



# 重庆专业市场通讯

2025 年第 09 期  
总第 195 期

主办单位：重庆市商品交易市场协会  
2025 年 09 月 30 日

## 本期目录

### 政务信息

- ◆ 八部门出台汽车行业稳增长方案 推出系列激励措施
- ◆ 商务部等八部门部署 14 项举措，激发数字消费新活力
- ◆ 市政府出台《重庆市进一步强化食品安全全链条监管若干措施》
- ◆ 商务部等 9 部门发文支持一刻钟便民生活圈建设扩围升级
- ◆ 市商务委公示 2025 年现代商贸流通体系试点建设项目拟支持清单

### 协会传真

- ◆ 9 月协会工作简讯
- ◆ 传统菜场老顾客去哪了？

### 市场观察

- ◆ 从货款拖欠到平台“失联”：重庆农业供应链事件的风险警示

### 市场警示

- ◆ 中国服务业企业 500 强在渝发布，重庆物流集团榜上有名
- ◆ 重庆海领实业有限公司上榜 2025 重庆民营企业 100 强
- ◆ 大渡口区商务委在龙文钢材市场开展安全培训

### 市内动态

- ◆ “陇渝携手·供销惠农”暨甘肃特色农产品对接会在渝成功举办
- ◆ 第二十二届西部农交会在渝举行
- ◆ 望海花都萌宠花街开街
- ◆ 赣榆海鲜西南地区前置仓在重庆正式启用
- ◆ 涪陵区江东街道市场监管所开展肉制品质量专项检查

### 会员介绍

- ◆ 重庆九龙中梁商贸有限公司

## 八部门出台汽车行业稳增长方案 推出系列激励措施

工业和信息化部等八部门近日联合印发《汽车行业稳增长工作方案（2025—2026年）》，出台一系列直接惠及汽车商品交易市场的政策措施。

方案明确支持汽车以旧换新，落实新能源城市公交车及动力电池更新政策，推动25个试点城市新增推广新能源车辆70万辆以上。同时鼓励汽车限购地区优化限购政策，逐步实现从购买管理向使用管理转变。

在活跃二手车市场方面，方案提出全面落实二手车销售“反向开票”、异地交易登记等便利化措施，探索建立线上交易管理制度，提升二手车信息查询平台的准确性和权威性。

方案还着力拓展汽车后市场消费，开展汽车流通消费改革试点，拓展汽车改装、租赁、赛事及房车露营等后市场消费领域。

方案明确2025年力争实现全年汽车销量约3230万辆，其中新能源汽车销量1550万辆左右。通过上述直接市场措施，为汽车商品交易注入新动力。

## 商务部等八部门部署14项举措，激发数字消费新活力

近日，商务部等8部门联合印发《关于大力发展数字消费共创数字时代美好生活的指导意见》。《指导意见》全面贯彻落实党中央、国务院决策部署，发挥超大规模市场优势，扩大数字消费多元化供给，创新和丰富数字消费场景，促进数字消费更高水平供需动态平衡，激发和增强社会经济活力，共创数字时代美好生活。

《指导意见》聚焦供需两侧协同发力，从4方面提出14项任务举措。一是丰富数字消费领域供给。扩大数字产品消费，提升数字服务消费，创新数字内容消费，拓展数字消费渠道，以数字消费新供给激发消费新需求。二是培育壮大数字消费经营主体。提升数字消费企业创新能力，赋能中小企业数字化发展，支持数字消费企业发展壮大，不断增强内生动力和创新活力。三是优化数字消费支撑体系。打造数字消费平台载体，完善快递物流配送体系，提升支付便利化水平，强化要素投入保障，加强财政金融支持，构建高效协同的数字消费生态体系，夯实数字消费发展基础。四是营造数字消费良好环境。开展消费促进活动，推动国际交流合作，促进规范健康发展，统筹促进与规范、国内与国际，以更优环境推动数字消费高质量发展。

