

西城区社会消费品零售额增速位居全市首位

本报讯 从西城区人民政府了解到,上半年,西城区社会消费品零售总额累计实现 368.7 亿元,同比增长 15.4%,增长额 49.2 亿元,增速位列全市第一。

亮眼数据的背后,是西城区持续深耕消费提质升级、创新消费模式、丰富消费场景的扎实成果,辖区消费市场呈现增速快、活力足、业态新、动能强的良好发展态势。

高品质活动引流 多元场景点燃消费热潮

西城区精心打造系列高品质促销活动,多点位、全覆盖激活市场活力,累计直接拉动消费 11 亿元。

重磅打造“北海大厂”春节庙会市集。联动全区重点商圈、商贸企业开展线上线下融合促销活动,辖区重点商圈及企业实现销售额 8.59 亿元,同比增长 37.23%;累计接待客流 443.78 万人次,同比增幅高达 79.55%。创新推出“北海大厂·马上接福”优惠图鉴,联动 139 家商户实现消费互通,新春消费氛围火热。

持续擦亮“金融街嘉年华”特色 IP。先后落地“智绘春光嘉年华”“茶韵雅集嘉年华”“异域风情嘉年华”三大主题活动,累计接待客流超 20 万人次,实现活动销售额 586.5 万元,撬动周边消费超 6400 万元,以特色 IP 持续带火区域夜间经济、休闲消费。

现象级美食盛宴刷新纪录、引爆全城。联合国管局、市商务局举办“味到京城”驻京办美食活动,覆盖全国 31 个省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团 182 家企业、160 个特色展位,首次引入港澳台特色风味。5 天累计接待市民游客 15 万余人次,单日最高客流突破 5.6 万人次,整体交易额近 700 万元,单日最高销售额突破 257 万元,活动人气

持续爆棚,真正实现“足不出京、吃遍全国”,被网友誉为“北京今夏最火爆的美食活动”。

小众潮流、文体经济持续出圈。西单更新场落地北京首届韩国咖啡节,4 天斩获 230 余万元销售额,商场店铺销售额同比暴涨 176%,单日最高销售额突破 70 万元。依托演唱会经济打造 STAYREAL PARK“拥抱公园”快闪活动,带动商圈客流增长超 30%,实现营业收入创新高,解锁文体消费新赛道。

深耕老字号振兴工程。系列活动覆盖全区 15 个街道,让传统老字号焕发新生;推出“老字号夏日美食图鉴”,烟火甜香打卡西城老字号限定风味。

模式创新、链条延伸 “票根经济”激活文商旅新潜力

西城区创新消费联动模式,以“票根经济”为纽带,深度串联文商旅体展优质资源,实现“文化客流”向“商业消费”高效转化。北京国际电影节期间,集结西单商圈、大吉巷、北京坊等近 200 家重点商户参与票根联动。

依托首都博物馆美洲大展等优质文化资源,推动北京坊、大吉巷等商圈、商业体、特色博物馆跨界合作,通过票根互认、资源共享、快闪路演、联名文创等多元形式,延伸消费链条,全方位放大文旅活动的消费带动效应。

业态升级、载体焕新 夯实高品质消费硬支撑

持续推进商圈更新、街区提质、首店引进,不断优化消费场景、升级消费体验。北京坊、大吉巷、荷花市

场、宫门口东西岔等辖区 4 条街区获评北京市商业步行街,城市商业配套持续完善。

首店经济蓬勃发展,全力打造西单大悦城、北京坊首发中心。上半年全区新增首店 35 家,包含中国首店 1 家、北京首店 34 家。安踏全国首家高端运动多品牌集合标杆店正式落地西单,将于 2027 年正式开业,持续丰富西城高端、新潮消费供给。

城市商业空间持续焕新,西单-积水潭线性街区业态提升工程高效推进,78 个首批提升点位完成 71 个,进度超 91%;西单连廊惊艳亮相,全新打造空中 CityWalk 畅游网络,金融街购物中心升级改造有序推进,商圈整体面貌与消费质感持续提升。

