受线上购买生鲜的观念，生鲜电商市场规模将进一步扩大，生鲜产品的仓储管理也需要引进新的技术和模式，进一步完善。

我们相信，人民对美好生活的向往将激发出巨大的内需潜力，中国的消费升级正在给全世界带来机遇。当前，中国仍然是世界最大的消费市场之一，巨大的市场意味着巨大的机遇。消费升级、分层以及下沉市场等一系列的消费新趋势正不断涌现，随着农村市场的崛起、中等收入人群规模的不断扩大，以及受到不同年龄、不同地域、不同文化群体的消费差异影响，消费分级现象将愈加明显，消费网状化特征也会逐渐成为常态，这将进一步推动服务业态的升级以及新渠道的涌现。

这次新冠病毒疫情对我国一季度的经济活动会造成一定影响，但在疫情得到控制之后，经济必将快速回归稳增长轨道，前期推迟的消费和投资会有所释放，中国的经济会出现补偿性恢复。疫情对中国经济的影响只是暂时的、阶段性的，不会改变中国经济长期向好、高质量增长的基本面。在此期间催生的一批新模式、新业态、新经济，会进一步加速线上线下融合服务形式，生鲜电商行业将迎来新的发展。🍌

来源：人民网新电商研究院
任尚平、李弘毅、尹峥、李明亮

2019 年全年中国社会消费现状分析

——总零售规模增速放缓、网上零售突破 10 万亿元

1、总零售规模增速放缓

2020 年 1 月 17 日，国家统计局发布 2019 年社会消费品零售数据，本文将对其主要数据进行解读分析。据国家统计局统计数据显示，2014 年以来，随着我国居民人均收入水平的持续提升，消费者消费能力和消费意愿均有增长。2019 年，我国社会消费品零售总额 411649 亿元，比上年名义增长 8.0%(扣除价格因素实际增长 6.0%)。其中，除汽车以外的消费品零售额 372260 亿元，增长 9.0%。整体消费品零售规模虽持续提升，但受国内宏观经济发展影响，增速进一步放缓。

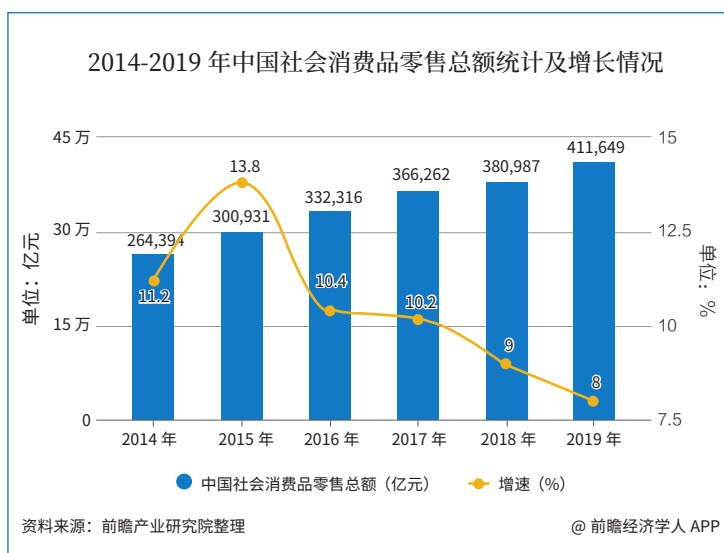
按经营单位所在地分，2019 年我国城镇消费品零售额 351317 亿元，比上年增长 7.9%，占总消费品零售额的 85.34%;乡村消费品零售额 60332 亿元，比上年增长 9.0%，占总消费品零售额的 14.66%。

按消费类型分，2019 年我国餐饮收入 46721 亿元，比上年增长 9.4%，占总消费品零售额的 11.35%;商品零售 364928 亿元，比上年增长 7.9%，占总消费品零售额的 88.65%。

2、中国网上零售仍高速增长

近年来，随着互联网覆盖面的持续提升以及我国消费者年龄结构的变化，再加上 618、双十一、双十二等各大网购活动的推广，我国网上消费零售额增长迅速，2014 年，全国网上零售额仅 27898 亿元，到 2019 年，全国网上零售额已增长至 106324 亿元，比上年增长 16.5%。

其中，实物商品网上零售额也是发展迅速，据国家统计局发布数据显示，2015 年，我国实物商品网上零售额为 32424 亿元，随后几年仍保持 20% 以上增速高速发展，2019 年，全



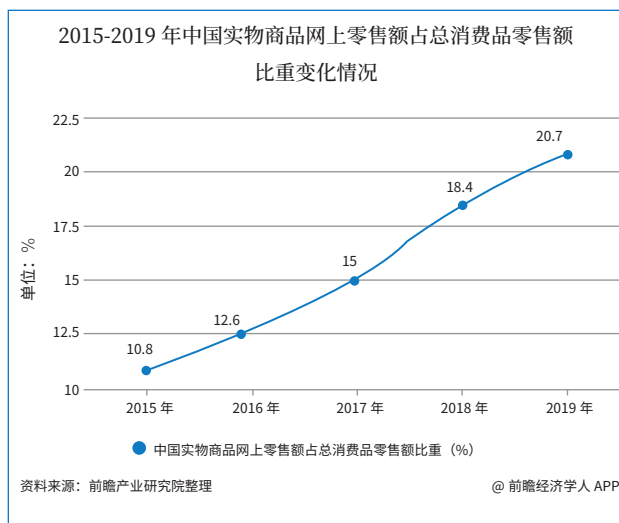
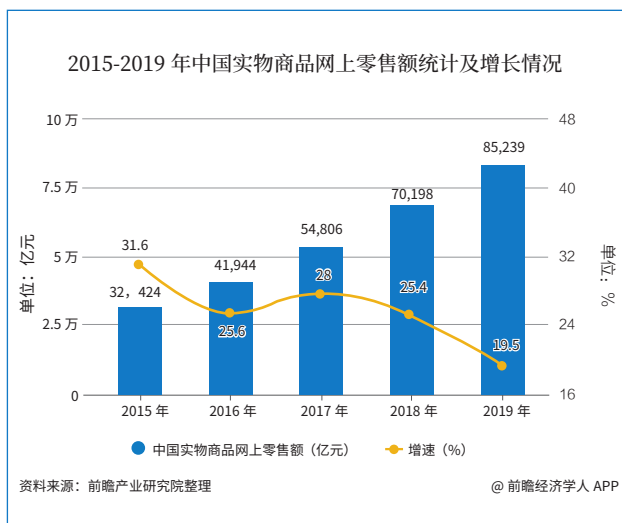
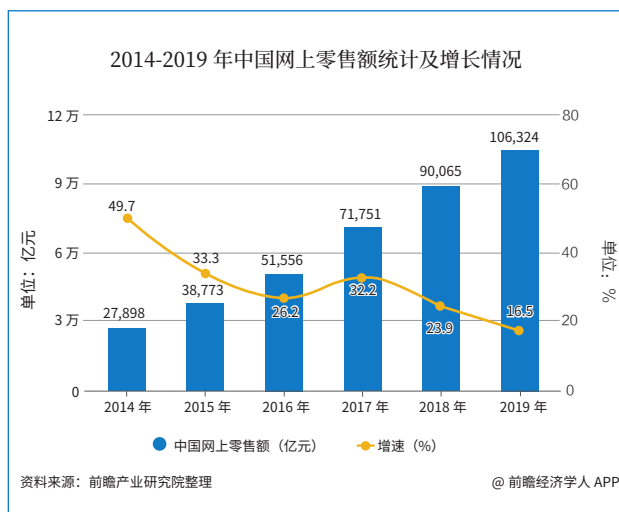
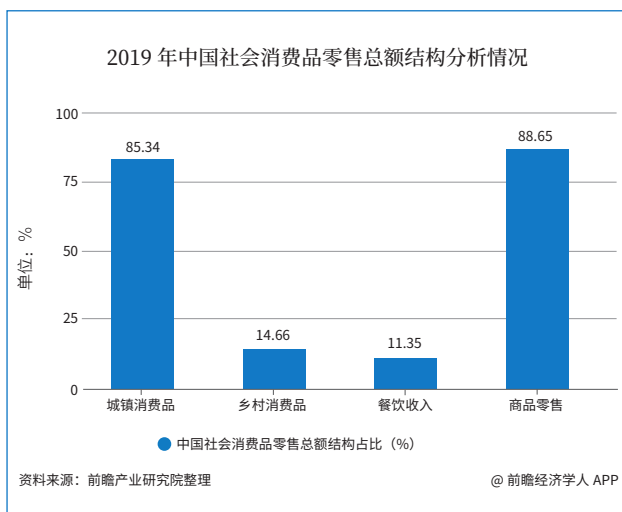


