



重庆专业市场通讯

2025 年第 08 期
总第 194 期

主办单位：重庆市商品交易市场协会
2025 年 08 月 30 日

本 期 目 录

政 务 信 息

- ◆ 市商务委追加 2025 年以旧换新补贴
- ◆ 重庆上线“渝食安”智慧监管平台

协 会 传 真

- ◆ 8 月协会工作简讯

市 场 观 察

- ◆ 从传统批发集散地到城市综合商贸新地标 朝天门市场华丽蝶变
- ◆ 30 年坚守！百亿规模！揭秘龙文钢材市场的“硬核”力量

市 场 焦 点

- ◆ 谁在“夺食”传统农批市场的蛋糕？

市 内 动 态

- ◆ “法治福商·同心护航工作室”揭牌仪式在双福国际农贸城举行
- ◆ 重庆双福国际农贸城获评第四批清廉重庆建设最佳案例
- ◆ 红星美凯龙重庆团队赴德邦博派总部考察
- ◆ 空港纵达城开展“社保合规与用工优化”专题培训
- ◆ 万州区百安港农批市场稳步推进二期工程建设
- ◆ 观农贸公司组织财税基础知识培训会
- ◆ 重庆华南城创新激活乘用车市场活力

会 员 介 绍

- ◆ 重庆景程会展服务有限公司

市商务委追加 2025 年以旧换新补贴

近日，重庆市商务委员会发布关于追加资金持续实施 2025 年汽车及电动自行车以旧换新补贴政策的通知。

通知提到，为有序实施好消费品以旧换新补贴政策，根据国家部委有关要求，结合我市政策执行实际，经报请市政府同意，现追加安排 1.35 亿元预算资金用于 2025 年 10 月汽车及电动自行车以旧换新补贴。其中：汽车报废更新 3000 万元，汽车置换更新 1 亿元，电动自行车以旧换新 500 万元。预算额度实行“总额控制、先报先得、用完即止”的申报原则。汽车报废更新、汽车置换更新、电动自行车以旧换新政策的有效申报周期或时间分别自 10 月 1 日 10:00、9:00、9:00 开始至当月额度申报完毕即停止受理，补贴标准、相关要求分别与渝商务〔2025〕201 号、渝商务〔2025〕239 号、渝商务〔2025〕240 号文件规定保持一致。

通知要求各区县商务主管部门会同相关部门及行业协会做好政策宣传解释，加强市场监测和效果评估，稳妥有序推进政策实施，全力维护汽车及电动自行车消费市场。后续如有政策调整，将另行发文通知。

重庆上线“渝食安”智慧监管平台

重庆市政务服务平台“渝快办”近日上线“渝食安”智慧餐饮服务新功能，通过数字化手段提升食品安全透明度与管理效率。该功能分为消费者端和商户端两大模块，构建“企业自律-政府监管-公众监督”的食品安全共治体系。

消费者可通过“渝快办”进入“渝食安”的“阳光餐饮”板块，查询餐饮企业的基本信息、资质证照、监管记录等，并可按照区域、业态等筛选目标商户。商户端则支持在线办理食品经营许可等业务，并通过“餐饮安全在线”模块进行日常管理，包括每日晨检、食材管理、风险自查等十项功能。其中，“餐饮安全指数”系统通过 22 项指标动态评分，帮助商户及时发现并改进食品安全隐患。

8 月协会工作简讯

8 月 1 日，我会分别编制完成《重庆市农产品批发市场行业发展报告（2024）》、《重庆市生产资料市场行业发展报告（2024）》、《重庆市城区菜市场发展报告（2024）》三个行业发展报告，并已上报市商务委。报告通过统计分析全市各类市场的运行数据和经营状况、实地走访调研相关市场，详细总结了 2024 年行业总体运行发展情况，分析了存在的主要问题及原因，预判了行业发展形势及趋势，并就如何促进行业高质量发展提出了相关对策建议。

8 月 8 日，8 月 12 日-15 日，我会陪同市商务委市场体系建设处一行，分别实地调研江北区、渝北区、两江新区、江津区、合川区、綦江区、璧山区、梁平区、丰都县、城口县、垫江县、石柱县的城区菜市场标准化建设改造情况，与区（县）商务主管部门、市场举办方围绕市场基础建设、数字化使用、日常运营、安全保障等工作开展交流。期间，走访调研了江津双福国际农贸城、丰都千集汇农批市场等。此次调研主要围绕重庆市 2025 年重点民生实事中提出的打造完成 20 家标准化菜市场，拟遴选一批建设标准化、管理水平高、经营效果好以及公益作用发挥明显、服务民生影响力强的菜市场给予政策支持。