## 市政府出台《重庆市进一步强化食品安全全链条监管若干措施》

9月25日，市政府办公厅印发《重庆市进一步强化食品安全全链条监管若干措施》的通知，从8个方面提出共20条政策举措，其中明确：加强产地准出与市场准入衔接，建立承诺达标合格证问题通报协查机制，完善闭环处置流程；严格食品生产经营许可证审查，坚决取缔无证生产经营主体；督促食品生产经营者落实主体责任，加强全过程管控，落实信息记录和票证保管要求，确保食品安全可追溯；合理规划布局农产品批发市场，加强食品交易会、展销会等活动管理等。通知强调，全市各级各部门要切实担负起确保食品安全的政治责任，推动完善本行业本地区食品安全全链条监管体制机制，推进情况作为年度食品安全工作情况报告的一项重要内容。

## 商务部等9部门发文支持一刻钟便民生活圈建设扩围升级

9月19日，商务部等9部门对外发布《关于加力推动城市一刻钟便民生活圈建设扩围升级的通知》。

通知提出，到2030年实现“百城万圈”目标，即确定100个一刻钟便民生活圈全域推进先行区试点城市，对地级以上城市主城区和有条件的县城社区全覆盖；建成1万个布局合理、业态齐全，功能完善、服务优质，智慧高效、快捷便利，规范有序、商居和谐的便民生活圈，打造500条“银发金街”、500个“童趣乐园”，推动一批基础型、提升型便民生活圈转变为品质型，居民满意度达到90%以上，商业网点连锁化率达到30%以上。

通知提到加强政策支持。将超市、便利店、菜市场、零售药店等纳入保障民生、应急保供体系，对社区商业中心、菜市场等项目改造给予资金补贴。

## 市商务委公示2025年现代商贸流通体系试点建设项目拟支持清单

9月25日，从市商务委官网获悉，根据市商务委、市财政局《关于印发2025年重庆市现代商贸流通体系试点建设项目申报指南的通知》（渝商务〔2025〕248号）精神，经申报、初审、专家评审、查重、集体研究，市商务委公示了《2025年现代商贸流通体系试点建设项目拟支持清单》，公示期为：2025年9月28日—10月4日。

本次拟支持项目清单中，涉及商品交易市场的有江津区双福国际农贸城、永川区吉之汇农产品批发市场、渝中区重庆中老年服装市场、大足区成渝（大足）珠宝玉石展示展销中心建设改造项目以及江北区溉澜溪菜市场、九龙坡区谢家湾农贸市场等20个标准化菜市场建设改造项目。

## 9 月协会工作简讯

9 月 2 日，我会秘书处一行参加市商务委组织召开的重庆市农产品批发市场十五五规划的修订座谈会，结合当前全市农产品批发市场行业实际情况及突出问题、和发展趋势，提出了切实可行的意见建议。

9 月 10 日，我会应邀参加在重庆举办的“陇渝携手·供销惠农”暨甘肃特色农产品产销对接会。

9 月 18 日，我会秘书处一行，调研九龙坡区花枝蔬菜批发市场和石坪桥赶集市场，并与开办方进行座谈交流。

9 月 20—22 日，我会秘书长朱吉华赴新疆哈密参加商务部主办的 2025 全国农产品产销大会（西部片区）活动。本届大会作为商务部年度重点活动之一，以“农商对接携手，助力乡村振兴”为主题，旨在搭建高水平产销对接平台，拓宽农产品流通渠道，推动区域协作和产业振兴。

9 月 22 日，我会应邀参加《重庆市食品安全数字化管理规定》立法听证会，并代表行业协会作了陈述发言。该规定对食品和食用农产品集中交易市场开办者及食品和食用农产品销售者提出了具体要求。