果品经济信息

国实物商品网上零售额为85239亿元，同比增长19.5%。

随着80后和90后逐渐成为我国消费主力，越来越来的消费者在购物选择时偏好网购的比重逐渐提升，我国整体实物商品网上零售额

占总零售额的比重也在持续增长，2015年，实物商品网上零售额仅占总消费品零售额的10.8%，到2019年，占比已提升至20.7%，预计未来几年，实物商品网上消费比例将进一步提升。🍌



来源: 前瞻产业研究院《中国零售行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》

2019 年中国生鲜行业 数据分析

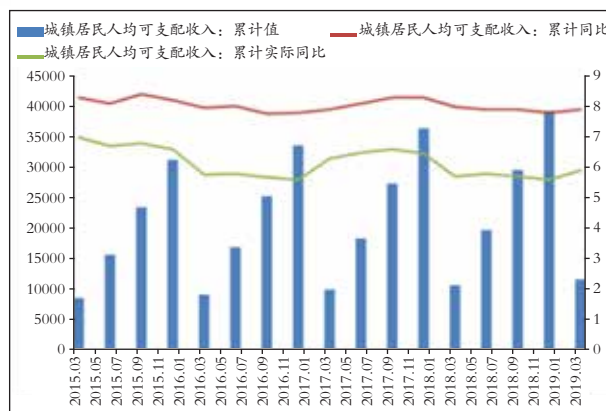
近一年来，全国居民人均可支配收入和城镇居民人均可支配收入均保持稳健增长的态势，全国居民人均可支配收入同比增速保持在 8.7% 以上，城镇居民人均可支配收入同比增速保持在 7.8% 以上。

2018 年全国居民人均可支配收入 28,228 元，比上年增长 8.7%，扣除价格因素，实际增长 6.5%；城镇居民人均可支配收入 39,251 元，比上年增长 7.8%，扣除价格因素，实际增长 5.6%。

2019 年 Q1，全国居民人均可支配收入 8,493 元，比上年增长 8.7%。扣除价格因素，实际增长 6.78%；城镇居民人均可支配收入 11,633 元，比上年增长 7.9%，扣除价格因素，实际增长 5.9%。

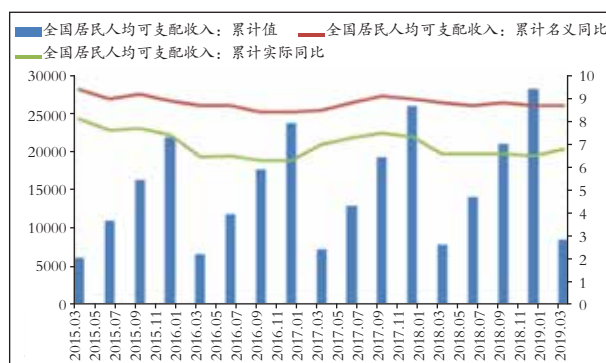
超市行业 2019Q1 实现营业收入 468.99 亿元，近三个季度营收增速保持在较稳定区间。2018Q3-2019Q1 营收增速分别为 13.1%、

2015.3-2019.3 城镇居民人均可支配收入累计同比 (单位: 元, %)



数据来源: 公开资料整理

2015.3-2019.3 全国居民人均可支配收入累计同比 (单位: 元, %)



数据来源: 公开资料整理



果品经济信息

11.2%、10.7%。归母净利润方面近三个季度波动较大，2018Q3-2019Q1 归母净利润增速分别为 21.3%、80.3%、36.5%。

申万超市行业营收及同比增速趋势

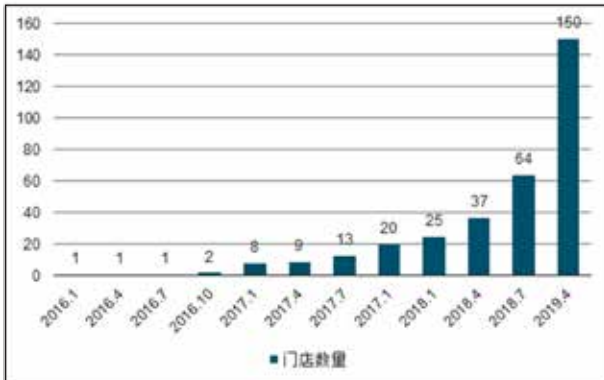


数据来源：公开资料整理

一、生鲜超市格局

2016 年是新零售元年，随着阿里巴巴董事局主席马云在当年云栖大会上首次提出新零售概念，各大零售商纷纷进行新零售布局，线上电商极力开展对传统线下零售商的收购和整合，传统线下零售商也纷纷开始试水线上业务。但由于新零售业务盈利模式尚未走通，我们注意到 2018 年底以来，备受瞩目的新零售业务开始降温。

2016-2019.4 盒马开店情况



数据来源：公开资料整理

2017Q1-2019Q1 永辉超市归母净利润及同比增速 (单位: 亿元)



数据来源：公开资料整理

盒马鲜生 2017 年 7 月在上海金桥开出第一家门店，之后开启高速扩张之路。截止至 2019 年 4 月，盒马共在全国开出 150 家门店，主要分布在一二线省会城市。2019 年 4 月 30 日，盒马鲜生宣布昆山新城吾悦广场店将于 2019 年 5 月 31 日起停止营业，这成为盒马开店历史上的首次关店，引起市场关注。

盒马旗下门店业态

业态	开业时间	主要形式和内容
盒马集市	2016年12月	1万平左右，品类更多，餐饮比重更大
F2 (fast&fresh) 便利店	2017年12月	800平米左右，小型的盒马鲜生，90%面积为餐厅布局，主打办公室场景的用餐需求
机器人餐厅	2018年2月	机器人元素餐饮业态，启用自动化设备，通过智能送餐的系统 (AGV) 送餐，减少人工提升效率
盒马云超	2018年4月	SKU限定2万以内，配送时效延长为次日达。比盒马鲜生实体店多出了厨具、日用百货、美妆等品类。
盒小马	2018年6月	800平米左右，盒马和大润发共同打造，主打低线城市，生鲜面积超过50%，线上线下一体化的运营方式，后计划开放加盟。

