

20年间,宁波果品批发市场的营业额增长了18倍 “果盘子”里看宁波人消费升级之路

每天凌晨4时多,市商贸集团下属的宁波果品批发市场就已经灯火通明了。一车车的新鲜瓜果从世界各地运到这里,再分别运往甬城大大小小的水果店。这样的场景,从20世纪80年代就已经出现。

宁波果品批发市场成立至今已经35年了。从仅拥有商品集散功能,到兼具信息发布功能、价格形成功能、社会服务功能;从2000年不到1亿元的营业额到2019年19亿元的营业额,这个果品批发市场见证了宁波水果消费35年来的变化。

甬城市民“果盘子”里的内容也随之而变。从主要购买杨梅、葡萄、西瓜等地产水果,到吃遍全国、吃遍全世界的各色果品;从只能买到山东国光苹果,到40个国内外苹果品种均有涉猎,小小“果盘子”见证了宁波市民消费升级的35年。



宁波果品批发市场杨梅专区近日生意火爆。



宁波市民偏爱榴莲这种热带水果。

新闻 1+1

瞄准进口水果、国产水果、花色水果再发力

“市场搬迁后,面积扩大了近3倍,停车场、冷库等硬件配置标准大幅度提升,给了我们更大的发挥空间。”5月27日上午,伴着忙碌的水果交易场景,宁波果品批发市场有限公司总经理王辰浩正在为即将开业的新疆特色产品干果交易区忙碌着。

由于老市场对周边区域居民生活及交通影响较大、停车位不足,去年11月底,新果品批发市场为满足宁波中心城区品质提升需要而搬迁至海曙区洞桥镇。搬到新家以后,该市场内水果的品种和成交量有了明显的增加。

但是,新冠肺炎疫情突如其来,受其影响,今年1月至4月该市场的国产水果交易额同比下降了

40%。为此,市场管理方从做强进口水果、做大国产水果、做活花色水果等方面发力,围绕管理、技术、质量、服务等关键环节狠下功夫,如在进口区继续引进大的经销商参与竞争、在不同季节开辟时令水果专区等。

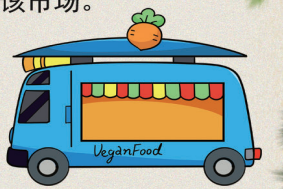
“尤其在做大国产水果方面,我们鼓励市场经营户注册企业和商标,尝试果品产地直发,同时提高选果标准,做大自有品牌,打造从田间到餐桌的垂直供应链体系,扩大企业本身乃至整个宁波果品批发市场的影响力。”王辰浩说。

这些措施初见成效。截至目前,该市场的日成交量已恢复至去年同期水平的9成。

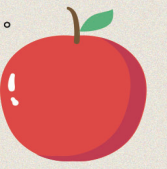
(孙佳丽 叶佳)

图 示

宁波果品批发市场成立至今已经**35**年了。从仅拥有商品集散功能,到兼具信息发布功能、价格形成功能、社会服务功能;营业额从2000年的**不足1亿元**增加到2019年的**19亿元**。目前,平均每天有**6000**辆车进出该市场。



以常年稳居销售榜第一位的苹果为例,上世纪八九十年代,宁波人最常吃的是山东国光苹果,现在,市场里有来自国内外的苹果近**40**种。根据产地、产量、口感、大小的不同,每千克苹果的批发价最低**7元**,最高可至**60元**。



2004年前后,宁波市场上的进口水果只有**10**个品种。如今,进口水果种类多达**50**种,泰国榴莲、泰国山竹、越南红心火龙果成为我市进口水果消费市场的“主力军”。据宁波海关统计,今年1月至4月,我市进口鲜、干水果及坚果价值**4亿元**,同比增长**2.7**倍。



受疫情影响,今年1月至4月,宁波果品批发市场国产水果的交易额同比下降了**40%**。目前,该市场国产水果每天的成交量在**1200**吨左右,成交额超过了**500**万元,已经恢复到去年同期水平的**9**成。



制图 张悦

宁波人偏爱高品质水果

“其实全国水果市场里的人都知道,有最好的、最贵的水果,就卖给宁波人。因为宁波人对水果价格不是十分敏感,但对水果的品质要求却很高。”已在宁波果品批发市场打拼了10多年的廖剑新告诉记者。

作为市场里国产水果价格卖得最高、销量最大的商家,廖剑新的经营秘诀是做品牌、卖口碑。

长久以来,我国水果市场产品多、品牌少;普通品牌多、知名品牌少。自2006年扎根宁波后,廖剑新一直有做自有品牌、注册自有商标的想法。“当时申请注册商标的人特别少,我记得为了注册商标,曾被人忽悠了1万多元,后来就熟门熟路了。这几年,市场管理方也一直引导、支持我们经营户做品牌。”廖剑新说,现在他已经拥有10多个品牌,经他的手销售出去的水果80%挂上了“金鑫佳多果”的品牌。

有品牌、价格高的背后,是廖剑新十几年如一日对水果品质的把控。品质把控有多重要?廖剑新给记者举了个例子:去年,大连樱桃

的主产区购置了一台价值3000多万元的进口选果机,专门测量樱桃是否达标,结果,这种按照直径大小选出来的果子,市场并不买账。今年,大连樱桃在去年“比大小”的基础上增加了糖度、硬度、甜酸度等测量指标,品质达到了历史最好水平。在宁波市场,大连樱桃的每日销量从2月底开始就稳定在10吨左右,批发价格稳定在每千克100元,无论价格还是销量都十分坚挺。

为了保证果品质量,廖剑新在广西、海南、宁夏等地承包了1000多亩果园,专供宁波市场,还专门针对不同的水果制定了专属“金鑫佳多果”的选果标准,颜色、口感、大小均高于市场平均水平。

