

北京金秋购物节： 27个商圈近500家企业“优惠购”

本报讯 张楠 9月15日至10月15日，北京市消费者协会将在全市组织开展为期一个月的“3·15金秋购物节”公益活动，万象汇、万达、大悦城等27个商圈近500家企业将参与其中，推出系列优惠举措。

2025年“3·15金秋购物节”公益活动以秉持“公益、质量优先、消协倡导、经营者自愿”原则，以诚信好、质量好、性价比好、购物体验好、售后服务好、投诉处理好的“六好”为特色。向消费者

提供优质产品与服务，以高质量供给创造需求，推动经营者落实责任，为消费者营造放心暖心的消费环境。

截至目前，北京已有万象汇、万达、大悦城等27个商圈近500家企业申报或受邀参与，参与企业包括：王府井百货大楼、菜市口百货、京东等零售企业，以及全聚德、滴滴出行、北京照相等服务性企业。

购物节期间，参与企业将推出各类系列优惠举措。例如，北京苏宁易购就

针对本市全域门店家电产品，推出以线下“7天无理由退货”承诺为主的八大暖心服务包及多项优惠。

各级消协组织也将开展一系列工作。例如，将严格审核企业资质，督促企业自律，规范市场秩序，推动商品和服务质量持续提升，同时依法监督，确保企业承诺真实有效。另一方面，持续加强消费纠纷调解与商品服务监督，提升及时化解消费纠纷的能力，让消费者“能消费、敢消费、愿消费”。

京东超市将投入30亿元补贴百万款农产品

本报讯 日前，由农业农村部主办的2025年中国农民丰收节在浙江省杭州市钱江世纪公园启动。作为重点合作企业，京东超市全面展示了其在农产品上行、品质管控和供应链建设方面的成果。

据介绍，为帮助农民增收，“农特产购物节”已成为京东助农富农的样本，是京东助力乡村振兴的重要支撑点。今年，京东超市将投入近一亿元流量资源，覆盖数百万农产品，进一步深化农特产购物节的深度和广度。

同时，为庆祝丰收节，京东超市农特产购物节期间将直接补贴30亿元，给消费者所见即所得的优惠价格。

为进一步简化消费者决策流程，京东超市还开设了农特产购物专区，并推出了“三易”政策，让优质农特产“易发现”“易心动”“易考量”，助力农特产消费热潮。在京东App搜索“农特产购物节”，9月5日20点，消费者可以领299减30元优惠券，通过点击膨胀后，最多减

298.99元。

据了解，2024年，京东超市推出“百亿农补”，计划三年投入100亿元，将农产品价格优化20%，让消费者轻松吃到全国各地优质生鲜好物。

相关数据显示，过去一年，京东超市投入资源扶持和直接补贴共计35亿元，覆盖宿迁西瓜、云南蓝莓、广东荔枝、花牛苹果等2.6万款农产品，带动31个核心产地销售超20亿元，累计为用户节省开支近10亿元。

通过构建“源头直采、品质严控、高效流通、品牌赋能”的全链路农产品上行体系，京东超市深度助力乡村振兴与消费升级。京东超市组建专业买手团队深入田间地头，推行“源头直发”模式。去除中间环节，确保农产品品质，同时让消费者以更低价格享受高品质农产品。

同时，京东还在农产品核心产区建设了产地仓、协同仓，提供分拣、加工、包装、预冷等一体化服务，提升农产品

商品化处理效率，减少损耗。以京东超市销售的西瓜为例，在其产地建立产地仓，消费者下单后，京东超市可以从临近的产区直接发货，成本优化15%。

今年6月，京东超市还启动了“京东基地计划”，在核心产区联合建立超100个特色产业带基地，深度参与生产全流程管控，确保保真溯源。已经覆盖了五常大米、新疆面粉、沁州黄小米、会理石榴、四川爱媛橙、宁夏盐池滩羊等超百个京东基地，包括覆盖大米、水果、肉禽蛋等近10个品类。以五常大米为例，京东超市在五常市核心产区建立一万亩京东基地，实现五常大米保真可溯源。

此外，京东超市还开设“中国特产馆”，利用电商、物流、大数据优势，联合地方政府推动地域特色产品品牌化与渠道拓展，有效带动农民增收与就业。目前，京东超市特产馆累计开通超3000家，覆盖全国31个省级行政区，带动就业20000个。

(据《南方都市报》)

永辉超市采购计划助推河北迁西板栗升级

本报讯 杨召奎 金秋九月，正是板栗丰收的时节。近日，永辉超市在北京鲁谷店举办“同心京津冀共栗新未来”——永辉开心栗新品上市发布会，永辉超市与河北省迁西县人民政府携手，以“小栗子”推动“大产业”，深化区域协作，助力乡村振兴。