数据来源：公开资料整理

盒马鲜生是阿里打造的新零售线下商超品牌，与之相对的是永辉打造的超级物种。超级物种是高端超市、高端餐饮和永辉生活 App 的综合体，以生鲜售卖和烹饪为主，80% 的生鲜和商品来自于进口，店面的装修也更符合年轻一代的审美，同时上线到家业务。2017 年 1 月 1 日永辉超市在福州推出了首家超级物种，截止至 2018 年底全国共有 73 家超级物种，主要分布在北京、上海、深圳一线城市及福州、厦门、成都等地。

无论是阿里主导的盒马鲜生还是永辉超市主要的超级物种，目前均未实现盈利。永辉超市旗下共有云超、云创、云商、云金四个板块，“云超”板块涉及红标店、绿标店；“云创”包含永辉生活店、超级物种、永辉生活 app 等业务；“云商”重组原有总部职能部门及事业部；“云金”即永辉金融业务。云创业务 2017 年全年亏损 2.67 亿元，2018 年上半年亏损 3.89 亿元，2018 年 12 月份，永辉超市将云创 20% 的股权转让给张轩宁，云创业务出表。

2017Q4—2018Q3，主要受新零售业务影响，永辉超市归母净利润分别为 4.24 亿元、7.48 亿元、1.86 亿元、0.84 亿元，同比增速分别为 -0.50%、0.56%、-40.41%、-74.98%。在 2018 年 12 月份云创业务出表后，2018Q4—2019Q1 永辉超市归母净利润分别为 4.63 亿元、11.24 亿元，同比增速分别为 8.98%、50.28%，业绩回升显著。

二、社区生鲜

社区生鲜自 2018 年以来成为继新零售之后的新风口，受到资本的大量涌入。立足社区、贴近消费者、加上生鲜品类的高频消费特性，

社区生鲜受到资本的追捧，竞相争夺居民买菜刚需的市场空间。CCFA 调研了 74 个社区生鲜品牌，分析出四种主要社区生鲜开店模式。分别是生鲜加强型社区超市、生鲜折扣店模式、便利店 + 生鲜模式和加盟模式社区菜店。

社区生鲜的四种主要模式

类别	经营面积	商品结构	SKU数目
生鲜加强型社区超市	数百平方米到上千平方米	生鲜、包装食品、饮料、日用杂货等品类	数千到上万不等
生鲜折扣店模式	300平方米左右	以基本款生鲜品类为主打	1600种左右
便利店+生鲜模式	100-300平方米之间	包装好的净菜和精品水果为主	2000-4000种
加盟模式社区菜店	数十平方米到上百平方米	集中在蔬菜、肉、烧腊、豆制品几个大类	500种

数据来源：公开资料整理

在 CCFA 调研的 74 家企业里，38% 受访者表示是整体盈利的，38% 是亏损的，24% 是盈亏平衡。整体来看盈利状况并不好，零售是需要深耕细作的行业，特别是生鲜品类的经营，需要远高于标品的管理能力和成本控制能力。

以社区为主的实体消费场景是线下流量的重要端口之一，作为与消费者距离最近的触点，社区线下实体门店具有极强的便民属性，也能最直接的改善消费者的日常消费质量。

立足于社区、贴近消费者，再加上生鲜品类消费频次高、复购率高、市场空间大的属性，社区生鲜店成为资本和产业层面共同关注的零售业态。中国连锁经营协会将面积 50 平方米以上 1000 平方米以下，生鲜销售占比 30% 以上，服务社区的零售业态界定为社区生鲜超市，这其中也包含了立足社区前置仓模式的生鲜便利店。但在企业实际经营层面，由于社区生鲜存在毛利较低、客单价较低、租金和人工成本高企、专业人才储



果品经济信息

备不足的问题，社区生鲜店普遍尚未实现盈利。

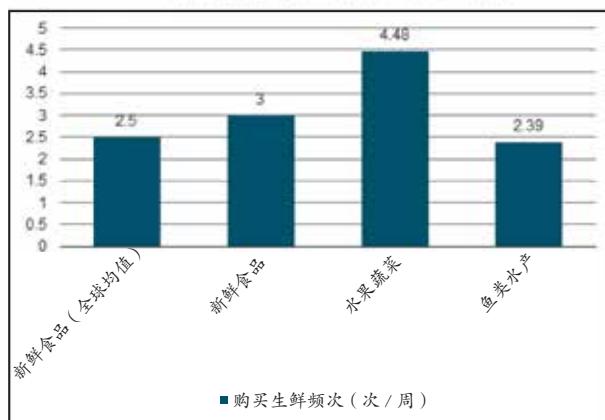
具有较强便利性的社区生鲜业态是农贸市场和大型连锁超市的有效补充，本土崛起的社区生鲜连锁品牌在找到可复制的盈利模式后，将会加快区域密集布局程度，并持续向存在供给空白的临近区域扩张。社区生鲜业态依靠优化农超对接环节，有效缩短了物流时间、降低了损耗、提高了消费频次。生鲜是一种高频引流品类，69%的消费者经常在生鲜超市购买生鲜，且购买频次在每周2-3次者居多。从不同渠道的消费频次上对比来看，农贸市场、生鲜超市和社区便利店这些线下渠道的消费频次相对较高。农贸市场的生鲜消费频次33.85%为每周一次，18.46%为每周2-3次；生鲜超市的生鲜消费频次33.72%为每周2-3次，30.23%为每周一次，较高于农贸市场；而社区便利店的生鲜消费频次37.84%为每周2-3次，24.32%为每周1次，社区便利店的生鲜消费频次在三种业态中处于高位；这方面线上电商和第三方外卖平台等线上消费渠道频次较低。在线上获客成本逐年攀升的情况下，社区生鲜店作为线下流量入口，推动了零售企业的全渠道布局脚步。在此基础上嫁接金融服务，集成本地生活服务属性，抢位生活服务平台或将成未来的一个趋势。

三、生鲜趋势

无论是新零售还是今年高关注度的社区生鲜，生鲜品类由于广阔的空间和高频次消费一直是市场高度关注的重点。我国每年生鲜消费超过万亿，有极为广阔的市场空间。

购买频次上，生鲜品类由于易腐的特性需要消费者高频次消费。我国消费者购买水果蔬

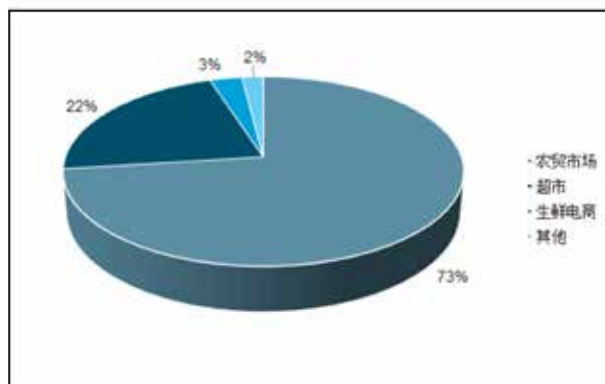
中国消费者购买生鲜频次（单位：次/周）



数据来源：公开资料整理

菜的频次是4.48次/周，新鲜食品的频次是3次/周，鱼类水产的频次是2.39次/周。同期全球新鲜食品购买频次仅为2.5次/周。

2018年我国生鲜市场在各渠道占比



数据来源：公开资料整理

目前传统农贸市场是我国居民主要购买生鲜渠道，占比为73%，超市渠道占比22%为第二大渠道。由于生鲜保质期短、运输半径短、易损耗的特性，目前生鲜消费被电商渠道分流的并不多，线上渠道占比只有3%左右。对于超市行业，更够提供更丰富、新鲜、价格有竞争力的生鲜和熟食产品是不断从农贸市场抢夺份额的关键所在。基于此，未来的超市行业趋势在于卖场内生鲜和熟食品类占比持续提升，