9 月 26 日，我会组织农产品批发市场及商户参加第二十二届中国西部（重庆）国际农产品交易会。

9 月 26 日，我会应邀参加重庆卤味产业联盟成立大会，联盟成员单位涵盖原料供应、生产加工、仓储物流、营销服务等领域。

9 月 27 日，我会组织 15 家采购商参加 2025 年“溯源中国 沈阳臻品”走进重庆品牌推介会，并在大会上作交流发言。

9 月 27 日，在第二十二届中国西部（重庆）国际农产品交易会期间，我会应邀参加智慧农业驱动西部农业三产融合创新研讨会，并代表行业做了交流发言。

9 月 30 日，我会参加了市市场监管局召开的政府采购服务竞争性磋商，经专家组评审，确定我会承担全市食用农产品批发市场的食品安全合法经营、设施建设、规范管理的评估验收工作，此项工作将于 10 月份开始启动。

9 月，我会应邀参加渝中区、渝北区、沙坪坝区、潼南区、开州区等现代商贸流通体系及菜市场建设改造项目的评审验收工作。

## 传统菜场老顾客去哪了？

不知你是否注意到，曾经热闹的菜市场不知不觉间冷清了许多，如今陷入了集体衰退，那些依靠菜市场为生的经营户和市场方，普遍陷入一种“整体性困惑”，甚至“集体性束手无策”。

传统菜场的老顾客，都去哪了？

### 一、曾引以为傲的交易优势如今全方位失灵

要想找到问题的答案，就得先看清菜市场正面临的全方位困境。

#### 1. 地段失灵：十分钟步行优势不再

过去，传统菜场最骄傲的优势就是“近”——出家门走十分钟就能到，买菜像遛弯一样方便。可如今，生鲜外卖直接送上门，消费者开个门就能收货。这让菜场高价得来的地段优势失灵了，但高昂的租金依旧压在菜场经营者的头上，甚至是最大头的经营成本。

#### 2. 价格失灵：手机比价让价格透明化

老话讲菜场能“货比三家不吃亏”，同样一把青菜，三个摊位转一转，总能找到最便宜的。但现在线上比价效率大幅提升，打开手机，各个生鲜平台、所有商家的价格一目了然，甚至平台折扣、满减优惠都帮消费者算好了，消费者很容易做出最经济实惠的购买决策。传统菜市场的“货比三家”在全网比价面前根本不够看。

更关键的是，一些菜场的价格还不透明——同一个摊位，上午和下午的价格可能不一样，老顾客和新顾客的价格也不一样，这种“看人下菜碟”的做法，在习惯了明码标价的年轻人眼里，早就过时了。

#### 3. 产品失灵：网络采购是“无限货架”

传统菜场生在“卖方市场”的时代，摊主说“今天只有这几种菜”，消费者就得买这几种。可现在，市场早就变成了“买方市场”，因为只要拥有网络就拥有“无限货架”，你菜场没有，我转头去各大平台或者直播间上搜罗下单，不仅是天南海北的东西，甚至来自源产地的农产品、小众猎奇的产品都能买得到。

可很多传统菜场摊主还停留在“我卖什么你买什么”的老思维，消费者对生鲜的猎奇心理在菜场很难被满足，于是在农产品源头直播间里挤满了人，各种渠道的海淘满足各种各样小众的新奇的消费需求。

#### 4. 模式失灵：从卖商品到卖体验

以前大家去菜场，核心就是“买菜”——速战速决，买完就走。可现在，农产交易渠道的“唯一性”被消解，人们出门购物更强调的是“体验”。他们希望买菜时能顺便喝杯咖啡、听听音乐，甚至带娃玩一会儿。可传统菜场还是老样子：地面湿滑、灯光昏暗、摊位杂乱，夏天闷热冬天漏风，连个像样的休息区都没有。

