

·市场扫描·



绿色农产品争上长三角“餐桌”

■本报记者 彭园园

人口密集、市场广阔，长江三角洲是中国最具活力的区域之一。

抢抓长三角一体化发展重大战略机遇，近年来我省加快建设长三角绿色农产品生产加工供应基地。在毗邻省份山东，地处蒙山沂水间的临沂市也瞄准长三角广袤市场，积极打造长三角中心城市农产品供应基地。他山之石，可以攻玉。近日，长三角主流媒体一行来到山东省临沂市，走进沂蒙优质农产品基地。

农业增绿 保持市场竞争力

6月28日，走进山东省绿沃川智慧农业示范园，连排的玻璃温室十分壮观。有别于传统农业耕作，播种生产线、蔬菜水循环控制系统、蔬菜自动化种植系统、自动喷水设备等先进自动化生产设备使整个园区充满了“科技感”。

全自动移苗流水线自动化播种、潮汐苗床系统自动化育苗、智能机器人收集运输……在智能蔬菜工厂，记者看到生菜从一粒种子到成熟采摘的全过程，自动化机械贯穿始终。“我们的生菜从播种到收获，约40天完成一茬，比传统种植方式节省三分之一的时间。”山东绿沃川智慧农业有限公司总经理张华增介绍说，这些无土栽培的生菜无农药无污染，主要销往长三角地区，每公斤价格近40元，“通过环控系统，精密调节温度、湿度、肥料，蔬菜能时刻保持在良好的生长环境里，四季都是收获季，从而达到增产增收。”

6月28日傍晚6时左右，烈日西悬，位于郯城县李庄镇的郯城县现代农业产业园，农户正在大棚内采摘西瓜。一筐筐西瓜装进车牌“鲁Q”的货车里，次日早晨就会出现在上海的农贸市场。这里同样着眼于长三角农产品市场，主要从事高档精品瓜果栽培、国内外新优瓜菜种苗工厂化生产和销售。

在产业园的大数据中心，大屏幕上实时更新大棚内的水肥情况。产业园区负责人徐磊告诉记者，园区全面推行农产品生产全程可追溯系统，利用数字化技术，全程记录瓜果、蔬菜种植管理全流程，种苗的繁育、病虫害的绿色防控、物流配送等信息。

瞄准高端市场，大力发展战略性新兴产业，临沂市不断加快对接长三角市场的步伐。

2020年，根据中共中央、国务院印发的《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》关于“建设长三角绿色农产品生产加工供应基地”的部署要求，我省启动实施长三角绿色农产品生产加工供应基地“158”行动计划。“1”是围绕优势特色产业，开展“一县一业（特）”全产业链创建，力争到2025年，每个县至少重点培育1个优势主导产业全产业链发展，建设一批优势特色产业集群；“5”是指到2025年，全省建立长三角绿色农产品生产类、加工类、供应类示范基地500个；“8”指的是销售额，即到2025年，面向沪苏浙地区的农副产品和农产品加工品年销售额达到8000亿元。

2021年，我省共创建省级长三角绿色农产品生产加工供应基地256个，销往沪苏浙地区的农产品达475.9亿元、同比增长27%。

临沂的做法深刻启示我省各地，虽然拥有长三角一体化发展的区位优势，也需要不断地调整结构，深入实施“两强一增”行动计划，不断壮大产业规模，提高农产品质量，才能在长三角市场的竞争中占据先机。

强链补链 提升农产品加工能力

在临沂市莒南县，老牌企业金胜粮油已经从事花生深加工70多年。

6月29日，记者一行走进金胜粮油。厂房外，连片的花生地一望无际；厂房内，光洁如新的地面、现代化的加工设备，几乎看不到工人的身影。据了解，这是目前国内最大的花生单体智慧加工厂，年综合生产能力200万吨，恒温油库及仓储能力100万吨。

平邑、费县的山楂，沂水、临沭的地瓜……在临沂市经开区，公社联盟食品有限公司将这些特色农产品加工成了山楂片、地瓜干等零食，再通过电商、超市、便利店等销往长三角及全国各地，让越来越多的人特别是长三角居民品尝到“沂蒙滋味”。公司负责人刘继光说：“我们与费县、平邑20余家农业合作社签订订单合同，发展优质种植基地6700亩，形成了种植、生产、销售一体的供应链模式，为合作农户带来良好的经济收益，并且，启动高标准山楂种植园项目，推动山楂产业转型升级。”