生鲜和熟食品类经营能力的高低构成超市公司核心竞争力的差异。

产品品类多、产品丰富多元、且要有本地特色符合当地消费者习惯（中国幅员辽阔，消费者饮食习惯差异较大）。生鲜产品丰富度需要高 SKU 来支撑，例如黄瓜品类下细分有刺黄瓜、百草黄瓜、小园黄瓜等细分品种来适应凉拌、炒菜煮汤等不同烹饪需求。采购人员需要足够了解消费者口味习惯同时熟悉生鲜产品信息（产地、上季时间、采购价格区间等）。随着人们对便利的需求，除了买生鲜产品回去烹饪，消费者也越来越多买半成品（卤制品、拌菜、面点等）回去简易加工即可就餐。熟食的品种丰富性极大依赖中央大厨房的供应。

产品新鲜度高，任何时候去门店都能买到新鲜供应的食材。生鲜品类保质期短，特别是在夏季，我们认为一日两配的配送密度能最大化门店生鲜产品的新鲜度。而只有足够多的门店密度才可支撑一日两配的物流模式。

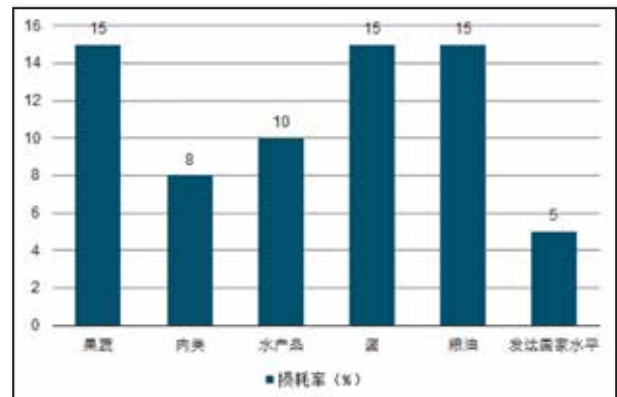
产品有价格优势，能持续获得现有农贸市场的市场份额。生鲜产品从农民至消费者手上加价率在 40-50% 之间，源头直采可以跳过中间的加价环节确保低采购价格。

生鲜农产品的物流主要有常温链物流、冷藏链物流、保鲜链物流三种形式。常温链物流是自然条件下的储存、运输和销售，冷藏链物流是低温状态下完成农产品的储存、运输和销售，低温可以抑制农产品中的微生物繁殖，有效延长易腐农产品的储存期；保鲜链物流是综合运用各种保鲜方法和手段在生产、加工、储存和销售环节最大限度保持生鲜产品鲜活的特征。

发达国家果蔬损耗率一般在 5% 以下。

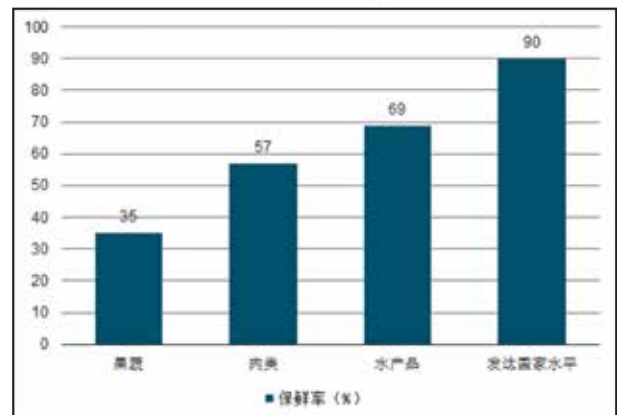
以美国为例，蔬菜水果从田地到餐桌一直处于全冷链状态：田间采摘预冷—冷库—冷藏车运输—批发站冷库—超市冷柜—消费者冰箱，水果蔬菜在物流环节的损耗率仅有 1-2%。我国生鲜农产品主要还是以常温链物流为主，冷链物流起步晚，80% 的生鲜产品是常温保存、流通、初加工，就算是冷链运输也是仅采用传统的冰块保鲜方法。果蔬、肉禽、水产品冷链流通率分别为 5%、15%、23%；冷藏运输率分别为 15%、30%、40%。我国常温链流通蔬果损耗率为 20-30%，果蔬在运输过程中的腐烂损耗量几乎可以满足两亿人的基本营养需求。🍌

我国生鲜损耗率和发达国家对比



数据来源：公开资料整理

我国生鲜保鲜率和发达国家对比



来源：智研咨询



快报

全国果品价格监测与市场预警信息

2020年03月31日 | 中国果品流通协会

2020年01月03日-03月31日，全国果品价格监测与市场预警信息：

一、红富士苹果（80mm 二级以上）、蜜橘（55-70mm）、巨峰葡萄（一级以上）批发价格信息

（一）全国批发平均价格

单位：元/公斤

时间	苹果	变化情况	蜜橘	变化情况	巨峰葡萄	变化情况
2020/01/03	7.64	↓ 0.27	4.31	↓ 0.36	7.76	↑ 0.10
2020/01/07	7.60	↓ 0.04	4.24	↓ 0.07	7.66	↓ 0.10
2020/01/10	7.56	↓ 0.04	4.41	↑ 0.17	7.91	↑ 0.25
2020/01/14	7.45	↓ 0.11	4.17	↓ 0.24	7.89	↓ 0.02
2020/01/17	7.45	—	3.99	↓ 0.18	7.91	↑ 0.02
2020/01/21	7.51	↑ 0.06	4.16	↑ 0.17	8.21	↑ 0.30
2020/2/14	7.47	↓ 0.04	4.24	↑ 0.08	8.50	↑ 0.29
2020/2/18	7.70	↑ 0.23	4.31	↑ 0.07	8.58	↑ 0.08
2020/2/21	7.60	↓ 0.10	4.07	↓ 0.24	8.01	↓ 0.57
2020/2/25	7.51	↓ 0.09	4.01	↓ 0.06	8.09	↑ 0.08
2020/2/28	7.48	↓ 0.03	4.13	↑ 0.12	7.14	↓ 0.95
2020/3/3	7.54	↑ 0.06	4.03	↓ 0.10	7.50	↑ 0.36
2020/3/6	7.46	↓ 0.08	4.09	↑ 0.06	7.87	↑ 0.37
2020/3/10	7.60	↑ 0.14	4.09	—	8.56	↑ 0.69
2020/3/13	7.41	↓ 0.19	3.95	↓ 0.05	8.54	↓ 0.02
2020/3/17	7.44	↑ 0.03	4.12	↑ 0.17	8.20	↓ 0.34
2020/3/20	7.39	↓ 0.05	4.14	↑ 0.02	8.48	↑ 0.28
2020/3/24	7.46	↑ 0.07	4.17	↑ 0.03	8.43	↓ 0.05
2020/3/27	7.48	↑ 0.02	4.35	↑ 0.18	8.59	↑ 0.16
2020/3/31	7.72	↑ 0.24	4.52	↑ 0.17	9.01	↑ 0.42
截至 3/31	同比	-17.78%	同比	13.00%	同比	-11.93%
	环比	3.21%	环比	9.44%	环比	26.19%

（二）全国市场价格走势图



二、黄冠梨（单重 250g）、鸭梨（单重 225g）、雪花梨（单重 300g 以上）、酥梨（单重 200、250g）、库尔勒香梨（单重 110g 以上）批发价格信息