开放提质、能级跃升 打造国际化消费商圈

持续优化涉外消费服务,完善国际化消费配套。北京粤财 JW 万豪酒店离境退税集中退付点于 5 月 31 日正式投入运营,成为全市首批、西城首个高端酒店退税点位。

截至目前,西城区共布局金融街购物中心、北京坊、JW 万豪酒店等 3 个离境退税集中退付点,退税备案商店达 304 家,较去年新增 34 家,总量稳居全市第三,不断提升境外游客消费体验,助力西城打造国际化精品消费城区。

一组组亮眼数据、一场场特色活动、一次次业态升级,见证着西城消费的强劲韧性与蓬勃活力。下一步,西城区将持续深耕文商旅体展深度融合,不断创新消费场景、丰富消费供给、优化消费环境,持续释放消费新潜能,以蓬勃消费活力助推区域经济高质量发展。

本报讯 李杰 为进一步强化基层监管能力,巩固农产品抽样标准,压实胶体金速测技术,大兴区农业农村局于近日组织召开了 2026 年度第三期农产品质量安全智慧监管专题培训。来自区检测检疫和疫病防控中心、南九镇乡镇管理站及生产主体的检测骨干共 45 人参加培训。

本次培训紧扣“强基础、补短板、练实战”主线,采取理论授课、知识考核与实操比武相结合的模式,特邀北京市农产品质量安全中心质量管理室主任肖志勇进行专题授课。肖志勇系统讲解了农产品速测抽样标准、胶体金快检原理,并结合案例剖析了常见干扰因素和判读要点,帮助学员进一步夯实理论基础、明晰操作规范。在考核环节,全体学员参加了速测理论知识闭卷考试;在实操环节,学员重点进行了胶体金检测操作,依次完成加样反应、结果判读等。

下一步,大兴区农业农村局将以此次培训为契机,持续推进基层检测技术宣传与指导,进一步巩固提升全区农产品质量安全检测能力。

大兴区提升农产品智慧监管能力

密云区以特色制茶产业赋能乡村振兴

本报讯 从密云区人民政府了解到,近年来,密云区新城子镇二道沟村深挖本地山野资源优势,以野生酸枣芽茶为核心打造特色制茶产业,通过技艺升级、资源盘活、渠道拓展、品牌赋能多维发力,让小小芽叶成为带动村集体增收、撬动乡村发展的特色产业,走出了一条生态美、产业兴、百姓富的山区发展路子。

深耕制茶技艺,筑牢产业发展根基。二道沟村依托村内传统手工制茶基础,由本土制茶匠人牵头带队,先后赴河南信阳、河北承德等地知名茶厂考察学习、精进工艺,成功破解多项炒制技术难点。目前,村内专业炒茶制茶团队已达 50 余人,同时创新回收本地苹果木作为炒茶燃料,既为茶汤增添独特果香风味,又实现农业废弃物“变废为宝”,推动制茶工艺与本土特色深度融合。

盘活闲置资源,借智聚力提质增效。二道沟村充分挖掘村内 3609 亩闲置荒山山野资源,集中培育野生酸枣芽茶特色产业,将生态资源优势转化为产业发展优势。在相关部门牵线搭桥下,与北京建筑大学规划院达成结对共建,借助高校专业资源为产业规划、品牌打造注入专业力量,助力茶产业规范化、长效化发展。

拓宽营销路径,持续扩大品牌影响。依托“第一书记”联盟、新城子流苏民俗文化市集等平台资源开展宣传推广,积累了大批稳定“回头客”,今年上半年酸枣芽茶销售额达 5 万余元,同比增长近两倍。同时主动对接农商银行,借助“帮农助农”专属渠道打通团购销路;持续丰富产品矩阵,新推出的杜仲茶、黄芩茶等新品已基本售罄。

