

北京启动“消费季” 将开展千项促消费活动

本报讯 陈琳 伴随着气温逐渐升高,北京消费市场也在加速回暖。2月底以来,新发地市场举办了多场推介会,外省份的农产品密集进京推介;日前,位于海淀区大钟寺联想桥的直销展开幕,将持续到3月22日。2月底,北京市拉开了“消费季”大幕,活动将持续至今年年底,共举办25项重点活动,各类市场主体将开展千项促消费活动。

直销展迎春,服装美食一站选购

2月25日,位于海淀区联想桥的直销展开帷幕,不仅带来了各式服装,还汇集了国内各地的土特产,以厂家直销的方式为市民提供物美价廉的商品。此次直销展将一直持续至3月22日。

正赶上周末,直销展现场迎来众多市民现场挑选。直销展上不仅有新款春装、苏杭丝绸、外贸服装等,也有羽绒服、保暖内衣、围巾等冬季的尾货,此外还销售床上用品、箱包鞋帽、家具百货。据主办方北京舜航会展公司负责人吕强介绍,这也是3年疫情后,首次在春季举办直销展,此次活动吸引了杭州、苏州、上海、大连、广州等地的服装企业参展,服装款式达到上万款,不少品牌都进行低价特卖,以让利消费者。

直销展现场设的食品展销区是客流最多的,这里有来自全国各地的200多家食品企业带来的南北土特产,有山西的老陈醋、四川的腊肉腊肠、海南的椰子粉、广西的深海丁香鱼等,逛展的市民累了,可以在这里一站试吃各类美食。

各地农产品密集进京推介

今年春节后,沉寂3年的新发地全国名特优会展中心热闹起来,尤其是2月下旬以来,几乎每天一场推介会。广西来宾沃柑、桂林罗汉果和桂

林名特优农产品、达茂草原羊肉等产品推介会相继举办。

来宾市商务局局长梁天喜介绍,来宾是广西传统柑橘产业种植地区,全市柑橘种植面积约80万亩,年产量约200万吨。其中,沃柑约占50%,2022年产量约100万吨。如今,来宾柑橘深受区内外消费者的青睐,是当地农民增收致富的“黄金果”,此次进京推介也是以“政府搭台、企业唱戏”的方式为企业建立了良好的沟通平台。“以此次产销对接活动为契机,把来宾沃柑、砂糖橘等作为‘桂果’系列特产品的拳头产品进行重点培育,发展壮大本地柑橘产业的同时,让来宾柑橘行销之路走得更宽更远。”梁天喜说。

除了举办各类农产品推介会,各地来新发地的考察团也多了起来。近期,就有来自宁夏盐池县、四川资中县、河南兰考县、重庆巴南区等地的政企考察团来新发地参观交流,寻找商机。

宁夏盐池县委常委、副县长白姜江,县农业农村局副局长杨军学一行9人近日到新发地市场参观交流,重点对新发地市场羊肉及黄花菜的销售情况做了调研。在新发地市场5号厅,了解了宁夏农副产品,特别是盐池滩羊肉在北京市场的销售情况。盐池滩羊肉、盐池黄花菜均为国家地理标志产品,尤其滩羊肉肉质细嫩、不膻不腥,是公认的优质羊肉,在新发地市场常年有售。白姜江一行来京调研,也是为了进一步拓宽滩羊肉、黄花菜的销售渠道,更好地带动当地百姓致富。

传统街区消费添数字“新衣”