（一）全国批发平均价格

单位：元/公斤

时间	黄冠梨	变化情况	鸭梨	变化情况	雪花梨	变化情况	酥梨	变化情况	库尔勒香梨	变化情况
2020/1/3	4.41	↑ 0.01	3.3	↓ 0.28	2.97	↑ 0.08	3.07	↓ 0.15	10.02	↑ 0.01
2020/1/7	4.44	↑ 0.03	3.39	↑ 0.09	3	↑ 0.03	3.07	—	9.91	↓ 0.11
2020/1/10	4.44	—	3.56	↑ 0.17	3.02	↑ 0.02	3.15	↑ 0.08	9.91	—
2020/1/14	4.5	↑ 0.06	3.55	↓ 0.01	2.92	↓ 0.10	3.16	↑ 0.01	9.63	↓ 0.28
2020/1/17	4.42	↓ 0.08	3.43	↓ 0.12	3.16	↑ 0.24	3.23	↑ 0.07	10.24	↑ 0.61
2020/1/21	4.43	↑ 0.01	3.62	↑ 0.19	3.2	↑ 0.04	3.25	↑ 0.02	10.26	↑ 0.02
2020/2/14	4.8	↑ 0.37	3.55	↓ 0.07	3.02	↓ 0.18	3.35	↑ 0.10	10.54	↑ 0.28
2020/2/18	4.6	↓ 0.20	3.53	↓ 0.02	3.03	↑ 0.01	3.43	↑ 0.08	9.85	↓ 0.69
2020/2/21	4.74	↑ 0.14	3.79	↑ 0.26	3.21	↑ 0.18	3.40	↓ 0.03	10.35	↑ 0.50
2020/2/25	4.82	↑ 0.08	3.81	↑ 0.02	3.22	↑ 0.01	3.39	↓ 0.01	10.52	↑ 0.17
2020/2/28	4.85	↑ 0.03	3.99	↑ 0.18	3.31	↑ 0.09	3.26	↓ 0.13	10.70	↑ 0.18
2020/3/3	4.9	↑ 0.05	3.94	↓ 0.05	3.31	—	3.48	↑ 0.22	10.83	↑ 0.13
2020/3/6	4.96	↑ 0.06	3.83	↓ 0.11	3.33	↑ 0.02	3.42	↓ 0.06	10.75	↓ 0.08
2020/3/10	4.93	↓ 0.03	3.86	↑ 0.02	3.38	↑ 0.05	3.43	↑ 0.01	10.86	↑ 0.11
2020/3/13	5.07	↑ 0.14	3.77	↓ 0.09	3.34	↓ 0.04	4.00	↑ 0.57	10.88	↑ 0.02
2020/3/17	4.87	↓ 0.20	3.82	↑ 0.05	3.42	↑ 0.08	3.51	↓ 0.49	10.80	↓ 0.08
2020/3/20	4.99	↑ 0.12	3.68	↓ 0.14	3.44	↑ 0.02	3.45	↓ 0.06	10.92	↑ 0.12
2020/3/24	4.91	↓ 0.08	3.78	↑ 0.10	3.44	—	3.49	↑ 0.04	10.7	↓ 0.22
2020/3/27	4.87	↓ 0.04	3.72	↓ 0.06	3.54	↑ 0.10	3.56	↑ 0.07	10.85	↑ 0.15
2020/3/31	4.91	↑ 0.04	3.67	↓ 0.05	3.43	↓ 0.11	3.47	↓ 0.09	10.77	↓ 0.08
截至 3/31	同比	-34.79%	同比	-36.40%	同比	-43.31%	同比	-31.96%	同比	-7.71%
	环比	1.24%	环比	-8.02%	环比	3.63%	环比	6.44%	环比	0.65%

（二）全国市场价格走势图



注：库尔勒香梨市场价格由中国果品流通协会和新疆库尔勒香梨协会联合发布



果品经济信息

三、香蕉（一级以上）、脐橙（80-85mm）市场价格信息

（一）全国香蕉、脐橙市场平均价格

单位：元/公斤

发布时间	香蕉				脐橙			
	收购	变化	批发	变化	收购	变化	批发	变化
2020/1/3	2.53	↑ 0.05	5.14	↑ 0.18	7.53	↓ 0.05	8.08	↓ 0.05
2020/1/7	2.58	↑ 0.05	5.15	↓ 0.01	7.63	↑ 0.10	8.02	↓ 0.06
2020/1/10	2.47	↓ 0.11	5.2	↓ 0.05	7.77	↑ 0.14	8.38	↑ 0.36
2020/1/14	2.44	↓ 0.03	5.34	↑ 0.14	7.44	↓ 0.33	8.12	↓ 0.26
2020/1/17	2.44	—	5.27	↓ 0.07	7.62	↑ 0.18	8.23	↑ 0.11
2020/1/21	2.41	↓ 0.03	5.43	↑ 0.16	5.87	↓ 1.75	8.26	↑ 0.03
2020/2/14	2.27	↓ 0.14	5.8	↑ 0.37	4.00	↓ 1.87	7.41	↓ 0.85
2020/2/18	2.34	↑ 0.07	5.49	↓ 0.31	4.00	—	7.51	↑ 0.10
2020/2/21	2.51	↑ 0.17	5.74	↑ 0.25	3.50	↓ 0.50	7.85	↑ 0.34
2020/2/25	2.79	↑ 0.28	5.81	↑ 0.07	3.50	—	7.66	↓ 0.19
2020/2/28	2.81	↑ 0.02	6.08	↑ 0.27	3.50	—	7.88	↑ 0.22
2020/3/3	3.02	↑ 0.21	6.05	↓ 0.03	3.50	—	7.90	↑ 0.02
2020/3/6	3.15	↑ 0.13	5.89	↓ 0.16	3.30	↓	7.66	↓ 0.24
2020/3/10	3.39	↑ 0.24	6.03	↑ 0.14	3.30	—	7.60	↓ 0.06
2020/3/13	3.32	↓ 0.07	6.08	↑ 0.05	3.80	↑ 0.50	7.51	↓ 0.09
2020/3/17	3.24	↓ 0.08	5.93	↓ 0.15	3.80	—	7.33	↓ 0.18
2020/3/20	3.25	↑ 0.01	5.94	↑ 0.01	3.80	—	7.23	↓ 0.10
2020/3/24	3.53	↑ 0.28	5.96	↑ 0.02	3.60	↓	7.22	↓ 0.01
2020/3/27	3.55	↑ 0.02	5.88	↓ 0.08	3.80	↑ 0.20	6.95	↓ 0.27
2020/3/31	3.63	↑ 0.08	5.94	↑ 0.06	3.80	—	7.34	↑ 0.39
截至 3/31	同比	16.35%	同比	5.32%	同比	5.56%	同比	-12.83%
	环比	29.18%	环比	-2.30%	环比	8.57%	环比	-6.85%

（二）各香蕉主产省收购价格

单位：元/公斤

发布时间	香蕉				
	广东	广西	云南	福建	海南
2020/1/3	2.10	2.80	3.10	1.70	—
2020/1/7	2.10	3.00	3.10	1.80	—
2020/1/10	2.05	2.80	2.95	1.75	—
2020/1/14	2.05	3.00	2.85	1.75	—
2020/1/17	2.10	2.80	2.88	1.75	—
2020/1/21	2.00	2.60	2.88	1.80	—
2020/2/14	1.95	2.15	2.78	1.70	2.30
2020/2/18	1.95	2.30	2.85	1.70	2.40
2020/2/21	1.95	2.20	3.35	1.70	2.50
2020/2/25	2.15	2.40	3.53	1.70	4.10
2020/2/28	2.15	2.40	3.54	1.80	4.10
2020/3/3	2.15	2.50	3.69	2.20	4.80