8 月 17 日-19 日，我会应邀参加第 10 届贵州·遵义国际辣椒博览会。双福农贸城、观农贸批发市场、海领农批市场等数十家经销商参加。来自全国各地的 102 家企业携 130 个展位，展示了丰富多样的辣椒产品、辣椒深加工制品及相关科技、生产加工设备，全面覆盖了辣椒行业的上下游产业链。

8 月，我会积极配合重庆商务职业学院编制《重庆市农产品批发市场十五五发展规划》，提供了大量关于全市农批市场布局、运营管理、基础设施、交易模式、政策支持、安全保障等方面的第一手资料，为课题组规划编制提供精准依据。同时，多次参加市商务委组织的行业调研及座谈交流。编制重庆市农产品批发市场“十五五”发展是切实落实市委、市政府工作部署，准确把握“十五五”经济发展新时代特征，坚持政府引导、市场运作，统筹布局、分级实施，创新引领、服务产业，绿色安全、融合高效。进一步优化全市农产品批发市场布局，有效推进农产品流通方式创新，加快构建与新型工业化、信息化、城镇化和农业现代化相适应的农产品市场体系，切实满足人民日益增长的美好生活需求。

从传统批发集散地到城市综合商贸新地标 朝天门市场华丽蝶变

炎炎夏日，8月的重庆热辣滚烫，朝天门市场，依然有络绎不绝的人流，或三五成群，或提着精心选购的物品……密集的行人，忙碌的车流，明亮的购物商城，大气的来福士建筑群，交织出繁忙而时尚的现代都市商圈新地标。

无独有偶，近日，商务部公布了首批全国示范智慧商圈和智慧商店评选结果，重庆市的解放碑-朝天门商圈以及重庆来福士购物中心脱颖而出，成功入选。

这一幕幕时尚场景，是朝天门市场紧跟时代发展，奋力转型升级的鲜明注脚。



近年来，朝天门市场触摸时代脉搏，把握市场发展变化及规律，持续专注于市场提档升级，经营模式的转变，从颜值到内涵全力提升，成功实现由传统批发集散地到城市综合商贸新地标的华丽蝶变。

延续 30 年的经营时间悄然变化

在朝天门做了 20 多年服装生意的欧曼蒂尔品牌创始人、渝派服装协会会长瞿伦川回忆，以前的朝天门市场似乎没有黑夜，凌晨三点钟，朝天门各个商场都非常忙碌，吆喝声、讨价还价声、包裹打包声和棒棒们急骤的脚步声络绎不绝，从贵州、云南、重庆各区县赶来的商人和小贩，争抢着在天亮前，把货物统统塞进编织袋和布包赶着发货，有的服装，当天上午就能出现在区县服装市场，最多第二天，这些服装就会大批量的出现在临近省市服装市场。

“以前的朝天门市场，下午 2 点、3 点就基本上没有商场营业了，服装老板们下班了，回家研究新的款式或者补睡觉，晚上加工生产，凌晨两三点又将连夜生产的服装拉到朝天门市场，开始一天的批发业务。”

作为朝天门服装市场发展的亲历者与见证者，瞿伦川的服装生意也跟随着市场的发展而不断地变化调整。

“现在的市场已经发生了翻天覆地的变化，以前的消费主体是 70 后 80 后，现在 90 后、00 后成为了消费主体，需求完全不一样了，怎么还能用以前的老方法来经营呢。”

瞿伦川一个非常明显的感受就是以前的临近省市老客户都不来了，各区县的客户也一个电话或者微信就搞定了，而服装的款式也完全不是以前的老款式“大路货”了，而是讲究精细、个性化，市场细分非常明显，同时，零售比重也越来越大，批发大大缩减，而他 20 多年“黑白颠倒”的服装生意，也开始逐渐“拨乱反正”，将重心放在了白天的营业上。

据了解，为了适应新的市场变化和 demand，延续近 30 年的朝天门市场营业时间，开始悄然调整。



朝天门渝派精品服饰城相关人士也证实，“现在营业时间是早上 8：00 到下午 5：00，一楼个别商户要营业到晚上 9 点。营业时间和经营业态都根据人流量的变化来调整，有的商户甚至营业到凌晨零点。”

“我们准备在朝天门市场部分商场推行夏令时，向零售商场看齐，早上9点营业，晚上10点关门。”朝天门街道相关负责人表示。

据了解，目前，在朝天门渝派精品服饰城、大生、圣名、大融汇等商场，营业时间调整非常明显，更多向零售商场营业时间靠近。

新营销模式蔚然成风

随着消费群体和需求的变化，加上移动互联网时代的到来，不少朝天门服饰品牌在经营模式上，也纷纷开展直播带货、微商、电商等模式。

渝派精品服饰城4楼爱茜女装品牌老板雷霆，也算朝天门的创二代。



“父辈在朝天门市场从事服装生意，上个世纪90年代，主要靠做捧货，跟着广州、杭州的款式跑，靠薄利多销模式，缺乏独立设计能力，遇到市场需求主体发生变化后，就很难支撑下去。”