目前,新城子镇二道沟村正积极向区级文化部门申报非遗制茶技艺,进一步提升产品文化附加值。以野生酸枣芽茶为代表的二道沟自制茶系列,预计全年可带动村集体收入突破 15 万元,真正实现“一片芽带活一个村”的产业成效,为乡村振兴注入持续动力。

平谷大桃已进入大量销售期

本报讯 陈琳 盛夏的北京,高温持续“打卡”,新发地农产品批发市场的果品交易也进入了全年最热闹的时节。平谷大桃批量上市、西瓜销量冲上顶峰,榴莲价格一降再降——三大品类同台竞技,勾勒出 2026 年夏季首都“果盘子”的鲜明图景:品种丰、货源足、价格降,消费者迎来了一个“吃水果自由”的夏天。

作为北京本土地标农产品的“金字招牌”,平谷大桃已进入大量销售期。新发地市场总经理张月琳介绍,目前市场每天约有十七八车平谷大桃进场交易,销售热度将一直持续至 9 月下旬。为方便客商集中采购,市场内专门设立了平谷大桃销售专区。

今年平谷大桃品种阵容齐整,毛桃系列有“不离核的九号”“离核 14 号”“85 号”,油桃有“瑞光”“28 号”,毛蟠系列涵盖“2 号”“3 号”“12 号”“艳蟠”,油蟠则有“杠 7”“杠 9”等主力品种——从脆甜多汁到软糯浓香,各有所长。

然而,与品种丰富形成对比的是价格的“温和”。当前批发价呈现多元分化:2 号、3 号、艳蟠、9 号等品种批发价

在 1.2~2 元/斤区间,其余品种则为 2.2~2.7 元/斤。商户反映,今年桃子整体价格比去年低约三成。据预测,整个销售季新发地市场平谷大桃交易量在 7000 吨左右。

随着盛夏酷暑来临,新发地市场西瓜单日销售量已攀升至 3000 吨以上,稳居水果销量榜首。品种方面,麒麟、甜王、L600、无籽及硒砂瓜“五朵金花”同台竞秀,货源来自河北、山东、辽宁、内蒙古、宁夏等多个主产区。

商户蒋琳介绍,今年夏季西瓜延续了整体低位走势。当前批发均价分别为:麒麟瓜 1.4 元/斤、甜王 0.7 元/斤、无籽 0.8 元/斤、硒砂瓜 0.9 元/斤,L600 因品种特性售价为 2.1 元/斤。

这一价格是什么概念?回看 5 月入夏之初,日销量稳定在 1800 至 2000 吨时,麒麟瓜、甜王、L600 三大主力均价分别为 3 元/斤、1.5 元/斤和 2.4 元/斤。短短两个月,麒麟瓜和甜王的价格近乎“腰斩”。进入 6 月后,随着河北、山东等产区西瓜集中上市,供应量持续放大,价格随之进入下行通道,让市民的“吃瓜成本”大幅降低。

今年夏天最让消费者惊喜的,或许是昔日的“贵族水果”榴莲正在变得亲民。

新发地市场每天榴莲销售十多个货柜,价格逐步走低。目前,泰国金枕 A 级果每箱(18 公斤)570~600 元,约合 16 元/斤;B 级果每箱(16 公斤)460~480 元,约合 14 元/斤。同等级越南果比泰国果便宜约 20 元/箱。

商户王玉柱介绍,价格下行的核心推手在于供给格局的根本性变化。今年泰国榴莲产量同比上涨约 30%,而往年错峰上市的泰国东部榴莲(4—6 月上市)与南部榴莲(6—7 月采收),今年与越南榴莲大量上市时间重叠,短时间内市场涌入大批货源。

更深层的变化在于进口来源的多元化。前些年国内榴莲几乎全部来自泰国,泰国一方掌握定价权。如今,我国陆续开放越南、菲律宾、马来西亚的鲜榴莲准入,越南榴莲凭借更低成本、更近的地理位置持续抢占市场,主打低价走量策略,直接拉低了整体行情。“以前是泰国说了算,现在多了好几个竞争对手,价格自然就下来了。”