

# 上海蔬菜集团七十载坚守保供初心，构建多元产业体系 筑牢城市农产品供应韧性底板

文/ 束涵

## 初心如磐，筑牢城市生命线

七秩春秋栉风沐雨。从计划经济年代的统购包销，到市场经济浪潮中的转型探索，再到新时代超大城市保供体系的迭代升级，上海蔬菜(集团)有限公司(以下简称“蔬菜集团”“集团”)始终与城市发展同频共振。每天清晨，当申城市民走进菜市场挑选新鲜食材，或轻点手机下单新鲜农产品时，这份“菜篮子”里的安稳与丰盛，正是蔬菜集团七十载坚守保供初心的生动注脚。

历经时代淬炼，从1956年成立至今，蔬菜集团已实现从基础保供者到农产品流通生态构建者的战略跃迁。不仅筑牢了“量足价稳、安全优质”的城市生命线，更以多元产业体系为骨架，以数字化转型为引擎，持续锻造超大城市农产品流通韧性的韧性。

面向未来，蔬菜集团将始终坚持“高效流通为农民，安全诚信为市民”的企业宗旨，在践行光明食品集团“产业攀升、主业利润倍增”的道路上稳步前行，持续筑牢超大城市农产品供应的韧性底板，以实际行动诠释国有企业的使命与担当。

保供，是刻入蔬菜集团七十年历程的使命初心。这份担当，体现为一组沉甸甸的数字：目前，其在上海市场的蔬菜、肉类、水果批发交易量，达到70%、60%和50%以上的份额。这不仅是市场地位的证明，更是保障超大城市核心供给生命线的直接写照。

通过践行“跟着纬度吃菜”的战略布局，蔬菜集团构建起成熟的产销对接体系，从容应对上海“冬夏两淡”。甘肃、宁夏等高原产区，凭借充足的日照和显著的昼夜温差，孕育出口感脆甜、品质出众的“高原夏菜”。这些产品因病虫害少而被视作天然绿色的名片，成为补充上海盛夏餐桌、平抑季节性价格波动的中坚力量。

多年来，集团坚持“跨前一步、主动出击”，由集团领航、各批发市场组建专业团队，常态化深入宁夏、甘肃等产地一线，实地勘察种苗培育、田间管理到采收处理的全流程，重点评估基地在应对极端天气、品质管控和冷链运输等方面的综合能力，为“夏淡”期间的稳定供应夯实了坚实的货源基础，确保高原的“清凉滋味”能高效、高质量直达申城。

这种布局，追求的不只是“量足”，更是“品优”，让市民的餐桌随季节流转而常新。一个生动的注脚是小小的蚕豆：为满足市民对春日时鲜的喜爱并稳定价格，作为长三角地区规模最大的蚕豆集散中心，江桥批发市场持续对接优质货源，它的产区从云南扩展至福建、浙江、江苏等地区，纬度跨越近半个中国，单季的销售量就近6万吨，印证了市场流通的高效性与保供能级的强大韧性。

截至2025年底，集团旗下的蔬果基地已达230个，并与全国352家生猪屠宰场建立了稳固的供货关系。这背后，是从“被动接收”到“主动掌控”的经营思维之变，更是将保供主动权握在手中、让市民“吃得更好”的责任体现。

筑牢了保供的“广度”，还需夯实安全的“深度”。集团将食品安全视作生命线，构建起以“两墙四关”为核心的管控体系，严格执行“先检测、后销售”，旗下各大批发市场均配备专业检测室，核心市场具备CMA

计量认证资质，检测能力持续提升。2025年，集团累计检测农产品样本近152万个，对不合格产品坚决销毁。近年来，西郊江桥公司检测站通过实验室CMA扩项至76个，江杨公司新增43项液质检测项目、26项快检项目，检测精度与效率再攀新高。这套严密的体系，是对“舌尖上的安全”的庄严承诺，从源头守护“吃得更好”的基石。

真正的“底板”成色，总在急难险重关头充分展现。每逢台风暴雨、严寒冰冻等灾害性气候，集团都将国企承担的社会责任放在第一位，以最快速度启动应急响应，打出一套“组合拳”：一方面，加强全国货源调度，将兰州、张北等地蔬菜日均调运量提升至约1500吨，并从云南、贵州、四川等地紧急调配黄瓜、番茄填补缺口；另一方面，主动让利惠民，累计减



夯实菜肉蛋基础品类供应，筑牢城市保供底板。

免绿叶菜进场手续费达350余万元，有效降低了流通成本。一系列精准有力的举措，迅速稳定了市场预期与价格，证明了其在风雨来时稳得住、托得牢的“压舱石”本色。

## 战略跃迁，构建多元产业体系

从“保供稳价”的托底者，到“美好生活”的赋能者，蔬菜集团主动打破“蔬菜批发”的单一标签，实现从专业市场运营商向产业生态构建者的战略跃迁。这场深刻的自我革新，根植于对城市发展需求和消费升级趋势的洞察，最终外化为一个功能互补、层次分明的多元产业体系。