很多 00 后说：“我不是不想逛菜场，是逛菜场太‘受罪’了。周末我想放松一下，宁愿去逛超市，至少环境好，还能顺便买点零食，菜场除了菜，啥也没有。”消费者而是更加注重购物过程中的体验感，以及所购买商品背后所代表的生活方式，而那些高端商超十分注重环境营造，让购物变成一种享受。菜市场这种只关注“卖菜”的传统模式，自然吸引不了追求体验的消费者。

在老一辈人的记忆里，菜场几乎是“买菜”的唯一选择。可现在，这个曾经无可替代的“社区厨房”，却突然变得“不会做生意”了。究其原因，是过去赖以生存的四大优势，如今全都“失了灵”。

### 二、生鲜消费者不消费了吗？三代人的消费选择变迁

当然传统菜场的衰退，不是所有人都“不来了”，而是不同的人，有了不同的选择。现在的消费者，按年龄可以分成三拨，每一拨都有自己的“买菜逻辑”。

#### 1. Z 世代（18-25 岁）：忙于工作，疲于生活

Z 世代生活节奏快，早九晚六上班，上下班堵车就要两小时，到家都七点了，去菜市场买菜来回半小时、做饭一小时，折腾到九点才能吃饭，根本没这个精力。很多人要么吃外卖，要么偶尔做饭时，在线上买配好的净菜，下班再去逛菜市场、挑选菜品对他们来说，实在太“麻烦”。

手机就是他们的“生活遥控器”。他们很少专门花时间去菜场，买菜通常是“顺便”——刷短视频时看到博主推荐的新品，点个链接就下了单；或者和朋友约饭，突然想加个菜，打开外卖 APP 半小时就送到。更重要的是，他们买东西很在意“情绪价值”——如果某个品牌的包装好看、文案有趣，或者能发朋友圈“晒”一下，哪怕贵一点也愿意买，菜场显然不符合他们的出片要求。

传统菜市场没有消费者，十字路口、电梯里，基本上都是外卖员配送员快递员。

## 2. 新中产（31-45岁）：品质与效率的平衡者

这代人正是“上有老下有小”的年纪，工作忙、时间紧，对他们来说，“时间比钱贵”。他们宁愿多花点钱，也要“买得快、买得好”。所以很多人成了山姆、Costco的会员——虽然要交年费，但这些超市的“严选模式”帮他们省去了“挑来挑去”的时间，40分钟就能送达的“极速达”，更是让他们不用再专门跑一趟。

虽然当下受大环境影响，不少新中产虽减少开支，但不是降低品质，而是更追求“性价比”。线上平台经常有优惠活动，还能精准找到优质食材，比去菜市场更划算、更省心。

而且对他们来说，购物不只是买东西，更是构建自己社交身份的方式。比如买了特色食材，拍个照发朋友圈，和朋友分享烹饪心得，这都是社交的一部分。

反观菜市场，想要买到优质食材，得一家家挑，还得担心农残超标，浪费时间又没保障。而且菜场附近停车难，这是中产群体对菜场非常诟病的地方之一，停车位难找，好不容易找到但离菜场还有一段距离，若购买了大量菜品，从菜场搬运到车上是一大挑战。

## 3. 银发族（50岁以上）：传统与新兴并存

老年人习惯了“看得见、摸得着”的购物方式，所以现在仍有很多老年人坚持早起去菜市场买菜——他们要亲手摸摸蔬菜新不新鲜，要看看鱼活不活泼，要和熟悉的摊主聊几句家常。

但这不代表他们不接受新事物，近三年，老年人线上买菜的比例大幅攀升。他们买得最多的，是社区团购里的“特价菜”——1.99元一斤的土豆、2.99元一斤的鸡蛋，价格比菜市场便宜，还能让邻居帮忙代收，自己去拿就好。

有老奶奶就说，“我现在是‘两条腿走路’——每天早上还是去菜场逛逛，买点新鲜的绿叶菜；但米、油、鸡蛋这些耐放的，就在社区团购里买，便宜还送到家。”