深有感受的雷霆在朝天门开店后，在营销模式上，就进行了大调整，与父辈的经营模式完全不一样。

2023年，雷霆开始布局线上营销，组建线上销售团队，通过抖音和视频号等平台，开展品牌宣传。

据了解，目前，不少朝天门商户都“两条腿走路”，一方面延续着传统的批发业务，另一方面一头扎进互联网营销领域，挖掘人才组建团队，老板自己学习美学搭配及展陈，开展直播带货等线上营销。

渝派精品服饰城总经理、朝天门市场商会会长毛森华介绍，目前，整个朝天门市场拥有自己原创和独立生产品牌的商户们，更愿意通过抖音、视频号、小红书等线上平台，进行直播或者电商销售模式，进行分享和营销，新营销模式在朝天门市场已然蔚然成风。

来自朝天门市场商会的统计，现在朝天门市场服装的销售量中，20%为线上营销。

“重庆造”，品牌转型的核心动能

“小姐姐你是来旅游的吗？这款是偏运动风的，挺适合你，可以去试下。”下午6点，朝天门boboZ时代店铺里，美学顾问小琴正在热情地招呼进店逛的游客，boboZ时代店铺里的服装，集原创设计、生产、销售于一体，线上销售也不错，这是渝派服饰大部分商户转型的缩影。



服装重庆造，是朝天门渝派精品服饰城最显眼的标签，也是朝天门市场的一大特色，更是市场品牌转型的核心动能。

渝派精品服饰城4楼彬雪菲鸿品牌店主童伟扎根渝派服饰城10余年了，他认为“原创”属性是朝天门服饰的核心生命力，不管市场如何变化，这一点是没有变化的。

“要有自己的特色产品，才能有市场竞争力。”童伟表示，他的品牌团队，光设计师就有10余人。他常会带领团队走出去，到韩国、北京等地，与服装品牌商、面料商对接，了解最新的流行元素，再设计出原创款式。

“之前设计一款皮衣，月销售几万件。”童伟说，现在的市场，货品优越，就容易出爆款，目前，他们的产品还销往北京等外地市场，再转出口俄罗斯等国家。

渝派服饰城总经理、朝天门市场商会会长毛森华介绍，现在渝派服饰城至少三分之二的商户，每家都有自己的设计师团队，形成自己的特色品牌和特色营销。有的品牌，甚至成为了同行模仿的目标，这是渝派服饰得以持续发展的生命力，也是市场转型的底气和有力支撑。

毛森华介绍，为了增强原创服装品牌的设计能力，希望品牌厂家和商场，通过产教融合的形式，与重庆服装设计专业相关的院校合作，将专业人才引进来，增强品牌原创力和竞争力，凝结成渝派服饰蓬勃发展的核心力量。

打造时尚前沿的消费新场景

夏日的重庆，骄阳似火，下午5点，来福士门外依旧游人如织。来福士POP MART店铺里，《哪吒之魔童闹海》的手办盲盒吸引了国内外游客的目光，他们精心挑选，争相将潮玩产品购买带回家。

朝天门街道经济发展协调岗工作人员说，现在的朝天门除了商场纷纷投入资金对软硬件设施进行改造，让购物环境更舒适，不少商场还纷纷开展促销活动吸引国内外游客，俨然成为时尚消费新地标。

扎根朝天门市场经营服装的罗云，也感受到朝天门市场的变化。在他看来，朝天门的商场最大变化就是空间上的变化。卖场通道宽敞，体验感很好，功能分区明显。每层楼针对不同人群，设置丰富的业态，商场还为顾客提供一站式服务。

商场管理也不再是全批发时代的粗放型管理，而是根据市场规律从软硬件提升等方面入手，为商户进行科学赋能。

比如，现在不少朝天门商场都通过打卡学习等形式，针对陈列、穿搭等对商户进行培训，帮商户提升审美。通过会员积分制、线上推广、DP点展示商户新款等，帮商户留住顾客。商户们则把握趋势拥抱零售，积极转型，为自己的生意带来质的飞跃。

大融汇副总经理金鑫介绍，大融汇投入上千万改造硬件设施，打造时尚消费新场景，地下停车场配套1200个停车位，150个充电桩，方便停车和电车充电。大融汇每层楼还设置母婴室和休息区，1楼设置儿童游玩区，12楼还有打卡点。