山东煎饼家喻户晓，是极具特色的地域美食。在公社联盟全自动煎饼生产车间，86台自动化煎饼机精准执行参数命令，导管将面糊引流到匀速旋转的鏊子上，机械臂“翻手而覆手”，经过10余道工序，仅1分钟，就烙出一张“薄似剡溪之纸、色似黄鹤之翎”的煎饼。“我们与江南大学、临沂大学合作研究煎饼制品，最大限度地保留煎饼的形状与营养，在口感上突出软香和方便咀嚼，在口味上推出杂粮、小米、荞麦、大米及果蔬系列等近10款品种，采取独立小包装，广受市场欢迎。”刘继光说。

发挥龙头企业的示范带头作用，挖掘地方特色农产品。在临沂市，一家家农产品深加工企业延伸了产业链，提高了农产品附加值，也为抢占长三角市场增添了动能，值得学习借鉴。

不久前，长三角绿色食品加工业大会在我省凤阳县小岗村举办。会议指出，安徽省农业大而不强，主要是农产品加工业发展不足。但我们农业资源丰富、科技、市场等方面优势明显，发展绿色食品产业具有得天独厚的条件。特别是安徽处在经济最活跃、消费水平最高的长三角区域，发展农产品加工的企业能够以较低的综合成本参与市场竞争，进入高端市场，安徽完全能建成全国重要的绿色农产品生产加工供应基地。

2021年，安徽全省规上农产品加工业总产值约6200亿元，在全国位次由2017年的第13位上升到第10位。今后，我省将用市场的逻辑、资本的力量、开放的平台汇聚要素资源，推动绿色食品产业放量发展。

深度融入 做大做强绿色食品产业

纵观全国，山东、江西等长三角毗邻省份纷纷瞄准长三角消费市场。长丰草莓、砀山梨、和县蔬菜、定远黑猪肉……基于资源禀赋、产业基础和长三角一体化发展中的安徽农业定位，安徽绿色农产品正加快走向长三角的“餐桌”。

清晨，绩溪农田里刚摘出来、滴着露珠的蔬菜，当日就能出现在杭州市民的餐桌上；砀山县一辆辆装载着梨子、桃子的大货车，正沿高速公路疾驰，发往上海、南京等地……据了解，我省外销的三成粮食、六成畜禽产品、九成蔬菜和一半以上的茶叶，市场都在沪苏浙地区。在长三角一体化发展的洪流中，凭借丰富物产，“安徽味道”香飘千里。

去年，省委、省政府把绿色食品产业纳入全省十大新兴产业。今年4月份，《关于推动绿色食品产业高质量发展的实施意见》出台，提出到2025年，将建成稻米、小麦等十大千亿级绿色食品产业，培育一批百亿级农产品加工领军企业，打造一批百亿级乡村特色产业产业集群，壮大一批百亿级绿色食品加工产业园。全省绿色食品产业全产业链产值由“十三五”的1.753万亿元发展到2.568万亿元，年均增长7.9%。

根据规划，未来，全省食品产业将呈现鲜明的三大板块：皖北是高效农业集聚区，着力打造高质量的皖北“大粮仓”“大果园”“大药库”“大食堂”；皖中是现代农业示范区，加快培育发展精准农业、生物农业、智慧农业和都市农业全产业链，加快建设高端绿色农产品生产加工供应基地和出口基地；皖南是生态特色农业样板区，聚焦名优徽茶、特色畜禽、特色林果、名优中药材、特色水产等生态特色产品，加快打造生态特色绿色食品全产业链。

“十四五”期间，我省将大力推进土地规模化、组织企业化、技术现代化、经营市场化、服务社会化，着力做大做强绿色食品产业，让徽派食品从长三角走向世界。

题图：6月18日，蒙城县兴农绿港现代农业科技产业园利用无土栽培技术种植蔬菜，产业园种植的番茄、辣椒等蔬菜畅销长三角地区。
本报通讯员 胡卫国 摄



更多
内容
关注

·市场调查·

盛夏来临 防晒市场“炙热”