三代人，三张“消费地图”——顾客没消失，只是各奔东西，谁抓住了他们的“主要矛盾”，谁就能拿到订单。

## 三、谁拿到了生鲜订单？传统菜场的替代者和颠覆者

其实，现在抢走菜场生意的，不是单一的“对手”，而是“一群更懂消费者的组合拳”。

### 1. 极致近场：社区连锁生鲜店，抢占“最后 100 米”的即时消费

钱大妈们就是社区的“毛细血管”，主打一个“近”。它们把店开在你家楼下，用“近场+直销”的模式，完美解决了“临时缺个菜”的燃眉之急。它们是应急消费的终结者，让你再也不用为了一根葱跑一趟大卖场。而盒马奥莱更聪明，它专做大卖场的“清道夫”，用“临期折扣”的标签，把高性价比的即时需求一网打尽。

### 2. 效率至上：生鲜外送服务，满足“懒人经济”的确定性需求

叮咚买菜是生鲜外送服务的代表。它用前置仓模式实现了“手机下单，半小时送菜上门”的魔法。它精准拿捏了那些“没时间、没精力逛菜场”的上班人群，用极致的效率服务，让你彻底告别出门买菜的烦恼。

### 3. 价值驱动：会员制超市，中产家庭的“品质生活策源地”

山姆、开市客、奥乐齐等则匹配中产人群对生鲜及日用品的采购要求。它们不跟人拼价格，而是拼品质、拼体验、拼精选。它们的目标客群很明确：那些愿意为好东西付费、追求生活品质的中产家庭。在这里，买菜不是单纯交易，而是一种身份认同和品质生活的代表。

### 4. 价格屠刀：社区团购，用极致低价席卷下沉市场

社区团购是简单粗暴的“价格屠夫”。它用“预售+自提”的轻模式，把价格杀到地板，迅速占领了下沉市场。对于鸡蛋、土豆、米面粮油这类耐储标品，菜场在它面前毫无还手之力。它告诉所有人：买菜，原来可以这么便宜。

### 5. 无限货架：直播电商，用田间地头颠覆传统货架

直播电商是彻底的“游戏规则改变者”。它把货架设在了各个产品源产地的田间地头，让农民直接面对消费者，你买的不是冷冰冰的蔬菜，而是主播身后那片土地的故事。让消费者觉得，菜真的是从“田间地头”直接到“消费者餐桌”，这种“去中间化”的模式，让菜场这个“中间商”彻底失去了存在的意义。

这五种模式，从空间、时间、品质、价格和信任五个维度，对传统菜场形成了“降维打击”，所以菜场里没人，并非单一因素所致，而是其所有核心功能被更专业、更高效对手逐一肢解的结果。

#### 四、菜场衰落深层原因不是对手太强，是自己“改不动”

其实，菜市场走到今天这一步，不是对手太强，而是菜场自身的三根软肋暴露，被竞争对手追着打。

##### 1. 成本结构僵化：重资产“拖垮”效率

菜市场通常采用重资产运营模式，高昂的租金和人力成本拖累了整体效率。慢周转又“吃掉”了本就不高的利润，使得菜市场难以在价格上与新兴渠道竞争。

##### 2. 供应链短板：直采率低“失价”，响应慢“失鲜”

传统菜市场的供应链存在明显短板，直采率低导致失去价格优势，响应速度慢又导致新鲜度不足。在生鲜领域，这两点恰恰是消费者最看重的因素。

##### 3. 组织老化：决策层“脱节”，创新力“枯竭”

决策层脱节和创新力枯竭是菜市场衰退的内在原因。很多菜市场管理组织老化，习惯于传统运营模式，难以随着时代变迁不断优化创新，跟不上市场变化的步伐，空间装饰没新意、运营模式老旧，根本满足不了日新月异的消费者需求。

