

节味浓时好物聚 消费助农暖京城

——2026年元旦春节促消费启动仪式暨脱贫地区“土特产”进京活动侧记

农产品消费一头连着百姓餐桌，一头连着农业生产，既是改善民生福祉、稳定市场运行的重要支撑，也是促进农民增收、推动农业高质量发展的关键路径。党的二十届四中全会明确将大力提振消费作为构建新发展格局的关键举措。为深入贯彻全会精神，全面落实农业农村部等10部门《促进农产品消费实施方案》部署，有力促进元旦、春节期间农产品消费，即日起，本报开设专栏，聚焦各地促进农产品消费的积极探索与鲜活实践，以供借鉴。

岁末冬深，年味渐浓。北京的暖阳里，2026年元旦春节促消费启动仪式暨脱贫地区“土特产”进京活动如期启幕。这场以“品特产 寻年味”为主题的盛会，既是消费活力的集中释放，又是脱贫地区农产品走向广阔市场的桥梁纽带。从非遗技艺与山货的创意碰撞，到金融、协会、电商的多维赋能，来自天南海北的“土特产”汇聚一堂，共同绘就了一幅热气腾腾、生机勃勃的促消费、助振兴画卷。

山河好物携年味 匠心巧思传佳话

活动现场，最打动人心的莫过于那扑面而来的乡土气息与匠心独运的品牌故事。一群特殊的“代言人”成为焦点——他们中既有坚守传统技艺的非遗传承人，也有玩转直播带货的“新农人”，还有带领乡亲共同致富的带头人。这一天，他们化身“年味星推官”，以最鲜活的表达、最真挚的情感，将家乡引以为傲的“王牌年货”带到大众面前。

“过年了，到金堂县买羊肚菌，看《变脸》去喽！”清脆的童声一吆喝，瞬间吸引了全场目光。川剧非遗传承人陈小涛用一场惊艳四座的变脸表演拉开了品牌推介的序幕。绯红、明黄、靛蓝的脸谱在瞬间切换，与手中棕褐色的羊肚菌相映成趣。当非遗技艺邂逅深山好物，不仅让农产品有了文化附加值，更让“买特产”变成了“品文化”的消费新体验。

品牌推介不仅承载文化，也凝聚着现代科技与营销智慧。北京昌平草莓的亮相，伴随着市农业技术推广站马欣的讲解，红如火的“宝珠”、粉如霞的“京昌1号”、白如雪的“脆玉”、别具一格的“黑珍珠”等令人目不暇接。“扫描二维码就能打开‘北京优质草莓采摘地图’，50家精品草莓园任您挑选。”马欣的介绍让科技赋能农业的成果清晰可见。

江苏南京盐水鸭的现场制作，则是一场视觉与味觉的双重盛宴。非遗传承人演示古法技艺，秦淮河的水声与“斩半只鸭子啰”的吆喝声交织回响，令人恍若置身金陵街巷。“无鸭不成席”的民俗传统，让盐水鸭成为年味不可或缺的符号，也让传统饮食文化在消费场景中生动传承。

新疆阿克苏柯坪县的推介方式尤为别致，直接将助农直播间搬上舞台。副县长马杰化身主播，伴着欢快的民族歌舞热情吆喝：“欢迎来到柯坪巴扎！”让边疆优质农产品透过镜头走向全国。

走进展示展销区，各地“土特产”琳琅满目。柯坪县融媒体中心副主任阿力米热·阿布都热扎克带来的骆驼奶备受青睐，“1公斤骆驼奶的营养相当于10公斤牛奶，有助于提升免疫力，对中老年及

‘三高’人群尤为友好。”一天下来，产品几乎售罄，足见市场对优质特色农产品的旺盛需求。现场，网络主播穿梭于各个摊位，通过实时直播推介，让“云端购年货”成为消费新风尚；火锅食材选品对接区内，采购商与参展商面对面洽谈，将田间好物直接对接餐饮终端。

从非遗赋能到科技加持，从线下展销到云端直播，这场“土特产”盛宴既承载了浓浓的年味，更铺就了脱贫地区农产品走向广阔市场的康庄大道。

多方合力强赋能 消费助农畅产销

如果说精彩的品牌推介点燃了消费热情，那么，从中央到地方，从金融到电商，从行业组织到物流保障，一套套靶向发力的政策“组合拳”，则为这场消费盛宴筑牢了坚实根基，让年味经济既有热度更有深度。

促消费，地方政府是重要的推动者。北京、湖北等19个省（区、市）结合地方特色，制订了各具亮点的促消费计划。北京市围绕年味京城、冰雪嘉年华等主题，常态化举办“北京优农”市集，让超500款京郊特色农产品直达市民餐桌；河北省力推“净菜进京”，通过“六进”活动和直播带货，保障首都“菜篮子”新鲜便捷；黑龙江省借势冰雪旅游热潮，启动“黑土优品”冰雪营销季，诚邀游客赏冰雪、品美食、带年货；广东省广州市则打造“年味广州 行花街”暖冬消费季，发布首张广州农业农村消费数字地图，科技赋能消费导引。

“我们已发动全国约200家主力农产品批发市场，组成促消费的‘地面主力军’，把每个市场都变成热闹的‘年货大街’。”中国农产品市场协会会长张玉香话语铿锵。全国农业展览馆副馆长宋代强信心满怀：“全国农产品采购商联盟的任务就一个，深入产区、直采好货。将组织百余家采购商在线上线下开展对接，力争和脱贫地区的‘土特产’签单过亿元，让农民的好收成，稳稳变成好收入。”中国物流与采购联合会农产品与食材供应链分会、冷链委执行副会长秦玉鸣则表示，将重磅发布两节优选食材名录，收录全国300余家优质食材供应商、千余类