■本报记者 何珂

随着气温逐步升高，“热浪”频频来袭，人们对防晒用品的需求呈现增长态势。近日，记者走访市场发现，大街小巷随处可见全副“捂”装的市民，口罩、帽子、防晒衣、冰袖、防晒霜、遮阳伞，多种样式的防晒商品成为应季新宠。

“我一到夏天完全离不开太阳伞”“你得擦防晒霜，防晒指数高一些的那种”“我想买个防晒口罩，一会咱们去逛逛吧”……6月30日，在合肥市银泰城商场负一层，“95后”余畅和几个朋友一边吃着冷饮一边聊着天。余畅告诉记者：“不管太阳大不大，都会有紫外线，所以涂抹防晒霜是我出门前的必要步骤。最近阳光格外强烈，所以我不仅出门前要涂抹，中午、下午还要补涂两次。脸部用的贵一点，一瓶124元，身体防晒便宜，两瓶加起来108元。”

记者在商场内一家化妆品连锁店里看到，防晒产品被整齐摆放在统一区域，有防晒霜、防晒喷雾等。导购员表示，随着人们对“面子”问题越来越重视，防晒成了不少人关注的重点。以前买防晒产品，大家基本会着重看防晒指数，现在他们也会反复确认使用感受，轻薄、清爽、不油腻的产品卖得最好。

遮阳帽、遮阳伞也是不少人夏日出门的必备用品。7月1日，记者在电商平台搜索遮阳伞，一把售价36.9元的遮阳伞月销量达6万。并非只有便宜的销量才好，一把售价139元的遮阳伞月销量达1万多。“既然打了遮阳伞肯定希望效果好一些，双层隔热的遮阳伞价格虽然高一些，但是效果肯定也好一些，所以就算贵一些，我也愿意买单。”合肥市民褚圆圆告诉记者，“有时候打伞不方便，我就带着遮阳帽。帽檐够大，不仅防晒，还能搭配衣服。不用的时候帽子一折，放在包里也方便。”褚圆圆选购的遮阳帽在网上颇受欢迎，在其官方旗舰店中，这顶遮阳帽售价159元，一个月时间卖出了10万多单。

除了传统的遮阳伞、遮阳帽和防晒霜之外，防晒衣、防晒口罩等也颇受市场青睐。“这款是今年的新品，上面有帽檐能护住脸，下面长度到小腿，虽然价格高一点，但是卖得很好。”6月30日，在合肥市经开区一家售卖防晒衣的店铺内，工作人员介绍，“防晒衣的款式有披肩款、常规款、长款、运动款等。材质和款式不同，售价不同。长款的199元，运动款的159元，披肩款129元。”

记者在走访中发现，曾经被作为游泳时防晒头套的“脸基尼”如今改良后成了“防晒面罩”——整个五官只有眼睛露在外面，其余全部包裹进面罩中。“以前是防晒口罩，就护住脸部、眼角部位，现在延伸到脖子，成为了市场很流行的防晒面罩。”褚圆圆也选购了一款防晒面罩，“骑车的时候很方便。”

当记者询问这么多装备花费几何时，褚圆圆算了笔防晒账：遮阳伞179元、遮阳帽159元、防晒霜229元、防晒衣199元、防晒面罩79元，加起来一共845元。“不算不知道，一算吓一跳。不过，我觉得这笔钱也得花，现在讲究防晒，不仅是怕晒黑，也是为了身体健康。”褚圆圆笑着说话。

“放心消费”创建 向县乡延伸

■本报记者 彭园园

6月20日，省消费者权益保护工作联席会议办公室印发了《安徽省放心消费创建活动工作方案》，全面拉开新一轮放心消费创建活动的序幕。

随着社会发展进步，广大消费者法律意识、维权意识不断增强。然而消费领域存在的一些突出问题，如预付式消费、网络消费等新型消费纠纷易发多发、消费安全事件、群体性重大投诉等时有发生。如果消费者的诉求处理不好，就可能使矛盾激化。自2018年以来，我省各地按照统一部署要求，大力开展以提高消费环境安全度、经营者诚信度和消费者满意度为主要内容的放心消费创建活动。

