

◎联合主办

北京市食品药品安全委员会办公室
北京市市场监督管理局

◎支持单位

国家食物与营养咨询委员会 北京市食品安全企业联盟委员会
北京市消费者协会 北京烹饪协会 北京农业产业化龙头企业协会

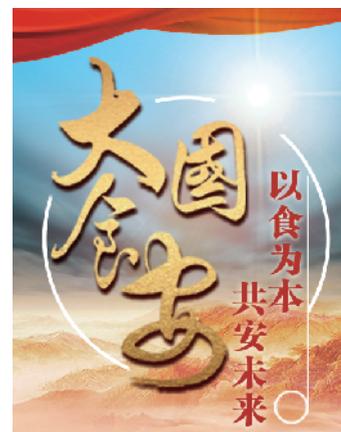
顾问:陈秀华 监制:刘天威
主编:李涛 副主编:李标

近日,2022年服贸会国家会议中心和首钢园两大展区正式开放,今年有超过400家世界500强和国际龙头企业线下参展,71个国家和国际组织参展,八方来宾汇聚一堂只为一个目的——服务合作促发展。

自2012年开始的京交会发展至今,服贸会作为全球首个服务贸易领域综合性展会,与中国进出口商品交易会(广交会)、中国国际进口博览会(进博会)并列为中国对外开放三大展会平台,共同彰显了中国共促服务贸易、加大开放合作的决心。



首农食品集团党委书记、董事长王国丰一行来到“首农大厨房”展位参观指导。



■ 导读

展市监队伍风采 铸综合执法铁军

——北京市举行市场监管综合执法大练兵大比武暨集体宣誓仪式活动

—— 详见03版 ——

北京开展秋季开学 校园食品安全专项检查工作

—— 详见03版 ——

北京市市场监管局通告 9批次食品抽检不合格

—— 详见04版 ——

北京新发地: 节前猪肉需求量大价格略涨

—— 详见13版 ——

2022北京餐饮品牌大会举办

—— 详见17版 ——

老字号 新模式 首农食品集团精彩亮相服贸会

首农大厨房“新”模式亮相服贸会

今年服贸会上,作为首都食品集团新型供应链代表企业,首农大厨房公司代表集团在5号供应链及商务服务专题展览展示。

集团党委书记、董事长王国丰及相关部门一行来到“首农大厨房”展位参观指导。“首农大厨房”负责人陪同,董事长参观了集团全系列产品展示和“首农大厨房”服务内容,对现阶段工作表示肯定,同时强调,“首农大厨房”要以业务为导向为抓手,科学制定大厨房销售工作方案,统筹推进销售队伍、营销体系建设,规划好任务目标、主要内容、具体措施,合理规划资源配置,挖掘业务拓展潜力,市场化做好人员奖励激励,构建以“首农大厨房”销售为引领的大营销格局,在实现转型发展上取得更大突破。

本次展会上,“首农大厨房”携集团全系列产品,展示了采购、销售、物流三项联动的新型供应链运营模式,汇集了服

务保障、福采团购、冷链与供应链物流、大宗食品采购、团膳业务以及电子商务等6大服务保障体系,开展六个“优智”品牌服务,满足客户各种需求。

“首农大厨房”着力构建“控两端、带一链、三共享”的首农食品集团新型供应链体系,专注于、致力于为机关团体、企事业单位提供全品类食材一站式服务。本次参展展位设计简洁大气,展位集中展示全品类食材一站式服务的新型供应链体系,凸显“首农大厨房”作为全品类食材供应、产品检测、物流仓储、服务保障等为一体的专业食材供应链解决方案提供者,专注于全品类、全链条的食材供应链服务。

期间,“首农大厨房”相关业务板块负责人参展,对接业务合作需求,当天对接线上运营、机关团体、礼品采购等多家客户资源,取得了良好的宣传效果,对业务拓展起到了积极的促进作用。



“老字号”组团展现京味道

由北京市商务局组织的老字号展区,集团旗下六必居、王致和、三元食品、京华茶业、三元梅园组团亮相,用老字号产品展现深厚京味儿文化。

进入古色古香的展区内,消费者在炎热的太阳下排队购买三元梅园双皮奶酪,体验非遗祛暑佳品,六必居带来了既保留传统工艺还结合现代需求的低盐酱菜系列产品,产品含盐量降低25%;京华茶业经典号茶和新品袋泡茶茉莉花茶飘香展区;王致和聚焦细分赛道,推出肽鲜料酒;三元极致1+1通过科技为产品赋能。

老字号展区体验的不仅是老味道,更是老字号企业的不断传承创新、砥砺前行,全面展现新时代首都食品的特色风貌。

在集团老字号展区,王国丰详细了解老字号的经营情况、门店数量、产品创新等情况,并强调老字号企业要立足传统,敢于创新,以守正之“心”创产品之“新”,瞄准市场需求,把握消费趋势,加快转型升级,不断激发老字号企业活力。

迎八方来客,共赴服贸盛宴,首农旗下品牌期待各界朋友的到来,9月1—5日我们在首钢园不见不散。