2020/3/6	2.15	2.80	3.81	2.30	4.50
2020/3/10	2.15	3.60	4.18	2.40	4.50
2020/3/13	2.30	3.80	3.85	2.60	4.20
2020/3/17	2.45	3.40	3.63	2.87	4.20
2020/3/20	2.55	3.00	3.68	2.90	3.90
2020/3/24	2.60	3.40	3.40	3.00	4.70
2020/3/27	2.70	3.60	3.48	3.00	4.57
2020/3/31	2.70	3.60	3.65	3.05	4.63

(三) 各脐橙主产省收购价格

单位：元/公斤

发布时间	脐橙			
	重庆	江西	四川	湖北
2020/1/3	4.60	8.25	3.60	5.00
2020/1/7	4.30	8.35	3.80	5.20
2020/1/10	4.30	8.28	—	5.20
2020/1/14	4.30	8.14	—	5.00
2020/1/17	4.60	8.27	—	5.00
2020/1/21	4.60	8.00	—	5.00
2020/2/14	4.00	—	—	—
2020/2/18	4.00	—	—	—
2020/2/21	4.00	—	—	3.00
2020/2/25	4.00	—	—	3.00
2020/2/28	4.00	—	—	3.00
2020/3/3	4.00	—	—	3.00
2020/3/6	3.60	—	—	3.00
2020/3/10	3.60	—	—	3.00
2020/3/13	3.80	—	—	—
2020/3/17	3.80	—	—	—
2020/3/20	3.80	—	—	—
2020/3/24	3.60	—	—	—
2020/3/27	3.80	—	—	—
2020/3/31	3.80	—	—	—

(四) 全国香蕉、脐橙价格走势





关于保障疫情严重地区 果品市场稳定供应的倡议

各会员企业、广大果品经销商：

鼠年春节假期还未结束，在这阖家欢聚的节日里，中国果品流通协会向奋战在果品流通一线，辛勤劳动丰富市场供应的会员企业、广大经销商致以亲切的问候！近期，湖北省武汉市等地陆续发生新型冠状病毒感染的肺炎疫情，对人民群众身体健康和生产生活产生重大影响。为贯彻落实中共中央政治局常务委员会关于应对新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作会议的指示精神，响应习近平总书记打赢疫情防控阻击战的号召，发挥“一方有难、八方支援”精神，按照中华全国供销合作总社《关于做好应对新型冠状病毒肺炎疫情防控有关工作的通知》文件要求，立足果品行业实际，发挥流通优势，积极履行果品行业企业社会责任，全力做好疫区果品供应，稳价格、惠民生，助力打赢疫情防控阻击战，我会向果品行业全体同仁发出如下倡议：

一、加强疫区支持。要发扬“一方有难、八方支援”的互助精神，与重点疫区果品企业

建立对口合作机制，及时掌握疫区需求，为疫区在果品采购、调运，保障果品供应提供帮助和便利。

二、加强物资调运储存。各果品企业要拓宽货源渠道，加大货源组织力度，做好果品储存，严格履行“不涨价、保供应”的郑重承诺，维护良好的市场秩序，树立良好的果品企业社会形象。

三、加强教育引导。要利用企业杂志、报刊、官网、微信公众号等形式，积极倡导“不信谣、不传谣、不恐慌”理念，既充分认识新型冠状病毒肺炎疫情的严峻性、艰巨性，又增强防控疫情的决心、信心，以企业实际行动维护社会和谐稳定。

四、加强市场监测。探索与疫区信息联动机制，配合当地商务主管部门，结合线上线下果品流通渠道，保障果品充足供应、有序供应，稳定人心，温暖民心。加强对市场情况的监测，全面及时掌握果品销售和库存变化情况，强化对重点销售区域的监测，保证果品质量，严禁借机囤积货源，严禁哄抬物价。

五、加强卫生管控。要采取严格措施，加强对所属的办公场所、市场、连锁超市等经营区域出入人员及环境卫生的管控，切实做好人员流动区域清洁消毒、通风透气等工作，加大每日清消力度和频次，防止疫情传播。支持网上办公，减少人员流动，确保会员企业、广大职工和果业同仁的健康安全。

六、加强活动管控。暂停各类大型水果节、推介会、年会、展会及各类果品产销对接活动，暂停到疫区调研考察、商务访问等活动。如有活动确需开展，须听从当地政府部门具体安排。

对上述倡议，果品行业各企业、经销商庄严承诺：不折不扣地遵循以习近平同志为核心的党中央的战略部署和国务院的系列指示精神，以身作则，带头执行，为坚决遏制疫情蔓延，打赢疫情防控阻击战作出努力，欢迎社会各界监督，如有情况及时反映，联系电话：15501278534。🍌

中国果品流通协会
2020年1月28日



关于稳企业稳供应共同维护正常经济社会秩序的联合倡议



为坚决贯彻党中央的统一部署，统筹抓好疫情防控和经济社会发展，切实落实国务院《关于做好农产品稳产保供工作的通知》要求，现向全体会员单位以及全国农产品生产、经营与物流企业发出如下倡议：

一、做好“两线抗疫”，积极落实一手战疫情，一手促发展。各会员单位及相关企业，必须提高政治站位，强化政治担当，要有高度的责任感和使命感，把思想行动统一到党中央国务院决策部署上来。要坚持疫情防控和复工复产“两手抓”，认真落实各项防御要求，制定复工复产方案和应急预案，落实疫情防控责任和各项措施，做到防控机制到位、检疫查验到位、设施物资到位、内部管理到位、宣传教育到位，切实保障企业内部职工的生命安全和身体健康。以疫情防控与经济发展两手都要抓、两手都要硬，做到“两条战线”互为支撑。

二、保障“两个稳定”，积极做好企业稳生产、市场稳供应。各会员单位及相关企业，要积极贯彻落实农产品稳产保供工作要求，为当前抗击疫情做好后勤保障。在此基础上做到生存优先，稳定生产，扩大市场供应量，切实

守好“菜篮子”产品质量安全底线，保证蔬菜、肉类、水产品、奶类、水果、食盐、食用油等重要生活物资调得进、供得上、不脱销、不断档，确保居民生活必需品供应。按照稳政策、稳面积、稳产量的要求，做好种子、蔬菜种苗、仔畜雏禽及种畜禽、水产种苗、饲料、化肥等供应保障工作，全力为产业未来发展做好储备。

三、压实“两个畅通”，积极促进产品线上互通、线下路通。各商协会要充分发挥社会组织的功能和作用，横向联合、团结协作、协同作战。各相关企业，要充分发挥流通企业、电商平台作用，推进批发市场、物流配送和销售终端互联互通，提升产业链质量，完善配送体系，实现从批发到零售的有机衔接和高效运转。有效增加“菜篮子”产品货架种类、数量的同时，助力企业去库存、稳生产，保障市场供应、稳定价格，保障居民消费。要建立上下游的利益共同体，建立更切实的信用体系，资源共享、信息共享、共度难关，为实现恢复生产与疫情防控双为双赢。

四、肩负“两个责任”，助力经济发展稳定向好、维护正常经济社会秩序的责任。各会

员单位及相关企业在积极为疫情防控献计出力、彰显大爱的同时，要随时根据政策红利的释放、积极为企业输血，稳企业就是稳生产，稳企业就是稳供应、稳企业就是稳就业，要按照实事求是的原则根据疫情情况，依法依规、科学合理复工复产，确保生产有序、有的放矢，