“围绕‘安全、质量、服务、价格、维权’五个放心内容开展诚信承诺，过去几年时间里，创建工作领域不断拓展，从食品、餐饮等行业向旅游、通信、家装、房地产业等行业拓展。”省市场监管局12315中心主任任好说，目前全省省已参加放心消费创建单位5.8万余家，认定放心消费示范单位2万余家，覆盖与人民群众生活联系密切的20多个行业领域。已建立消费维权服务站点3671个，发展在线消费纠纷解决(ODR)单位1140家，5个市试点开展消费纠纷远程视频调解，多元化解消费纠纷机制健全完善，消费维权网络实现城乡全覆盖，消费投诉处理率和满意率不断提升。

对长三角，我省放心消费创建仍存在诸多短板，在创建工作类别、数量和覆盖面等方面仍有差距。据了解，沪苏浙在城乡全域、全业、全程广泛开展放心消费创建活动，覆盖生产加工、流通销售、消费服务三大环节，同步推进点线面创建，我省主要还停留在示范单位创建，向行业、领域和环节延伸不够。

我省新一轮创建活动分为放心消费示范单位创建、放心消费示范街区创建、放心消费示范行业协会(商会)创建、放心消费示范乡村创建和放心消费示范县(市、区)创建等五类，着重强化单位诚信自律意识、推行商品和服务质量公开承诺制、建立赔偿先付制度等。

深入推进放心消费创建工作，可以有效把握关口前移的主动权，更好地使消费者的问题得以反映解决，把矛盾解决在源头，把纠纷化解在萌芽，防止事态升级、风险蔓延。据了解，我省计划选择一批基础条件较好、消费规模较大的县(市、区)，在全域开展多层次、宽领域、广覆盖创建活动，实现区域主要街区、重点市场、核心商圈放心消费全覆盖，人口集中重点乡镇、特色乡村基本覆盖，在全省率先打造若干放心消费示范县(市、区)，形成创建样板并向全省复制推广。

·市场漫话·

“逛吃”改变商场业态

■韩小乔

你会基于什么理由逛商场？如果说，以前逛商场是为了“买买买”，逛累了顺便吃个饭；现在刚好相反，越来越多人直奔餐馆，用餐前后才在商场四处逛逛。有调查显示，超八成中国消费者每周至少在外就餐一次。

消费需求的变化，带来了商场业态分布的变化。在发展初期，零售业态占据主导，餐饮店往往被安排在商场顶层或地下边缘位置。这两

年，商场“烟火气”越来越浓，开在商场的餐馆数量不断上涨。今年一季度，广州、杭州、青岛、东莞等地重点购物中心的新开门店中，餐饮业数量均超过了零售，占到半壁江山。

从“买买买”到“逛吃”，餐饮“配角”变“主力”，是商场“以变应变”，主动适应市场变化，以更加贴近市场的方式迎合消费者需求。随着社会发展和消费升级，人们的消费需求逐渐向多元化、个性化转变，商场也逐渐从零售购物中心转型为生活化休闲中心。零售业线上线下下

深度融合，健身房、美容理发店、汽车品牌体验店等沉浸式体验业态蓬勃发展，亲子乐园、艺术展览等新消费场景不断崛起，与餐饮业一道为传统商业注入休闲生活功能。

消费需求是多样化的，商场在引入餐饮业态时，开始注重满足不同人群的味蕾。曾经，商场过高的招商门槛，让不少餐饮店望而却步，顾客吃来吃去就那么几家店，价格高、缺新意、体验差。近期，不少商场推出优惠补贴政策，降低租金、准入门槛。门槛低

了，不代表质量下降。传统小吃走入商场，街头小馆焕然一新，后厨更加整洁、管理更加规范，但美味依旧、情感仍在。商场里既有火锅、烧烤、小吃等充满烟火气的品类，也有烘焙、日料、西餐等高价值优质品类，还有边读边吃的“书店+餐饮”、边买边吃的“超市+餐饮”等跨界新业态。差异化的发展策略，让餐饮业在商场焕发新生机。

餐饮不仅能满足腹饥，还是连接人与人的社交工具。疫情之下，人们盼望城市回归正轨的心愿里，一定有一部分是关于餐饮的。与其说眷顾美食，不如说想着亲朋好友共同就餐，想着平常的人际交往。餐饮和零售相辅相成，着眼当下，无论是因需而变的商场，还是餐饮业本身，都要想方设法把这份共享美好的“逛吃”感情维系下去，并通过产品服务的提质升级，激发消费潜力，拉动经济不断增长。