京津冀农产品行业联盟秘书长尹作丰在发言中表示：“永辉超市与迁西县的合作，是推动京津冀农业产业协同、助力乡村振兴的积极实践。通过打造‘开心栗’这样的特色农产品品牌，不仅丰富了市民的餐桌，也有效带动了农村产业发展和农民增收，形成了区域合作共赢的良好局面。”

迁西县政府办公室主任、板栗产业发展中心主任刘贺营说：“我们非常高兴与永辉超市达成深度合作。永辉通过规模化采购、标准化品控和品牌化营销，极大提升了迁西板栗的市场价值和知名度，为我们当地栗农带来了实实在在的收益。期待未来继续深化合作，共同打造迁西板栗品牌形象。”

本次发布的“永辉开心栗”原料100%选自迁西核心产区“燕山早丰”板栗。作为“中国板栗之乡”，迁西县

拥有75万亩板栗种植基地，其中“燕山早丰”品种占90%以上，因其“香、糯、甜、易剥”的优良特性，成为糖炒栗子的首选原料。今年，迁西板栗迎来丰产“大年”，永辉超市通过合作企业计划采购约2500吨板栗，全部来自获得国家地理标志认证、实施半野生种植且零农药的标准化基地。

从源头管控到终端体验，永辉打造了一条“极速锁鲜”的供应链。板栗坚持自然落果采收，保证果实吸收最后一份养分，并在当日完成捡拾与预冷，最大限度保留其原始风味与香甜。在品控方面，永辉设置4道筛选程序，炒制后还经人工复检，确保每袋产品无坏果、大小均匀。此外，永辉开

心栗限定每斤60~75颗，以保证口感一致性。

永辉超市副总裁兼首席产品官余咸平表示：“‘开心栗’是永辉供应链深度协同的典型代表。我们不仅深入原产地把控品质，更通过全程温控、现炒现卖、坏果包换等承诺，为消费者提供‘省心、放心、暖心’的购物体验。”



凯里酸汤系列产品 在山姆会员店上架

本报讯 邓钺洁 9月15日，贵州凯里酸汤系列产品在山姆会员店上架。这一系列与新希望味业携手的酸汤产品，创新性地融入带有黔东南特色的“鱼酱酸”，能让更多消费者感受到凯里酸汤的独特风味。

今年8月，凯里市与新希望集团旗下草根知本公司签订《凯里酸汤产业集群高质量发展战略合作协议》，规定此次合作以贵州特色风物“毛辣果”为核心，构建“销售—研发—育种/加工—种植”全产业链闭环，构建“酸辣味”特色产业生态圈。打造智能中央厨房与“五个一”（一个总部、一支基金、一个基地、一个乡村、一条街区）产业生态，打造科技驱动的酸汤现代产业赋能集群、打造“凯里酸汤”文化IP等，让一碗酸汤成为一条贯通一二三产的产业链，推动凯里酸汤产业集群迈向百亿级产值的目标。

此前，“凯里红酸汤”获国家地理标志认证，让其关注度再次提升。随着“酸汤消费”升温，原材料需求持续扩大，贵州“毛辣果”“木姜子”等特色作物，从田间野物变成经济作物，成为农民增收的新来源。为了延伸这碗酸汤的附加值，当地正积极推进酸汤特色食品产业园建设；建立研发平台助力产学研合作；成立原料研发团队，推动“酸汤+”系列产品创新；打造“凯里酸汤”品牌；探索“酸汤+旅游”“酸汤+文化”的融合发展路径；引入大型企业与科研机构合作设立新公司，推动产业向更高层次和更宽领域发展。

山姆会员店作为沃尔玛旗下高端仓储式超市，是全球最大的会员制商店之一，目前在全球已拥有800多家门店，在中国30余个城市开设57家门店。

物美第三批 “胖改店”名单发布

本报讯 王萍 近日，物美超市发布第三批学习胖东来自主调改门店名单，共涉及全国20家门店，将于9月底前分批完成调改并焕新开业。此次调改覆盖了北京、天津和杭州等核心城市，同时还延伸至浙江金华和河北廊坊等华东华北重点城市。其中，还包含了16家“城市或城区首店”。

在本次即将新开的20家物美“胖改店”中，有9家落地北京，并首次进驻丰台、顺义、延庆、怀柔、房山。华东地区新增5家门店，覆盖杭州西湖、上城、余杭和临平等主要城区。华北地区设天津5店和河北廊坊首店。据介绍，本次20家物美“胖改店”也将延续此前门店在商品结构、品质品控、服务体验、员工福利等维度的优化举措。

物美方面表示，自今年3月启动学习胖东来自主调改以来，已开出10家“胖改店”，多家门店日均销售额和客流量相比调改前增长50%至300%。其中，杭州拱墅万达店、北京学清路店等门店的熟食渗透率突破60%，并受到年轻消费者好评。物美计划在2025年内实现百店调改目标。