菜场没人，很多卖场也没人，但有例外，进胖东来商超采买，竟然还要排队。春节前甚至要排一个小时左右才能进去。那里的商品不算便宜，但消费者就是愿意等，问排队的人，基本上都是因为信任。秘诀就三句：商品安全、员工笑脸、买完放心。

这说明不是消费者不想线下消费，消费者还是有出行消费的欲望，但是很多市场没能给消费者足够留下来的服务。胖东来让消费者感受到了尊重，食材品质有保障，还有贴心的服务。所以如果足够有性价比和贴心服务，照样能够吸引人。反之，消费者就会流向方便又便宜的线上渠道。

#### 五、未来唯一的问题你是“价格杀手”还是“情绪药房”？

不是消费者不想线下消费，而是菜场没能跟上当下消费的需求。面对渠道裂变，菜市场需要思考未来的发展方向主要有两个，要么做“价格杀手”，要么开“情绪药房”。

现在，大型连锁超市、电商平台的直采率已超 70%，中间环节的“搬货价值”正在消失，菜场想做中间商赚差价的心思终将被“商超源头直采”和“农户源头直卖”所淘汰。

“中间环节价值重构”，像菜市场这样的平台型经销商的核心价值不再是“搬货”，而是提供“服务”，从“中间商”→到“服务商”，从“倒货赚差价”到“提供增值服务”。

### 1. 品牌化：用“物有所值”换消费者认可

消费者为什么愿意支付山姆超市的会员费？不只是门槛付费，更是认同山姆超市的选品能力和选品价值服务。胖东来超市为什么那么火？不是因为它便宜，而是因为“信任”——相信胖东来的东西品质好，相信胖东来的服务周到，相信去了胖东来“不会被坑”，哪怕是退换货，服务也周到得让人踏实。它们都给了消费者一种“物有所值”的感觉，所以大家愿意排队去买。

传统菜市场走品牌化路线，其实不用追求“高价食材”，关键是给消费者“物有所值”的感觉。首先，菜场环境干净整洁，商户做得到绝对诚信，再引入一些普通菜场难寻的品质菜品，食品安全检测做到位，售后有保障，哪怕价格比普通菜场稍高一点，那些追求食材品质、在意购物体验的消费者，也愿意专程来这里买菜——毕竟在这里，买的不只是菜，还有放心和舒心。

### 2. 社区化：从“菜场”变成“社区欢乐场”

菜场不止卖菜，还卖“附近生活的温度”，突破“单纯卖菜”的局限，转型为多元互动的“社区客厅”，注重休闲体验和社交属性融合。首先通过审美满足，特色装饰、可拍照打卡的场景设计，给菜场营造一种带有社区属性的社交氛围，惬意、轻松，从而吸引不同年龄层的周边居民在菜场的停留时长，从而来创收。

苏州黄桥菜市场就是一个范例，不仅保留了传统菜场的功能，还引入咖啡店、特色餐饮店和休闲娱乐得 KTV、网吧、宴会厅等，早晨阿姨在菜摊前闲聊，下午年轻人在咖啡馆刷手机，晚上还举办市集、曲艺表演、篮球赛等文娱活动，把周边居民聚集到在一起休闲娱乐纳凉聊天，是“社区生活欢乐场”。这样的菜场，菜只是入场券，真正的商品是“邻里关系”和“社交货币”，自然能留住人心。

### 3. 折扣化：靠“供应链改革”做真·价格杀手

永辉 Bravo 店的成功证明：真正的低价不靠“烧钱补贴”降价，而是通过供应链优化实现可持续的成本控制。直接去产地采购，省去中间商；建立自己的配送中心，降低物流成本；用大数据预测销量，减少损耗。成本降下来了，价格自然就低了。比如同样一把青菜，传统菜场因为要经过批发商、二级批发商等环节，