目前，朝天门市场的青年音乐节、儿童艺术季、朝天门原创时装周等线下活动，已经连续多年举办，成为吸引和集聚客商的又一大文化特色 IP 活动。

新朝天门扬帆起航

据了解，朝天门市场历史悠久，积淀深厚，曾是全国十大批发市场之一。上个世纪 80 年代初，商户自发从新华路开始到朝天门摆摊设点，形成零散市场，1988 年，政府利用原有仓库改建为批发市场，1991 年市场正式开业，到 2009 年，朝天门市场群年交易额达到 138 亿元。

朝天门街道经济发展协调岗工作人员介绍，朝天门市场最初被称为综合市场群，最多的时候有 32 个专业市场群，涉及服装、箱包、鞋帽、窗帘、小商品等比较集中的专业批发市场。

“传统批发市场在硬件设施、设备等方面都需要改进和提升，经过多年的扩容改造和升级，现在的朝天门市场向商场转化，开始了蝶变之路，在市场周边还引入酒店、美食城、咖啡、民宿等一站式配套服务项目，让消费更加便捷。”

朝天门市场经营模式也随着时代的变化、市场需求的变化而变化，出现了微商、直播带货、积分制、会员制等，商户越来越注重私域引流。

朝天门市场商会会长毛森华介绍，“如果说 1.0 版本是最初的老市场，2.0 版本是商户自己能造货，3.0 版本是商户有展示区和洽谈区，那渝派精品服饰城将向 4.0 版本进发，商铺有展陈，有线上销售区，店主更是美学大师，将市场打造得更时尚。”

“游客反向推动商户成长，现在商户自行改变产品种类，自动适应市场的变化。如今，朝天门市场除了传统服饰、鞋帽等商品外，还增加了重庆文创产品、POP MART 等时尚潮流元素，吸引更多的国际游客参与、购买。”

朝天门街道相关负责人表示，现在朝天门市场周边有十八梯、长江索道、洪崖洞、解放碑、来福士等热门景点，集聚了大量游客，是集大景区、大港区、大市场于一体的重庆解放碑-朝天门国际商圈现代商贸新地标。

未来，朝天门市场还将从商场硬件、管理、市场外观三个方面，30 个细化项目进行进一步提档升级，让市场商品更丰富，人们购物更便捷，商场购物更舒适，全力发展商圈经济，打造解放碑-朝天门世界知名商圈，助力重庆国际消费中心城市建设。

来源：重庆日报

30 年坚守！百亿规模！揭秘龙文钢材市场的“硬核”力量

在钢铁物流行业的浪潮中，重庆龙文实业（集团）有限公司的成长足迹熠熠生辉。荣获商务部全国百家百亿重点联系市场、商务部全国首批平台经济发展示范企业、连续多年跻身“重庆市民营企业百强”榜单……1994 年至今，经过砥砺奋进的 30 年，龙文实业发展成为了从事金属材料领域里的电子商务、仓储物流、金融服务、软件开发等业务的综合性企业。这一切，都离不开高质量党建引领和保障。

2004 年，龙文实业成为大渡口区物流市场中第一家成立党组织的民营企业，2013 年升级为龙文实业党委，下设 2 个支部。多年来，龙文实业党委按照“一支部一品牌、一公司一特色”思路，发挥骨干力量，多措并举推进党建品牌创建活动，打造特色党建品牌，在党建引领下走出了一条稳健发展的道路。

在党建引领下，龙文实业旗下龙文钢材市场率先以数字化转型为突破口，将理论学习成果融入产业发展实践——打造智慧化物流园区——龙文钢材市场（一期、二期），集数字仓储、材料加工、电子商务、金融服务、运输配套等为一体，覆盖从原料端、物流端、产品端的全产业链业态，实施“智慧钢贸生态体系”建设，通过构建“党建+智慧物流+技术支持”体系，实现钢贸业务全流程数字化管控与数据透明化运作，年钢材交易量突破百亿元。

8 月 13 日，重庆某大型汽车零部件冲压企业因紧急接到大额订单，需短时间提取一批高强度钢材用于生产。该企业采购人员通过使用钢联网仓客户端系统，自主申请业务、指派提货车辆并实时查询办理进度。随后，运货司机经手机预约提货，快速完成信息核对并装货，从货车进园区到装货驶离仅用 15 分钟。

“以往办理业务需线下联系大厅工作人员，业务单据零散难保存，节假日还常出现沟通不畅、办理滞后等问题。”龙文实业负责人表示，新系统上线后不仅缩短客户提货时间，在计费 and 结算环节，支持线上自助支付、发票开具及打印出门条，全程无需再往返服务大厅人工办理，大大缩短办理流程和时间。