“土特产”与优选食材，一键链接好产品。从田间到餐桌，每一个环节都有行业组织的规范与物流企业的护航，让消费链条高效顺畅，让脱贫地区的农产品不仅卖得出去，更能卖得好、卖得远。

金融作为实体经济的血脉，在此次促消费活动中发挥了关键支撑作用。各大银行保险机构纷纷“开红包、亮实招”，将政策春风转化为务实举措。工商银行推出最高100万元的农产品消费贷款，并上线商户“反向开票”服务；建设银行向全国农批市场免费开放“裕农市场”智慧平台，同时备好150亿元优惠贷款额度；浦发银行的“乐享年味节”涵盖分期免息、消费立减、景区门票券等多重福利；太保财险则通过直播带货、平台专区、内部采购等方式，线上线下面打通助销渠道。

“消费帮扶，政采同行。‘832平台’将全力搭建产销对接桥梁，助力脱贫地区农副产品走向全国大市场。”中国供销电子商务有限公司副总经理高回合表示。本来生活集团副总裁丁玲玲介绍：“我们将在线上搭建精品农业品牌专场，线下在十大城市开展‘大地回信’推荐与品鉴活动。”与此同时，阿里巴巴将搭建年货节专属会场，联动多省发放消费券叠加大额平台补贴；京东将举办以元旦节、年货节为主题的大型促销活动；抖音对优质农产品和中小商家给予专项流量激励与经营指导，并持续推行生鲜类产品免佣金服务；快手推出系列主题购物节，针对生鲜时令商品开启专项扶持。

据了解，自十部门印发《促进农产品消费实施方案》以来，各省、区、市积极响应，推动36项政策落地有声，消费券等财政投入达33亿元。

这场覆盖全国的农产品促消费行动，早已超越单纯的节日营销范畴，成为扩大内需、畅通国内大循环的生动实践，是巩固拓展脱贫攻坚成果、推进乡村全面振兴的有力抓手，更是以民生温度撬动经济活力的鲜活注脚。这些来自广袤乡野的特色好物，通过现代化的流通网络和政策支持体系，跨越山海走上全国人民的团圆餐桌时，我们看到的，不仅是消费潜力的释放、城乡距离的拉近，更是农业高质量发展的蓬勃希望。

（黄慧 孙莹）

“朝阳智慧农业科技小院”落地

本报讯 王佳 日前，科技赋能蔬菜产业数智化高质量发展研讨活动暨北京朝阳智慧农业科技小院（以下简称“科技小院”）揭牌仪式在朝来农艺园举行。中国农村专业技术协会党委书记、副理事长张建华，中国农村专业技术协会秘书长、中国科协农技中心副主任王诚，副区长曲大成出席。

科技小院是整合科协、农技协、涉农高校、科研院所、技术推广机构、农业企业和地区优势资源，构建“政产学研用”紧密结合的新模式。作为北京首批“国家数字农业创新应用基地”、国家级生态农场，朝来农艺园拥有全国产化智能装备连栋温室、全环节数字化生产体系，以及质量安全追溯、水肥药智能调控等成熟技术平台，具备承载科研实践、技术转化的硬件基础。未来，科技小院将依托各方资源，充分用好物联网监测、大数据分析、AI育种等前沿技术，吸引更多科研团队与专家学者扎根园区，将实验室搬到田间地头，并通过开展精准水肥管理、智能环境调控，实现化肥农药减量、亩均效益提升的双重目标，打造推动朝阳区智慧农业与蔬菜产业融合发展的新平台。

在以“产学研深度融合，点亮灯塔小院”为主题的研讨环节，来自朝来农艺园、北京农学院、中国农村专业技术协会科技小院联盟等单位的专家学者，围绕园区发展需求、科技小院建设模式等议题展开深入交流，分享智慧农业领域的前沿科技成果与落地案例，为朝阳区蔬菜产业数字化、智能化转型提供新思路。

溯源直播让通州番茄香飘全国

本报讯 农京宣 当2025年的冬日暖阳洒在通州区碧海园高效设施农业基地的温室大棚上，一串串饱满鲜亮的番茄凝结着京郊农人四季的汗水，通过直播间走向全国。近日，“千年运河育科创，番茄鲜享承古风”北京市品牌农产品溯源直播活动在此圆满收官。作为本年度第13场也是收官之作的矩阵化溯源直播活动，为“北京优农”品牌建设与乡村振兴产业注入了新活力。

本次活动由北京市农业农村局、园林绿化局、商务局指导，市数字农业农村促进中心、通州区农业农村局主办，北京邮政及全市16个区邮政分公司直播团队联合承办。恰逢农产品直播电商市场规模迈向万亿级的行业风口，以“政府引导、企业主导、农户参与”模式为核心，将数字技术与农业产业深度绑定。这既延续了全年溯源直播的成熟机制，更在收官之役中实现了形式与内容的双重升级。

作为年度收官之战，本次活动不仅交出了亮眼答卷——截至当日16时，全市19个直播间累计观看人数达10.35万人次，实现交易额61.53万元，更标志着2025年北京矩阵化溯源直播系列活动圆满收官。

回望全年，13场活动串联起春夏秋冬，形成“月月有直播、区区有亮点”的常态化助农模式。每场活动联动全市各区19个直播间，带动大兴西瓜、平谷大桃等“北京优农”品牌应季农产品销售，这种模式不仅打通了优质农产品上行的“最后一公里”，更让“北京优农”品牌在市场中积累了良好口碑，消费者复购率持续攀升，切实带动了农民增收。