最大限度地降低疫情影响，激发生产动能。希望更多的企业能把责任扛在肩上，责无旁贷，展现疫情防控主体的担当，未雨绸缪，坚定应对复杂局面的信心，奋力向前，用实际行动助力经济发展稳定向好、维护正常经济社会秩序。🍌

联合倡议单位：（排名不分先后）

全国工商联水产业商会	中国蔬菜流通协会
中国畜牧业协会	中国调味品协会
中国奶业协会	中国种子贸易协会
中国果品流通协会	中国仓储与配送协会

支持倡议单位：（排名不分先后）

全国冷链运营联席会	贵州省物流行业协会
武汉物流协会	四川省现代物流发展促进会
上海冷链协会	甘肃物流学会
河北省现代物流协会	海南省冷链物流协会
河南省物流协会	深圳物流行业协会
山西省食品冷链行业协会	宁夏物流与采购联合会
浙江省仓储行业协会	重庆市冷藏冷链行业协会
安徽省物流协会	重庆市物流与供应链协会
山东省仓储与配送协会	大连市仓储与配送协会
湖南省冷链物流行业协会	福州市物流协会
湖北省现代物流发展促进会	西藏冷链协会（筹）
内蒙古物流协会	

二〇二〇年二月二十二日



中国果品流通协会与国家林草局 合作解决新疆果品滞销问题

受新冠肺炎疫情影响新疆果品出现一系列滞销问题，特别是阿克苏地区苹果销售困难。得知信息中国果品流通协会快速响应积极了解滞销情况，并联合国家林草局积极组织产销对接对接活动，共同解决销售问题。

通过对接，广州千鲜电子商务有限公司与阿克苏优能农业科技股份有限公司签订了2019-2020产季阿克苏红旗坡苹果（75#-79#）规格1400吨的包销合同，通过社区团购和线上生鲜平台销售等模式销售到上海、广东、湖南、江苏、江西、四川、浙江等省市；同时商定每年的渠道铺设目标及其他服务项目目标。

深圳蒲公英农业科技有限公司、成都蒲公英供应链管理有限公司与阿克苏优能农业科技股份有限公司签订9000吨的战略合作协议，拟通过直送广东、四川、江西、江苏等地的水果超市丰富老百姓的果篮。

此次活动，缓解了疫情期间当地苹果销售困难的情况，对于加强产销对接，促进苹果销售，保障果农果商收入有积极推动作用。🍌

2019年1-11月中国苹果汁 出口量为30万吨同比下降43.5%

根据中国海关数据显示：2019年1-11月中国苹果汁出口数量为30万吨，同比下降43.5%；2019年1-11月中国苹果汁出口金额为341541千美元，同比下降42.6%。^①

来源：智研咨询

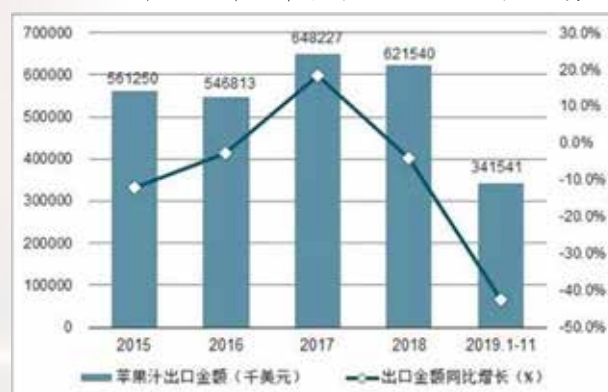
2019年1-11月中国苹果汁出口数量及出口金额统计表

时间	苹果汁累计出口数量 (万吨)	苹果汁累计出口 数量同比增长 (%)	苹果汁累计出口金 额(千美元)	苹果汁累计出口 金额同比增长 (%)
1月	2	-72.9	18421	-68.5
2月	3	-74.7	32749	-70.2
3月	5	-73.0	57368	-68.1
4月	6	-72.0	79915	-67.0
5月	8	-70.6	102676	-65.5
6月	10	-68.5	128222	-63.2
7月	12	-68.0	151111	-63.1
8月	14	-66.4	173231	-61.8
9月	16	-60.9	211219	-57.1
10月	23	-53.0	267737	-50.5
11月	30	-43.5	341541	-42.6

2015-2019年11月中国苹果汁出口数量及增速趋势图



2015-2019年11月中国苹果汁出口金额及增速趋势图





甘肃静宁 18 吨苹果 首次出口墨西哥

中新网消息，据兰州海关3月24日介绍，产自甘肃平凉市静宁县的18吨红富士苹果经该关所属平凉海关检疫合格，将顺利出口墨西哥。这是甘肃苹果首次出口北美地区，也是静宁苹果自2019年11月20日启用陆海贸易新通道后又一外贸出口重大举措。同一天，静宁苹果出口北美启运仪式也在陇原红果品经销有限公司举行。

静宁县是甘肃最大的苹果种植区，因地处北纬35度的黄土高原暖温带半湿润气候区，土层深厚，光热资源丰富，年均温度、降雨量、日照时数等气候条件，非常适宜苹果生长。当地苹果种植面积突破100万亩，也是全国苹果种植第一大县。每年冬春两季是甘肃苹果出口旺季。

据悉，甘肃省是全国苹果主产区之一，苹果产量排名全国前列。目前全省苹果种植面积达到620万亩，年产量490万吨，面积和产量均居全国第二位。

当地培育形成了“静宁苹果”、“花牛苹果”、“庆阳苹果”、“平凉金果”等美誉度和知名度高的苹果品牌。疫情期间，甘肃100吨静宁苹果也作为“甘味”捐助物资驰援武汉。

据兰州海关统计，截至目前，2020年甘肃省共计出口鲜苹果3.18万吨，货值4095万美元，共出口22个国家和地区。

为降低新冠肺炎疫情对甘肃省特色农产品出口的影响，兰州海关采取多项便利措施，积极推荐甘肃省符合资质要求的出口水果企业实现对俄罗斯、墨西哥、澳大利亚和哈萨克斯坦等国家注册，支持辖区出口企业拓展多元化国际市场。

同时，兰州海关多举措提升通关效率，持续优化通关流程，压缩通关时长，在出口企业申报后，第一时间派工作人员开展现场检验检疫，确保出口苹果快速通关。🍏

来源：国际果蔬报道

首批 32.4吨鲜梨 成功出口巴西市场

近日，经巴西检疫部门15天的进境检疫之后，河北沧州东方果品有限公司的32.4吨、货值4万美元的鲜梨在巴西桑托斯口岸顺利通关，进入市场销售。

中巴两国分别位于南北半球，水果具有季节互补、种植品种互补和明显的价格优势，巴西是我国鲜梨具有巨大潜力的理想目标市场。据了解，这是2019年11月中国海关总署与巴西农业、畜牧和食品供应部签署《关于中国鲜梨输往巴西植物检疫要求的议定书》以来，首批出口巴西的中国鲜梨。巴西是世界第二大鲜梨进口国，这标志着我国鲜梨成功打开南美洲第一消费市场，对于提升我国鲜梨在南美洲市场的国际影响力具有重要意义。🍏

来源：河北日报



新 会 员 名 单

南宁市桂福春农民专业合作社

南宁市桂福春农民专业合作社成立于 2016 年 3 月 10 日，注册资金 600 万元。在南宁市青秀区长塘镇种植沃柑 1000 余亩。合作社依托中柑所专家团队的技术指导，实施水肥一体化精准施肥，引进国内先进植保机械实施机械化作业，坚持生草栽培，全面实现避雨防虫设施栽培，果品质量得到广泛赞誉，2019 年