当前，智慧系统已成为龙文钢材市场持续发展的重要支撑，已入驻商户约 400 家，近 5 年仓储吞吐量突破 350 万吨/年，交易额持续突破 100 亿元。

值得一提的是，龙文实业物流中心党支部实现从“规模增长”向“质量跃升”转变，建立“基层导向+问题导向”双轮驱动模式，设立“党员质量攻坚项目组”，充分发挥党员先锋模范作用和青年生力军作用，项目的研发时间紧、任务重，用

精锐的技术力量突破专业壁垒。近年来，累计解决关键质量问题 50 余项，客户满意度提升至 98%以上。



作为扎根地方的企业，龙文实业始终牢记社会责任，让服务群众的初心落地生根。党员志愿者服务队定期开展“政策解读进园区”“安全隐患大排查”“合同风险防控法务培训”等活动，累计为商户提供各类服务超千次；在区内外广泛开展扶贫济困、捐资助学、对口帮扶、活动赞助等慈善活动，累计捐赠达近千万元。

“为全面提升党员干部政治素养与履职能力，公司构建了‘多维课堂’学习体系，通过各党支部书记领学、专家辅导深学、跨支部联合学、红色基地践学、警示教育促学，形成‘集中研学+个人自学+实践验学’的立体化模式。”龙文实业相关负责人介绍，公司每年开展“一线攻坚先锋行”“党员干部廉洁恳谈会”“党性教育再出发”等党员活动 80 余场次，重点强化党员干部政治判断力、政治领悟力、政治执行力，推动理论学习往深里走、往实里走、往心里走。

下一步，龙文实业将继续以党建品牌为引领，朝着在钢铁产业生态服务领域持续深耕，不断优化、创新变革，为产业链赋能，为区域经济高质量发展贡献“龙文力量”。

来源：大渡口融媒体中心

谁在“夺食”传统农批市场的蛋糕？

一、农批市场发展困境农批市场的生存挣扎

往年，农批市场是财富的“不夜城”，凌晨四点的这里车水马龙、人声鼎沸，批发商早该被货车围得水泄不通，而今摊位空了三成，像退潮后的沙滩一样。你以为这只是个别市场的冷清？

错了！全国数万个农贸批发市场正在经历一场“大洗牌”！农批市场成了焦虑的“重灾区”。

而且农批市场空摊引发了一系列连锁反应：老赵的泡沫箱厂，订单少了四成，工人从三班倒变成两班；老张的搬运队，过去靠“人头费”日进斗金，现在排队等活儿；连隔壁卖煎饼果子的阿姨都叹气：“以前六点出摊，九点收摊；现在九点出摊，十一点还没开张。”

农贸市场的生意下滑，并非一日之寒，而是一场由多重因素交织引发的“完美风暴”。

二、不可抗因素：农批市场的“四面楚歌”

它既有来自宏观环境的不可抗力，也有来自产业链内部的成本挤压，更有来自消费端的结构性变迁。

1. 农业脆弱性：气候之刃变化无常

极端天气如同悬顶之剑，肆意斩断市场的稳定脉络。做蔬菜批发的最怕两件事：烂在地里和砸在手里。极端天气导致减产、消费者偏好突变，都可能让整批货血本无归。

看看最近的天气，暴雨引发的洪涝淹没田间地头，高温干旱烤焦待收庄稼，气候异常导致的区域性供给缺口，正在重塑蔬菜市场的格局，要么货源锐减引发价格疯涨，要么滞销成灾压垮农户与商户。这对批发商来说，意味着传统销售节奏被打乱，需要应对更多不确定性。

2. 大动荡局势：国际贸易的蝴蝶效应

全球贸易格局的剧烈震荡，又给国内市场投下巨大变量。2025年，受美国加征关税政策影响，中国产蔬菜对美出口额同比骤降40%。这种出口转向不仅影响了专门做出口的批发商，也对国内市场价格造成冲击，进一步加剧了行业竞争。

而且在全球流通贸易的局势下，东南亚水果凭借关税优惠长驱直入，南美和澳洲冻肉搭乘冷链专列抢占份额，很多采购商低吸高抛，国外农产品以更低的价格、更长的保鲜期冲击本土供给。新开的大型商超里，标着“全球直采”标签的商品琳琅满目，价格甚至低于本地采购成本，传统农批市场的价格优势逐渐消融。

3. 行业变化：公共卫生事件的“深度打击”：

近几年的公共卫生事件，更是对以“人、货、场”高度聚集为特征的农贸市场造成了颠覆性冲击。严格的防疫措施、消费者的出行顾虑、餐饮业的停摆，多重因素叠加，让市场经历了长时间的“冰封期”。