傍晚时分是簋街最热闹的时候,不少热门餐馆门前已排起长龙,聚集了不少等待就餐的食客,以及等待取餐的外卖骑手。“老板,63号订单。”“75号订单好了吗?”与传统

餐饮街区外卖员混乱取餐场景不同的是,胡大饭馆店员把外卖订单小票在智能设备“出餐宝”上扫一下,附近的骑手就能收到商家已经完成出餐的通知。

“通过云打印机、‘出餐宝’等智能设备,我们从线上接单、上报出餐,再到线下送餐,整个出餐流程相比以前高效多了。”店员说。

近日,簋街成为北京市首批落地的“数字化餐饮街区”之一,街区的不锈钢餐饮商家都体验到了数字化经营带来的可喜改变。针对簋街有经营能力提升需求的商家,东城区一对一为餐厅提供运营指导,上门拜访平台“外卖管家”,助力商家实现堂食外卖双增长。据了解,簋街餐饮商家的智能硬件覆盖率超过了90%,街区超六成商家配备了专门的外卖运营人员,线上生意更加红火。

“北京消费季”提升商圈消费活力

随着“乙类乙管”的实施,北京市消费市场快速恢复,商圈消费活力逐步提升,稳中向好的发展态势不断持续。2月底,2023年“北京消费季”启动,结合全年重要消费节点,将举办全球首发节、国潮京品节、体育消费节、冬至团圆节、冰雪消费节、年货节等具有国际范、中国潮、烟火气特色的标志性系列主题活动。引导市场主体创新开展促消费活动,活跃市场氛围,助力实现2023年总消费增长目标。

从2020年起,北京连续3年举办了“北京消费季”活动,已经成为了北京消费市场的一张新名片。北京市商务局相关负责人表示,“北京消费季”努力做到“让企业唱主角、让百姓得实惠、让市场有氛围”。从今年3月到12月,北京市将通过发放“京彩·绿色”消费券,鼓励消费者购买使用绿色智能商品,持续助力北京国际消费中心城市城市建设。

大兴发出“节俭适度 力争光盘”倡议

本报讯 任珊 一粒米要历经多少工序才能盛进盘中?日前,“节约兴时尚 共创文明城——新时代文明实践推动日”活动在大兴区龙湖时代天街热闹开场。活动通过形式多样的粮食文化展示和多姿多彩的互动体验,号召市民自觉养成“节俭适度、力争光盘”的用餐习惯。

春种一粒粟,秋收万颗子。活动向大家介绍:一粒米历经选种、插播、植保、收割等多道工序,成为盘中餐,一般最快需要3072小时。活动现场的运动发电车深受大家喜爱,体验者一边快速蹬车,一边阅读展板上一粒米从田间到餐桌的全流程,在咬牙坚持中,体验“桌上一粒米,农民一滴汗”的来之不易。

漫步于展板林立的特色展区,一首首节粮古诗词脍炙人口,一幅幅惟妙惟肖的手绘图讲述了汉朝分餐制、唐代和餐制、宋朝公筷等古代餐桌礼仪,吸引不少观众驻足阅览。孩子们低吟浅诵,感悟中国传统餐桌文明和以俭养德的优良传统。

活动当天还特别设置了“光盘”打卡有奖活动,参与者将当日用餐“光盘”照片亲手贴上照片墙,许下“珍惜每一餐饭、节约每一粒粮”的文明承诺。

每个人的小节约,形成全社会的大文明。近年来,大兴区通过开展形式多样的宣传引导活动,全力推动“文明餐桌”“光盘行动”理念形成社会共识。今年,大兴区将继续倡导文明健康、绿色环保生活方式,培育文明习惯,不断提升市民文明素质,助力文明城区创建工作。

北京推动“昌平草莓” 地理标志品牌培育

本报讯 近日,“品京味 游京园”国家地理标志农产品品鉴推介系列活动正式启动,第一期由北京市农产品质量安全中心联合昌平区农业环境监测站共同主办的“昌平草莓”系列活动完美收官。

为了让更多的地理标志农产品走进千家万户,讲好北京地理标志故事,此次活动以“线下体验”为主导,通过科普讲座、多品种草莓品尝、甜品DIY、草莓糖葫芦制作、守卫草莓互动体验、草莓寻宝体验、草莓采摘体验进行地理标志农产品宣传推介,生动展示“昌平草莓”产业发展成果、品牌价值和优势特色,让市民朋友们近距离感受地理标志农产品所承载的文化底蕴和内涵。活动进一步推动了地理标志与乡村振兴有机融合,促进区域特色经济发展。

