



2013年，作为沪上首个“批零同营”大型农产品市场的曹安市场将正式关闭歇业。
摄影/杨建正

直挂、直供、直销等形式，将蔬菜直接运进市区菜场、宾馆及国有企业食堂。

上世纪70年代末，由于海洋渔业资源明显衰退，传统的海洋经济鱼类日趋减少，上海市场出现“买鱼难”。上海市委市政府认为，原有的以海洋渔业为主的生产方式已不能满足群众对水产品的需求，需要在市郊建设商品鱼生产基地。

1985—1988年，上海利用世界银行贷款和财政支出，在郊区的低洼地、滩涂和农田的边角地开挖了15.8万亩商品鱼池塘，水产养殖技术和水产养殖品种随之步步攀升，鱼塘平均亩产达357公斤，上海市民买鱼终于不用凭鱼票了。

有菜有鱼还要有奶。上海的“奶瓶子”建设甚至比“菜篮子”还早，上世纪80年代初，上海市农场管理局就相继部署在南片5个农场中建成各有1000头奶牛的牧场，在崇明建立8个牧场，为解决上海市民“吃奶难”奠定了初步基础。“菜篮子工程”提出后，“奶瓶子”被纳入其中。到20世纪90年代中期，市民“吃奶难”问题已基本解决，开始由“喝到奶”向“喝好奶”迈进。当下，申城已建立牛奶全产业链可追溯系统。

线上线下都好买

菜市场是“菜篮子工程”的终端，更是市民生活中重要的公共场所。近年来，上海新建居住区或旧区改造过程中，原有菜市场服务范围相对较大，购物环境拥挤，甚至出现某些服务盲区，某些区域的菜市场配套设施不完备，如没有停车场、部分菜场无防疫设施、管理不够规范、食品安全得不到充分保障。

为了让市民买菜方便、便宜、安全，上海市政府先后颁布了《上海市菜市场布局规划纲要》和《上海市食用农产品批发和零售市场发展规划》，对全市菜市场布局提出了指导性意见。这些都为“菜篮子工程”规划的编制提供了扎实有效的依据。

近年来，上海“菜篮子工程”在注重标准化菜市场建设的同时，加大了行业龙头兼并重组的力度，不少品牌销售额从千万元级走向亿元级。


上海的菜市场配置，从马路菜场转入室内菜场。室内菜市场销售的农副产品种类多、包容性大、选购自如方便，仍然是主导业态。

近年来，申城又出现了各种生鲜网订到家的新零售业态，还有依托“自动售货机”和“生鲜自助提货柜”两种形式的“社区微菜场”。

上海“菜篮子工程”在追求品牌的道路上持续发展和提升。自上世纪90年代开始，上海的“菜篮子工程”已告别了“小打小闹”，连锁超市、大卖场业态领跑全国，成为在全国率先走上食用农产品流通渠道品牌化道路的地区。

专业菜市场管理公司经营的品牌菜市场在上海成为行业主流，比例达到50%以上，它们结合所在地区市民需求不断推出个性化服务，广受好评。

在搞好“大流通”的过程中，上海建起几家大型的全国性农产品批发市场，外地“客菜”源源不断涌入。上海在全国率先提出的“菜篮子工程”建设，终于破解了超大型城市的副食品供应难题。

如今的上海“菜篮子工程”，已在保供应保质量的基础上，逐渐向品牌化、外延化扩展，是申城的一张“民生名片”。

2011年，青浦区春鸣农业合作社在武宁路家乐福门前设立了蔬菜零时销售点，由于临时销售点卷心菜的单价比菜场内便宜，吸引了很多市民购买。摄影/陈意俊