即便在恢复常态后，环保要求趋严，垃圾处理、污水处理等新增开支成为沉重负担。更为深刻的影响是，消费者养成了线上采购习惯，永久性地分流了部分客流。

4. 成本攀升：成本漩涡中的微利困局

“租金年年涨，冷库贵上天”是很多农批人的口头禅。不断上涨的铺租吞噬着微薄利润，传统档口需独立承担租金、冷库、物流等成本，旺季勉强维持，淡季直接亏本，“卖菜赚的钱，一半喂了房东，一半冻在冰柜”。

而且，农贸年轻劳动力不愿涉足辛苦的行业，人工费用水涨船高。一位做了十几年猪肉生意的老商户算过账：过去一人能打理的生意，现在夫妻俩忙活一整天，扣除各项开销，利润率还没以前一半高，不如进厂打工。

当“天灾”与“人祸”相遇，农批市场正陷入一个“三明治”困境：上游供给不稳，价格波动剧烈；下游消费疲软，提价空间有限；中间成本高企，利润被不断压缩。曾经“一铺养三代”的黄金时代，已然一去不复返。

三、群狼环伺：新势力降维打击

如果说内外部的压力是让市场“生病”的慢性病，那么来自各路竞争者的“降维打击”，则是加速其衰落的急性症。互联网巨头们挥舞着数字利刃，彻底改写了批发交易的规则。

1. 互联网 B2B 平台的降维打击

1688 等 B 端电商平台打破地域壁垒，彻底改变了农产品流通的传统模式。这些平台一端连接产地，一端连接餐饮企业和零售商，实现了去中间化的交易流程。养殖户的手机屏幕上，实时跳动着全国各地的求购信息；餐馆老板轻点鼠标，就能比对数十家供应商的报价。很多农批曾经依赖信息差在中间环节盈利，现在各

大平台的产地直播一开，价格透明得像玻璃。

随着餐饮行业加速连锁化，越来越多的餐饮店都由公司统一配送，原本分散采购的夫妻店，也转向互联网平台下单配送。随之涌现的专业生鲜配送企业，专门服务于连锁餐厅、食堂等大客户，不断蚕食原本属于农批市场中小商户的份额。

2. 连锁生鲜超市的全面围剿

盒马、美团小象、钱大妈等连锁生鲜超市，凭借强大的销售规模和议价能力，直接与产地合作，实现源头直采，在价格上与农批市场相差无几，甚至部分产品价格更低。而且他们的冷链车队昼夜兼程，实现“农田—仓库—货架”的短链直达，将新鲜果蔬送达门店的时间缩短了一半。

它们不仅能保证生鲜产品的新鲜度和价格优势，而且超市内整洁的环境、舒适的购物体验以及完善的售后服务，吸引了大量追求品质和便利性的消费者，对年轻消费群体具有强大吸引力。

更致命的是，这些零售巨人都手握海量会员消费信息，能通过会员数据预判三天后的蔬菜需求量，误差不超过 5%。甚至能反向定制生产，推出独家规格产品，当批发市场还在用算盘拨拉着当日营收，平台已通过大数据分析预测下周行情。

3. 物流冷链企业的经营革命

在农贸中，损耗和物流是批发商户的两大痛点。生鲜产品的“娇贵”特性决定了其高损耗率，农批市场虽商户众多但多为中小商户，要享受到稳定、高效且成本可控的冷链物流服务并非易事。物流企业的跨界突袭，则挖走了市场的根基。

顺丰、京东物流等巨头依托智能仓储和干线运输网络，为餐饮企业提供从源头直采到门店配送的全链路服务。他们不仅能按时送达，还能根据需求进行分拣、切割、调味等预处理。当一家连锁火锅店发现，物流公司提供的净菜套餐比市场散户拼凑的更便宜、更省心时，天平必然倾向更有效率的一方。

传统农贸市场赖以生存的核心价值——信息集散、渠道中介、现场交易，被新兴力量逐一瓦解。这场竞争，已经不是同一维度上的较量，固守“收租子”的传统模式无异于坐以待毙。

四、困境并非绝境：向服务深度要生存空间

困境并非绝境，挑战也孕育着新生。聪明的市场管理者已经开始行动：

1. 增值服务：把“斤”拆成“克”，把“吨”变成“服务”

批发市场原来的核心优势在于本地化服务和灵活供应，但现在必须摆脱低端

“搬运工”角色，提供更高价值的服务：

- 净菜加工：在档口后建小型洁净车间，菠菜去根、土豆削皮，超市后厨直接下锅，毛利从 12%跳到 35%。
- 预制菜孵化：联合预制菜加工中心，市场暂时不能消化的菜品，加工成料理包，错峰错季售卖
- 质检溯源：引入第三方检测，确保食品安全，建立市场品牌信任。

2. 信息共享：让“人等货”变“货追人”

