

首农：城市健康的“麦田守望者”

5127吨、6631吨、11706吨……这些数字是在北京新冠疫情小范围反弹后，首农食品集团向北京紧急调运的蔬菜数量。这不仅是首农食品集团为保障北京居民基本需求付出的努力，也是其“菜篮子”“米袋子”“奶瓶子”和“肉案子”功能的具体体现。值得注意的是，在过去几年中，随着北京功能定位的调整以及消费市场规模的不断扩大，首农食品集团在大健康领域不断布局，并依托京津冀走向全国，甚至拓展至全球市场。



疫情期间保障基本需求

2020年初，新冠肺炎疫情暴发，首农食品集团保障居民基本消费需求义不容辞，通过保供稳价守护好市民的一日三餐。

据了解，首农食品集团素有北京居民“菜篮子”“米袋子”“奶瓶子”和“肉案子”之称。

2月初，在新冠肺炎疫情暴发初期，首农食品集团的食用成品粮库存达到了9.2万吨，旗下三元食品的北京、河北两个加工园区，春节期间人员、设备开足马力保证生产和市场供应。

当时，三元食品的库存总量超过1万吨。首农食品集团生产的米面肉油蛋菜奶商品库存近30万吨，粮食的库存达到370万吨。

截至2020年4月底，三元食品累计向市场提供乳制品近16万吨；首农食品集团旗下裕农公司从大年三十开始每天向市场提供新鲜蔬菜50吨；370万吨粮食库存为加工企业生产提供充足货源；大红门累计屠宰生猪近128万头，销售白条猪、分割品12.4万吨；截至4月4日，月盛斋牛羊肉库存6000吨。

“手中有粮，心中不慌。”上述一串串的数字，稳定了春节后以及疫情暴发初期的市场供应和价格。

进入6月，北京新冠疫情出现了小范围的反弹，北京蔬菜价格面临上涨的压力。

此刻，首农食品集团当仁不让。6月19日“首农食品集团蔬菜进京协调办公室”在河北高碑店落户，截至6月23日，高碑店办公室累计组织6258吨蔬菜投放北京市场。6月22日，首农食品集团“首农·平谷马坊应急蔬菜进京协调办公室”在平谷区马坊进京蔬菜中转站正式挂牌，2天即组织368吨蔬菜投放北京市场。6月23日，首农食品集团在廊坊市万庄服务区设立“首农·廊坊万庄应急蔬菜进京协调办公室”，当天即组织5吨蔬菜进京。

有了稳定的供应，6月20日，北京18家连锁超市全部承诺，对10种与百姓生活相关的蔬菜锁定价格，一个月内不涨价。

板块升级顺应多元趋势

在战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊看来，此次疫情期间，北京市场各方面的供应难点不仅在于组织货源保障供应，更重要的是，如何满足居民的多元化消费需求。

与数十年前相比，如今北京居民的消费水平已经不可同日而语。2019年，北京实现市场总消费额27318.9亿元，比上年增长7.5%。其中，社会消费品零售总额12270.1亿元，增长4.4%。吃类商品消费2817.2亿元，增速达7.6%，其中一部分是价格上涨所致，2019年，北京市场食品价格上涨6.2%。

收入增加使得居民消费需求呈现多元化趋势。仅以蔬菜为例，上世纪七八十年代，北京居民的冬季蔬菜主要为冬储大白菜，每斤的价格只有几分钱。据报道，2019年，虽然蔬菜整体价格有季节性上涨，但冬储菜价格仍处于五年低位。以白菜为例，2019年11月，白菜每斤价格为0.43元。

居民需求多样，首农食品集团的供应也随之升级。

首先，变化最大的是蔬菜供应。随着人们生活方式的转变，简单、快捷成为上班族所青睐的生活方式，加上受多元饮食文化的影响，“即食”“即用”蔬菜的消费习惯正在逐渐养成。首农食品集团旗下裕农公司在北京家乐福、盒马鲜生、永旺、罗森、好邻居、邻里家等十余个系统近600家商超门店中，通过线上线下结合的方式，逐步在零售端树立起裕农品牌形象，使C端市场成为裕农公司新的增长动力源。

在禽蛋领域，首农食品集团旗下峪口禽业累计推广40亿只蛋种鸡，国内市场占有率已达半壁江山，扭转了“洋鸡”一统中国蛋鸡江山的历史格局，从源头上保障了种业安全。

除提供产品外，首农食品集团提出“美丽首农”的策略，重点发展农业观光、农务体验等服务，满足北京市民对农业休闲体验的需求。

布局全国资本走向国际

首农食品集团相关负责人对北京商报记者表示，首农食品集团之所以可以快速发展，满足北京居民多元的需求，得益于农业供给侧结构性改革，促进产业结构调整和转型升级的政策。

首农食品集团于2017年12月由北京首都农业集团有限公司、北京粮食集团有限责任公司、北京二商集团有限责任公司3家企业联合重组成立。重组后新公司资产、营收双双超过千亿元，拥有三元食品、古船、六必居、王致和等一批老字号品牌。

2018年，首农食品集团实现营业收入1266亿元，增速超过10%。归属于母公司所有者的净利润达25.89亿元，同比增加21.66%。2019年，首农食品集团实现营业收入11.98%的增长，利润同比增长22.38%。2020年一季度，首农食品集团营业收入316.97亿元，同比增长7.57%；利润总额3.17亿元，同比增长10.65%。

随着规模的扩大和京津冀一体化战略的实施，首农食品集团加快了全国布局。首农食品集团将很多产能迁移到河北。在离北京不远的河北定州，从种植饲料到饲养畜禽再到加工运输，首农食品集团在这里建了一个肉品加工全产业链，从定州生产的牛奶和肉制品，可以直接冷链运输到北京。

截至目前，首农食品集团近年来在京冀地区的投资额已达110亿元，带动当地超过30万人增收致富，预计未来投资额将接近600亿元。

在国际市场上，首农食品集团也在积极布局。2017年，首农食品集团与复星、分众传媒集团以及多家投资机构共同成立了总额40亿元的北京健康消费产业投资基金，在现代都市消费品工业及技术模式创新领域进行投资，其中还包括对老字号的保护；目前第一期12亿元已投向了具体产业，包括都市消费和食品产业。

2018年，三元食品联手复星收购法国健康食品企业Brassica Holdings 100%股权。据悉，这家法国公司旗下拥有法国知名的健康食品品牌，此次收购也对首农食品集团旗下三元食品布局大健康产业具有推动作用。目前，三元食品收购了包括拥有国内中高端冰淇淋第一品牌“八喜”的北京艾莱喜食品有限公司、与普度资本（加拿大）设立合资公司收购了拥有加拿大高端有机鲜奶品牌的Crowley公司100%的股权。

2019年，首农食品集团提出了到2025年实现“收入利润翻一番，跻身世界500强”的战略目标，建立了“立足北京、依托京津冀、布局全国、走向国际”的产业新布局。北京商报记者 李振兴