作为北京著名的果品产地,“昌平草莓”的主要生产区背山向阳、光照充足、水源丰富,地区小气候优良,微酸性的沙质土壤,土层厚、透气性好、保肥保水,给草莓提供了最适宜生长的土质,成就了“昌平草莓”独特的气质。

科普讲座在“寻觅京味 国家地理标志农产品系列宣传片——昌平草莓”中正式开启。以“昌平草莓”为依托,生动讲述了草莓的历史发展,生长环境、品种培育,技术支撑和政策扶持现状。用最专业的视角揭开一段段妙趣横生的乡村振兴新风貌。

活动现场,多位市民现场品尝鉴定,专家介绍对比不同品种草莓外形、口味的差别。娇艳欲滴的“红颜”、香气浓郁的“隋珠”、软糯香甜的“圣诞红”、肤白味美的“粉玉”……30余个集颜值与美味的草莓品种,获得市民群众的一致好评。

北京市农产品质量安全中心努力打造一批绿色、高质、高效的农产品生产基地,坚持以产业塑造、科技引领、标准支撑、营销推广为途径,强力推动“昌平草莓”地理标志农产品品牌培育,提升市场竞争力和产品附加值,着力打造“特而美”“特而优”“特而强”的地理标志农产品,建立健全地理标志农产品保护与产业发展的长效机制,推动农业高质量发展,为实现乡村振兴和农民致富提供新的支撑点。

(东方网)

■ 相关新闻

北京消费季“品顺义·乐生活”正式开启

本报讯 赵述评 为加快推进国际消费中心城市建设,进一步推动顺义消费市场复苏繁荣,营造多方联动的促消费氛围,按照北京消费季总体活动安排,2月28日,北京消费季之“品顺义·乐生活”消费季启动仪式在顺义金街华联购物中心正式拉开序幕。

据介绍,2023年顺义消费季将与北京市消费季6大版块紧密结合,推出电商消费节、迎春美食节、汽车消费季、悦耳音乐节、菊花文化节、郁金香文化节、冰雪消费节等具有顺义区域特色的全年消费品牌和主题系列活动,进一步激发消费热情、促进消费平稳增长,助力国际消费中心城市建设,在商、旅、文、体跨界互动下,迎来一场值得期待的消费盛宴。

启动仪式上,顺义区商务局相关

负责人表示,顺义消费季是一项繁荣商贸、保障民生、活跃市场、拉动经济的重要举措,希望借此活动,可以让广大市民得实惠、让企业商家增效益。近日,顺义区发放了800万元的汽车消费券,带动顺义汽车市场持续回暖;还将陆续发放500万元的电商消费券,推动顺义电商企业潜力释放。与此同时,顺义区餐饮协会、重点商圈企业代表宣读了“创城倡议书”,号召行业企业积极参加顺义创建文明城区工作,积极开展“公勺公筷”“光盘行动”,推动“节约型餐饮”建设;打造诚信商超,参与垃圾分类,落实“门前三包”,维护停车秩序,不断提升服务水平,为创建文明城区贡献力量。

据了解,作为北京消费季的重要组成部分,顺义区分会场活动“品顺

义·乐生活”将一直持续至今年年底,按照“政府引导、市场主导”的原则,聚焦品质乐购、数字互联、欢享佳节等板块,并结合重要时间节点同步举办贯穿全年的系列促消费活动,激活消费潜力,全面激发消费热情。积极鼓励餐饮、零售、商业综合体等各类市场主体,开展线上、线下联动的多主题、多类型、多渠道促消费活动,为消费者提供更优质的消费场景、更实惠的消费体验、更贴心的消费服务、更舒心的消费氛围,真正做到让利于民、服务市民。

下一步,顺义区将在消费场景营造、商业模式创新、商业业态升级等领域不断寻求突破,进一步释放消费新动能,构建顺义消费新图景,为北京建设国际消费中心城市贡献顺义力量。