支撑着廖剑新做大做久自营品牌的,是宁波市民强大的购买力。据统计,仅国产水果,宁波果品批发市场现在每天的成交量就在1200吨左右,成交额超过了500万元,已经恢复到去年同期水平的9成。凭借品质优势,“金鑫佳多果”此次受疫情影响最小,其销量早在4月底就已经恢复了正常。

“宁波的进口水果大多从广州进口水果批发市场进货,而该市场内品质最好、价格最高的果品大多是为宁波人准备的。”俞永明告诉记者,宁波人吃水果讲究得很,榴莲要吃又糯又甜的,山竹要吃又白又鲜的,他每天进的两车进口水果都能卖完,其中中高端果品更是一到货就被抢空。

前两天,南洋水果行到了300多箱新西兰“爱妃”苹果,

批发价每箱600元,重约10千克,不到一小时,就被各路经销商抢空。“这种高品质的进口水果,在宁波根本不愁卖。”一位姚姓经销商告诉记者。

除了从广州进货,还有不少果品直接从国外“打飞的”来到宁波市民家中。据宁波海关统计,今年1月至4月,我市进口鲜、干水果及坚果价值4亿元,同比增长了2.7倍。

原生态果品大受欢迎

相比前两位水果批发行业的老前辈,宁波果汇佳果品有限公司总经理田晓城是个年轻的“90后”。小田的父亲在宁波果品批发市场扎根20余年,其经营的田氏果品在市场里也小有名气。谈起批发理念,田晓城这个“果二代”显然有自己的想法。

“在我看来,宁波市民更偏爱原生态的水果。”田晓城认为,部分果农在种植水果的过程中急于求成,有些会过量使用化肥,有些会使用催熟剂,在越来越讲究绿色环保和健康消费的当下,这些种植方式显然违背了人们对于水果品质的追求。

从去年起,田晓城在广东包下一片果园,专门种植古法凤梨。果园里使用豆奶发酵后制作的肥料,哪怕行情再好,仍坚持让凤梨自熟。这种古法种植的凤梨,每千克批发价比市场均价高出0.6元至0.8元,但每次货到就能立马被抢空。目前,田晓城的果园里今年产出的40车凤梨已经卖得一个不剩。

“经销商们超高评价的反馈,

让我做原生态果品的种植、批发、零售更有底气了,我想做一名‘大自然的搬运工’。”田晓城透露,他父亲批发出去的凤梨,评价没有他的高。

今年新冠肺炎疫情的出现,还催生了社区团购、直播带货等新型水果销售渠道。眼下,尽管已经进入“后疫情时期”,这些新型水果销售渠道仍热度不减。田晓城是宁波果品批发市场中最先介入新型销售渠道的果商之一,目前,面向社区团购、直播带货、微商等的供货量,已占到“果汇佳”销量的10%左右。

这两天,田晓城正在为自己水果品牌的推出做准备。与廖剑新已经在经销商圈子里打响的“金鑫佳多果”不同,他想做的是面向C端消费者的品牌。“要说这两年热度上升最快的水果品牌,非‘怡颗莓’莫属,这个美国品牌有自己的蓝莓专利品种和生产基地,偏爱蓝莓的宁波市民对它已经不陌生了。我想做的,就是宁波的‘怡颗莓’。”田晓城说。

水果消费将走向产地市场

回顾宁波果品批发市场的发展史,可以窥见上世纪80年代以来宁波市民在水果消费上的转型升级。

从上世纪80年代至今,宁波果品批发市场经历了从商品集散地到综合服务地的转变,从大棚里摆摊到商场化销售,从自产自销到企业化、品牌化经营,从实体店卖到线上线下相结合,在这一系列转变的过程中,“宁波果小二”的形象越来越深入人心。目前,平均每天有6000辆车进出宁波果品批发市场。

果品批发市场的生意越做越大,宁波市民也从季节性很强的地产水果吃到了省内水果,从国产水果吃到了全年供应不断的进口水果,品种越来越丰富,规格越来越多元化。

以常年稳居销售榜第一位的苹果为例,在上世纪八九十年代,宁波人最常吃的是山东国光苹果,而现在,光是苹果的种类就有近40种,其中不仅有来自甘肃、新疆、山东、河南、陕西等地的各类国产苹果,还有来自美国、加纳等国的进口苹果。根据

进口水果需求量增加

南洋水果行,是一家有着17年历史的进口水果批发行。老板俞永明在批发进口水果之前,已经做了10多年的国产水果批发生意。“在水果批发领域,国产水果和进口水果的批发模式完全不同,我这一变,基本相当于‘转弯’。之所以下决心做改变,是因为我看到宁波市民对进口水果的需求量很大,但当年的市场供应却远远跟不上。”俞永明说。

2004年8月,南洋水果行在宁波果品批发市场正式开张。据俞永明回忆,当时宁波市场上可以买到的进口水果主要是美国橙子、泰国山竹、越南红毛丹及泰国龙眼等,

共计10个品种,每天的销量只有5吨左右,其中,泰国山竹的批发价达到了每千克40元。

如今,宁波市场上可以买到的进口水果多达50种。销量增长快的进口水果,同比已经增长了几十倍,畅销的果品与之前相比也有所变化。目前,泰国榴莲、泰国山竹、越南红心火龙果成为霸占宁波进口水果消费市场的“主力军”。以榴莲为例,15年前的南洋水果行一周勉强能卖100箱,现在一周2000箱还不够卖。15年前很高端的进口水果,如今变得“亲民”了,其中泰国山竹的批发价已降至每千克24元。



市场经营户廖剑新展示他注册的十多个品牌商标。

古法种植的风梨迎来大丰收。



本版摄影 刘海曙 孙佳丽