这一跃迁的轨迹，首先清晰烙印在旗下各大实体市场的转型升级中。传统的批发市场不再是简单的交易场所，而是向供应链整合、品牌孵化、消费体验等高价值环节延伸。江杨农产品批发市场的蜕变，是一个极具代表性的案例。聚焦高品质蛋白这一消费趋势，江杨市场成立冻品品牌交易中心，深耕中高端进口牛肉赛道，通过链接全球一线牧场与经销品牌，成功打造集贸易、展示、信息于一体的冻品交易枢纽。目前，经由江杨板块流通的中高端进口牛肉贸易和销售在全市的份额持续走高，成为保障高品质蛋白供给、赋能上海国际消费中心建设的“上海样板”。

而在上海的另一端，西郊国际农产品交易中心则展现出另一种“国际范”。它充分发挥口岸优势，实现了进口水果落柜业务“从无到有”的突破，2025年全年完成进口水果落柜1789柜。通过“一日通关即上市”等高效服务，东南亚热带水果、欧美高端肉类得以快速进入国内市场。西郊国际不仅是进博会“6+365”常年展示交易平台，更是将全球优质食品引入中国市场的“首发站”和“辐射源”。

各个市场“点”上的突破，系统性地融入集团“面”上的宏大战略蓝图——构建覆盖上海、辐射长三角的“四大市场群落”。这一布局旨在形成功能协同、错位发展的网络化体系：南郊国际项目被定位为未来上海南部重量级的农产品资源配置中心，正稳步推进方案深化，着眼于保障城市长远发展的战略空间；集团成功取得“花木幸福里-樱花市集”的经营权，该项目拟与杨高南路地块项目实现业态联动，围绕“一高一低”“一大一小”布局构建全链条产业链服务体系，筑牢浦东保供阵地；而既有的西郊、江杨等核心板块，则持续进行功能优化与能级提升。如此，一张由中心批发市场、区域批发市场、专业特色市场构成的多层次流通基础设施网络已然成型，极大增强了城市农产品供应链的韧性和弹性。

产业的拓展并未止步于批发环节，而是坚定地走向供应链两端延伸。在贴近市民的终端，绿欣公司、北市公司积极探索社区菜店和标准化菜场运营，打造“绿欣鲜菜”品牌，推出“上蔬生活荟”新范本，推动一级批发市场的资源优势下沉社区，让市民更方便地买到平价、安全的“光明”食材。在配套服务业方面，集团灵活盘活存量资产，推动“滨江景最大酒店”向人才公寓转型，并成功运营乐缤纷公寓项目，实现了资产效益提升与主业配套服务的双赢。

随着物流枢纽的骨架日益强健，蔬菜集团将变革的焦点投向更内核的层面：用数据流重塑商流、物流，将传统的农批枢纽升级为智慧、敏捷、可信的现代农产品供应链节点。

在生产一线，体现为对传统交易流程的重塑与效率的极大提升。曾经依赖人工过磅、填单、收费的繁琐流程成为历史，“无人过磅”系统的成功应用，使得车辆进场效率大幅提高；预登记小程序，实现了进场车辆与货物的数字化“报备”，系统同步追踪从原产地到市场的全程动态——包括发货时间、在途数量、实际进场及出场数量等关键数据，不仅保障了日常稳定供应，也为应急响应与快速响应提供数据支撑。这些“滴灌式”的技术应用，看似微小，却从根本上优化了客商体验，降低了市场综合运营成本。

数字化的价值远不止于流程自动

## 数智赋能，重塑供应链内核

化，更深层在于对“人、货、场”的精准洞察与精细化运营。集团各市场正利用数据为客商“画像”，构建数字资产。江杨公司通过汇聚各场景数据，对客商属性、交易习惯进行多维度分析，逐步建立数字化档案。江桥市场推广的电子记账功能，已吸引数千家供应商与采购商注册，形成了真实的交易数据流。这些数据沉淀，使得市场管理者能够超越感性经验，精准识别核心客商、洞察品类趋势、优化资源配置。

线上平台的构建，则是集团打破物理时空限制、拓展服务边界的关键一跃。“上蔬云采”OTO农产品交易平台的建设是这一领域的核心工程。它不再仅仅是线下交易的补充，而是致力于打造一个联通供需的线上生态，搭建覆盖蔬菜、水果、肉类等品类的线上商品库，吸引采购商线上看货、下单。2025年，平台

重磅发布“上海蔬菜集团农产品批发交易行情”功能，精准赋能客商经营，并进一步明确“线上赋能线下”的逻辑，致力于构建各大市场联动的“业务联盟”与线上“虚拟商品库”，探索线上线下融合共生的新批发模式。这标志着集团在运用数字化手段破解产销信息不对称难题、升级城市保供稳价能力方面迈出关键一步，为七十载民生服务注入数字新动能。