农批市场的核心优势在于其“聚集效应”，但这种聚集不能仅仅是物理空间的堆砌，更要激发出化学反应，让信息共享成为激活市场的密钥：

共享冷库：市场配置冷库、仓库等共享仓储空间，按托盘计费，商户不再为“囤一吨虾”从外求租冷库。**共享摊位：**当然最富创意的实践发生在闲置资源的盘活上。旺铺“潮汐使用”，早上卖海鲜，下午卖鲜花，晚上做社区团购分拣，一个摊位三份租金。甚至共享配送，多家商户联合雇佣物流车队，降低运输成本。**拼单算法：**接入同城配系统，五家商户去同一小区，系统自动拼车，降低空驶率。

3. 效率革命：把“八卦”升级为“数据”

效率革命正在重塑市场的运转基因，农批市场必须拥抱数字化，不是要变成线上平台，而是要用数字工具优化线下运营，实现“降本增效”：

- 行情大屏：入口处立 LED，滚动全国 26 个主产区的实时到货量、批发价，像看股票一样看蔬菜。甚至建立商户联盟，共享采购渠道、销售数据，增强议价能力。
- 智能台账：引入智能电子秤、POS 收银系统、商户管理 APP 等。智能秤可以自动计价、打印溯源小票，数据实时同步到管理后台和商户手机。
- 直播档口：给每个商户配三脚架和补光灯，老李边卸货边直播，不仅吸引零售商，还有物流司机也爱看。

农批市场未来的出路在于从“场地提供商”转型为“供应链服务商”，在增值服务中挖掘新的价值增长点。

传统商户的迷茫，是旧时代落幕的叹息；而那些已经开始尝试分装净菜、开通线上直播、组织联合采购的商户，则是在为新时代的黎明点燃星火。

不要被动等风停，而是学会借风起飞。市场的铁棚还在，但里面装进的不再是简单的买卖，而是一整套“短链、高效、有温度”的城市生鲜解决方案。

来源：贝诺农贸市场研究中心

“法治福商·同心护航工作室”揭牌仪式在双福国际农贸城举行

8月26日，“法治福商·同心护航工作室”揭牌仪式在双福国际农贸城巡区服务点举行。江津区委、区法院、双福街道、双福公司及相关单位负责人出席。

据介绍，双福国际农贸城正创新推行网格化治理模式，有效提升市场服务与管理效能。通过强化安防联动，设立12个警情服务点，建立“135”快速响应机制，拓宽“线上+线下”投诉与监督渠道，实现市场交易纠纷与安防事件高效处置。市场纠纷类案件发案率下降30%，治安案件下降超50%（同比），网格前端处置比例达60.3%。

在农贸城核心区设立“法治福商·同心护航工作室”，与场内的连心服务网格点“强强联合”，有利于进一步解决矛盾纠纷，为广大客商营造出更和谐的经营氛围，推动法治营商环境优化升级。

重庆双福国际农贸城获评第四批清廉重庆建设最佳案例

8月1日，重庆市清廉重庆建设总专班公布了第四批清廉重庆建设38个最佳案例和115个优秀实践案例。其中，重庆双福国际农贸城《创新实践“清廉农贸城”“1+5”企廉体，深入践行保供稳价国企使命》获评清廉重庆建设38个最佳案例之一，并纳入清廉企业专刊在全市推广学习交流。据了解，此次入围清廉重庆建设最佳案例，企业类共6个，全市国资系统仅2个，也是物流集团第1个。

近年来，双福市场公司紧密围绕建设“清廉农贸城”1个总体目标，着力打造清廉总部、市场、班组、伙伴和家庭5个清廉单元，通过政治监督护廉、服务升级筑廉、智慧农贸固廉、监督执纪强廉、以案促改醒廉、多元活动倡廉等7大举措，促进企业监管规范高效，改革发展蹄疾步稳，政治生态持续向好，保供稳价国企主力军作用不断彰显。

下一步，公司上下要以获评“清廉重庆建设最佳案例”为契机，认真落实“1265”发展战略，全面加大清廉国企建设力度，在优化营商环境、规范交易秩序、建设智慧农贸、推进网格化管理等方面提质增效、多维发力，深入践行国企政治、经济和社会责任。

红星美凯龙重庆团队赴德邦博派总部考察

8月28日，重庆红星美凯龙茶园商场组织20余家核心商户代表，赴成都德邦博派总部开展考察交流活动。重点参观了德邦博派的品牌展厅，通过场景化陈列与互动交流，了解其产品设计理念、生产工艺及智能制造技术。展厅内经典产品与创新设计的融合展示，直观呈现了品牌对工艺传承与创新的平衡。

交流环节中，双方就餐桌椅领域的市场趋势、产品竞争力及供应链协作等议题展开讨论。据了解，此次考察加深了对德邦博派专业能力与研发实力的认知，其生产体系与创新成果为后续合作提供了参考。多位商户代表也结合自身需求，就具体合作方向与品牌方进行了初步沟通。