取得无公害农产品证书，同时在申请绿色农产品证书。合作社以合作社 + 农户的形式带动周边农户开展柑橘种植，取得了良好的社会效益。

地 址：南宁市青秀区长塘镇团岩坡夏满路
10-1 号

联系人：张柳华 15907735769

杭州润聚农业发展有限公司

杭州润聚农业发展有限公司成立于 2019 年，一家专注于高品质的鲜果流通贸易综合性企业。主要从事各类水果的种植、配送、批发和零售等业务。设施齐备、市场辐射面广，技术管理过关，营销网络的华东鲜果行业影响力

品牌。

地 址：浙江省杭州市余杭区良渚街道博园路
8 号 5 幢南大门二楼办公室 204/206 室

联系人：俞志强 13868150070

烟台北方果蔬技术开发连锁有限公司

烟台北方果蔬公司成立于 1997 年，秉承“先做人，后做事，诚信守德，合作双赢”的经营理念，艰苦奋斗，改革创新。公司先后多次被烟台市、山东省和国家农业部相关部门授予“消费者满意单位”、“山东省 10 优农资经营企业”等荣誉。

近年来，北方果蔬公司审时度势，转型升

级：成立苹果、葡萄、大樱桃三大作物研发中心，在优新品种繁育、种植技术研究与应用方面引领行业发展；建立绿色果品种植基地，建成果品冷风库，与大型商超成功实现销售对接；充分利用优势资源，着力打造与农户双赢的农业产业联合体模式，切实做到“心系农民，服务农民，惠及农民”。做给农民看，领着农民

干，带着农民赚，是公司服农惠农的经营举措；服务农民，感恩农民，回馈农民，是北方果蔬永远不变的农民情结！

“察势者智，驭势者赢”。历经 20 多年的淬炼，北方果蔬现已发展成为集“新品苗木培育与销售”、“肥料研发与生产”、“农资批

发与零售”、“农业种植新技术研发与推广应用”、“果品收储与销售”于一体的农业产业一体化经营企业。

地 址：山东烟台芝罘区黄务泰晤士新城 5 号
联系人：唐红霞 18663818076

深圳市酷川冷链物流有限公司

深圳市酷川冷链物流有限公司是一家专门致力于生鲜产品国际冷链服务的专业物流企业。公司利用多年行业积累经验和全球网络资源，为国内外客户提供专业的生鲜产品的一体化物流服务。

1. 服务范围含括国际冷链海运、空运、产地包装、冷处理、熏蒸、清关、国内批文申请、贸易代理、国内清关、配送等一系列的全方位服务；
2. 服务产品包括水果、蔬菜、水产品、肉类、乳品、食品等；

3. 服务对象为国内外买家、经销商、网络经销商；
4. 服务网络遍布中国深圳、广州、上海、北京、天津、青岛、长沙、成都、重庆、贵阳等主要口岸及越南、泰国、马来西亚、印度尼西亚、菲律宾、澳大利亚、新西兰、美国、加拿大、智利、秘鲁、哥伦比亚、阿根廷、埃及、南非、西班牙、意大利、土耳其等国家和地区。

地 址：深圳市南山区前海路 1301-90 号振业国际商务中心 1008 室
联系人：朱晨碧 0755-86217760

合肥泰禾光电科技股份有限公司

合肥泰禾光电科技股份有限公司成立于 2004 年底，2017 年 3 月正式在上海证券交易所主板上市，是国内领先的集智能分选、自动包装、自动码垛、AGV 智能运输、智能仓储、自动装车

为一体的智能化园区物流综合解决方案服务商。
地 址：合肥市经济技术开发区桃花工业园拓展区方兴大道与玉兰大道交口
联系人：李旭升 15255137626

岳西县徽记农业开发有限公司

岳西县徽记农业开发有限公司成立于 2011 年，注册资金 3000 万元，主要从事瓜蒌新品

种研发、种植推广、技术支持以及瓜蒌子的收购、加工、销售。“徽记”秉承“科技引领，生态助力，



果品经济信息

弘扬徽商文化”的方针，凭借和各大高等院校的深度合作，经过企业技术人员的反复实验对比，研发出“徽记”系列种苗。

公司目前年育瓜蒌种苗 1000 万株，拥有瓜蒌研发种苗基地 1000 多亩，合作种植基地近 5 万亩，覆盖安徽、山东、江西、河南、福

建、湖北、湖南等省份。徽记农业现占地面积 60000 m²，其中建成标准化厂房 20000 m²，在建厂房 50000 m²。

地 址：安徽省岳西县经济开发区莲塘路 28 号
联系人：朱军军 17730376272

兴安盟捷润供应链管理有限公司

兴安盟捷润供应链管理有限公司聚是一家焦生鲜农产品供应链，以规划咨询先行，通过整合资源，推动规划落地的生鲜供应链服务商。

地址：内蒙古兴安盟乌兰浩特市水木园小区底商
联系人：高珉 13911064952

河北冀联网络科技有限公司

河北冀联网络科技有限公司成立于 2012 年，依托河北冀联商会，致力于科技创新服务经济社会发展。2013 年公司响应习总书记想贫困宣战的号召，作为运营企业深入阜平开拓农村电商事业，本着先公益后收益的理念从 0 到 1，

开创电商扶贫模式，建立了全国示范标杆。

地 址：河北省保定市北二环大学科技园 8 号楼 1804
联系人：刘卫红 13313328077

洛川县凯达果品有限责任公司

洛川县凯达果品有限责任公司成立于 2007 年 9 月 12 日，公司位于国家级洛川苹果产业园区，交通条件十分便利；公司注册资本 500 万元，主要经营：果品收购、贮藏、销售、果品深加工及果业相关服务性物资；拥有现代化气调库 16 个，总储量 5000 吨；选果车间 1000 平方米，果粉脆片加工车间 600 平方米，年分选、加工

苹果 3000 余吨。年自营苹果 3500 吨以上，实现营业收入 3150 万元，实现净利润 280 万元以上。

地址：陕西省延安市洛川县凯达果品有限责任公司
联系人：韩几旋 13992152032

洛川县红宝果品冷藏有限责任公司

洛川县红宝果品冷藏有限公司成立于 2004 年 8 月，延安市农业产业化重点龙头企业，公司主营业务：苹果收购、储藏、销售。总储藏量 7000 吨。公司“延美”牌苹果商标认定为“陕西省著名商标”、“陕西省名牌产品。公司目

前正在推进 1000 亩有机苹果示范园建设，引进法国迈夫诺达 4.0 全智能分选线一条，标准化恒温果品分选车间 2000 平方米。

地址：陕西省延安市洛川县西部农资城

联系人：南高伟 13892182252

广西荣顾红星农产品有限公司

广西荣顾红星农产品有限公司由凭祥市国际贸易开发有限责任公司、广西荣顾贸易有限公司和湖南红星大市场农产品有限公司强强联手，合资成立。公司注册资金 2000 万元，员工 72 人。

公司目前经营中国 - 东盟凭祥农产品集散中心，占地 205 亩，建筑面积 10 万平方米，其中配套有 8 个大型车辆驳货的交易大棚，

500 个大型车辆停车位，7000 立方米的冷库，97 个冷链充电桩等设施，整个市场具备日吞吐 400 柜，年交易量约 80000 柜。

地址：广西凭祥市友谊镇卡凤村 中国 - 东盟凭祥农产品集散中心

联系人：梁建成 18275969399