各业务单元的数字能力，最终汇聚并提升至集团战略层面，形成系统性的“两张网”建设蓝图——即“数据信息情报网”和“线上综合交易网”。在此框架下，集团成立信息数据情报中心，旨在挖掘海量交易数据的价值，建立健全农产品价格采集发布机制，甚至研发可交易的数据产品，推动数据从运营副产品向核心生产资料的转变。

## 价值延伸，服务国家战略

当变革浪潮淬炼出高效、精准的供应链能力时，这股力量并未止步于服务城市本身。蔬菜集团主动将其在渠道、品牌、数据与品控领域的核心能力，转化为服务国家战略的公共产品，精心运营上海市消费帮扶工作平台，从“满足一座城”向“赋能一片区域”拓展，为跨区域资源优化配置、助力乡村振兴注入持续动力。

这一体系的核心，是以市场化为导向的“百县百品”品牌工程。平台并非简单的采购通道，而是扮演了严格的“选品人”与“品牌建筑师”角色，从对口帮扶地区海量农产品中，遴选出具有市场潜力的特色产品，并对其进行标准化、商品化改造，让“土特产出山”更具竞争力。

通过持续数轮的严格评审与培育，平台成功打造出覆盖9大类907个产品的优质产品库，其中42款年销售超千万级的爆款产品成为连接产销的坚实纽带。线下，由21家百县百品直营店、26家消费帮扶生活馆及259家消费帮扶专柜构成的立体销售网络，搭配拼多多、盒马鲜生等电商帮扶专区，让远道而来的“山货”无缝走进都市消费者的日常生活，实现社会效益与市场效益的双赢。

转变，发生在成功激活的产业中。云南昭通苹果，曾因外观粗糙而卖不上价，当地果农一度砍伐果树改种其他作物。通过消费帮扶平台的品牌重塑、物流保障与全渠道营销，特别是借力

“百县百品”直播间的流量赋能，这颗“丑苹果”以其内在的脆甜口感征服了市场，实现价格与销量的双双跃升，不仅让果农重拾种植信心，更带动了当地物流、包装等配套产业发展。这揭示出帮扶的深层逻辑：并非简单的单向援助，而是通过现代商业体系，重新发现并兑现产品的真实价值，让帮扶地区在市场竞争中占据主动。

“牵定蚕豆”的产业培育同样具有典范意义。团队在调研中发现当地土壤、气候适宜种植蚕豆且契合上海市场需求后，派出涵盖技术与市场的综合小组，通过带技术、带种子、带经营户上门，手把手指导农户种植，免费培训营销与检测人员，并在集团农批市场开辟专区推广。如今蚕豆已成为牵定农业支柱产业，年种植面积达1.5万亩，产值7200万元，这一模式实现了从“输血式”帮扶到“造血式”产业培育的质变，将集团的产业链专业能力，转化为带动一方百姓稳定增收的可持续发展动力。

“同心圆”的边界仍在创新中不断拓展，演化出“消费帮扶+”的融合新模式。集团积极推动消费帮扶与文旅、教育、非遗传承等领域深度融合，组织大型展销会、开展“致富带头人”培训，在帮扶地区尝试“沉浸式

直播”，将产品销售与文化传播、技能提升有机融合。建水紫陶作为“百县百品”文创和非遗类帮扶产品，通过平台推广不仅实现年销售额数十万元，更照亮了红河州特殊教育学校学生的成长之路，让非遗技艺成为带动增收的“金钥匙”。这些尝试将一次性的商品交易，转化为持续的文化交流、技能提升与品牌体验，为对口地区注入了更丰富的发展要素，让帮扶的内涵更加立体多元。

立足“十五五”新起点，蔬菜集团表示，将锚定“124”发展战略，扛稳保供使命，实干为要、创新提质、奋勇登高，构建绿色低碳、安全可控、高效协同、智慧赋能的现代化农产品供应链枢纽。在新的征程上，集团将持续推动从基础保供向供应链价值链的跃升，以数据赋能生产端优化，以品牌提升产品附加值，以渠道拓宽市场覆盖面，在“让市民离不开光明”的使命践行中，努力成为服务城市战略、赋能美好生活的关键支撑力量，为国家战略落地见实效书写更精彩的实践答卷。



创新赋能乡村振兴，开展“百县百品”产地直播(云南普洱宁洱县)。



加强农产品检测，严把食品安全关口。



打破“蔬菜批发”单一标签，构建多元产业体系。



满足高品质消费需求，开设江杨市场冻品品牌交易中心。



链接全球一线牧场与经销品牌，打造集贸易、展示、信息于一体的冻品交易枢纽。



上海市外延蔬菜生产基地

蔬菜集团坚持“跨前一步、主动出击”，将保供主动权握在手中，让市民吃得更好。



上海蔬菜集团外景图。