此次考察活动为双方搭建了直接交流的平台，有助于深化对餐桌椅细分市场的理解。未来，德邦博派将持续优化产品与服务，探索与渠道伙伴的协作模式，共同适应行业发展趋势。

空港纵达城开展“社保合规与用工优化”专题培训

近日，空港纵达城公共服务中心组织开展了一场以“社保新规解读与用工优化策略”为主题的专题培训活动，吸引了市场内数十家商户积极参与。

此次培训紧扣个体经营户在实际运营中面临的社保缴纳、用工合同、人员管理等痛点问题，结合最新出台的社保政策法规，通过案例分析、条文解读等方式，详细讲解了社保缴纳的范围、标准、流程以及违规风险，让商户们对新规要求有了清晰认知。同时，针对个体经营户普遍存在的用工不规范、人员流动性大等问题，讲师从劳动合同签订、薪酬结构设计、员工权益保障等方面，提供了实用的优化建议和操作指引，助力商户构建更稳定、高效的用工模式。

空港纵达城负责人表示，作为服务商户的重要平台，后续将持续关注商户经营需求，常态化开展政策解读、技能提升等系列培训活动，切实为个体经营户排忧解难，助力市场主体健康发展，共同营造良好的营商环境。

万州区百安港农批市场稳步推进二期工程建设

随着市场交易量的不断增长，目前，百安港农产品批发市场正在推进40000多平方米二期工程建设，预计今年内部分投入运营。据了解，该市场现已形成全品类的一站式蔬菜采购基地，夏季蔬菜类日吞吐量约1500吨。

观农贸公司组织财税基础知识培训会

为提升员工财税理论素养、夯实精细化管理基础、加快推进公司业财融合、提高风险管理能力，8月19日，观农贸公司财务部组织财税基础知识专题培训。

本次培训围绕财税基础理论知识、个人财税热点问题及费报系统实操指南三个板块展开，重点讲解经济合同涉税风险防控、个人所得税汇算清缴、专项附加扣除等实务内容，并对费报系统操作规范、报销流程要点等作出详细说明。

本次培训紧贴业务实际，注重实操应用，强化了全体员工的风险防控意识与合规操作能力，有利于公司规范经营、提质增效及业财一体化建设。

重庆华南城创新激活乘用车市场活力

近日，重庆华南城会展中心凭借独特的战略眼光与创新运营模式，成功引入A馆的金冉乘用车直播以及B馆的博车网机动车拍卖平台，合计面积约1.2万方。这一举措为周边乘用车市场注入了一针强心剂，有效带动了整个区域的乘用车氛围，为行业发展带来新契机。

随着金冉乘用车直播与博车网法拍车项目的有序开展，重庆华南城会展中心周边的乘用车氛围愈发浓厚。客流量的显著增加，带动了各类消费，形成了良好的产业生态循环。

重庆景程会展服务有限公司

重庆景程会展服务有限公司成立于 2013 年，是一家集策划、设计、执行于一体的专业会展公司，拥有展览展示设计甲级资质及展览工程 A 级资质。公司专注于为大型展会提供一站式服务，涵盖展台设计搭建、会务策划等。

该公司连续三年（2023-2025 年）承担“川渝农批市场联盟产销对接大会”的展台设计与会务工作，并成功服务进博会、糖酒会、西洽会等知名展会，以专业创意与高效执行赢得客户信赖。团队秉持“客户至上、质量为本”的理念，致力于为客户打造高品质会展体验。

版 权 与 免 责 声 明

- ① 凡本刊原创的信息作品（包括文字、图片等，下同），版权均属于重庆市商品交易市场协会所有，任何单位或个人如偶有转载、摘编和发表本会信息作品，请注明“来源：重庆市商品交易市场协会”。如需要经常性转载、摘编和发表本会信息作品，请事先与本会联系。
- ② 凡本刊注明“来源：XXX(非重庆市商品交易市场协会)”的作品，均转载自其他媒体，转载目的在于传播更多信息。根据“文责自负”的原则，该作品并不代表本会观点。
- ③ 如因本刊发布的作品内容涉及版权或存在其他问题，请于文章发布后的 30 日内与我会联系删除（联系方式见下方）。

欢迎扫码关注我会微信公众号【重庆市场协会】



欢迎各行业市场踊跃来稿，来稿请传送至协会邮箱：cqspsc@163.com

欢迎访问协会网站并请提宝贵意见：<http://www.cqscxh.cn>

协会地址：重庆市江北区红旗河沟（南）世纪英皇南塔 14-05 号

重庆市商品交易市场协会秘书处 电话：67726727 联系人：王璇 杨艳