成本可能要 2 元，卖 3 元；永辉直接从农户手里收，成本只要 1.2 元，卖 2.5 元，既便宜了消费者，自己还有利润。

菜市场想走折扣化路线，亦可尝试类似模式：由市场方牵头，统一去产地直采，统一仓储，再统一配送到各个摊位，摊主不用自己跑采购，只需要负责专心销售与服务。这样一来，中间环节少了，进货成本低了；市场方统一把控品质，也不用担心食材有问题。最终，消费者能买到更便宜的菜，摊主能省精力、多赚钱，市场也能靠“高性价比”吸引更多人，形成良性循环。

谁能抓住消费者的“主要矛盾和情绪”，谁就能拿到订单。看看那些依然火爆的菜场、商超，就会发现：菜场不是“不行了”，而是“没对上”需求。

所以，传统菜市场的消费者去了哪里？他们去了更能理解他们需求的地方。

经常有人问我“菜市场会不会消失？”，我的答案是，“菜场不会消失，但‘旧菜场’一定会”。说到底，传统菜场的衰退，不是因为“消费者不需要菜场了”，而是因为“消费者需要的是新的菜场”。

老菜场是时候该放下那份“老大哥”的傲慢了。先坦然承认，世界真的不一样了，不是曾经熟悉的面孔变心了，是他们“搬家”了。与其一味地抱怨，不如真诚地问自己一句：我还能为他们做些什么？才能让他们愿意“回家”看看？

谁能抓住消费者的“主要矛盾和情绪”，谁就能赢得消费者的心。给年轻人一份跳出日常的新鲜感，让他们愿意来打卡；给中年人一份兼顾效率与品质的安心感，让他们愿意常来；给老年人一份充满人情味的社交感，让他们愿意留下来。

当菜场不再只是一个卖菜的地方，而是一个安放不同年龄、不同心情的“社区客厅”时，它就拥有了无可替代的生命力。

没有消失的顾客，只有迟到的觉悟。愿下一个清晨，你的卷帘门拉开，第一眼看到的，不只是菜，还有回头客。

来源：贝诺农贸市场研究中心

## 从货款拖欠到平台“失联”——重庆农业供应链事件的风险警示

近日，重庆百余位农业商户正经历着一场资金危机。他们长期合作的 DC 农业供应链平台突然陷入运营停滞，企业核心负责人失联，办公室人去楼空，留下的是总额或达数千万元的拖欠货款。从生姜批发商户被拖欠 300 余万元，到水果经营户近 20 万元货款无法追回，这些数字背后是无数中小商户的生计之本。

这场风波并非孤例。据权威媒体报道，该平台在全国 18 个城市设立的运营中心已相继关停，受害者遍及多地，总数约达 8000 人，整体损失可能突破数亿元。目前，深圳警方已受理立案调查，重庆相关部门也成立工作专班推进损失统计与协调工作，但对于受损商户而言，资金回笼仍充满不确定性。这起事件为整个农业流通领域敲响了警钟：看似实力雄厚的供应链平台，可能暗藏着致命的信用风险。



### 风险识别：那些被忽视的预警信号

回顾此类事件，诸多风险信号其实早已显现。从行业共性来看，农业供应链风险中最致命的当属信用风险与操作风险，前者表现为合作方违约拖欠，后者则源于平台运营的不透明。以此次 DC 平台事件为例，其曾以“数字农业标杆”自居，宣称构建了覆盖全国的冷链配送网络，但实际运营中却存在资金链管理失控的问题。

对商户而言，以下几类信号值得高度警惕：一是结算周期异常延长，从原本的按期支付逐渐变为拖延推诿；二是平台要求扩大赊销规模，超出正常经营需求；

三是**运营信息模糊化**，对资金流向、合作方资质等问题避而不谈。此前另一案例中，某酒水商户因轻信“校友关系”放松警惕，同意无定金赊销，最终陷入货款无法追回的困境，这与此次农业商户的遭遇有着相似的逻辑。这些教训提醒我们，在商业合作中，任何超越常理的便利条件背后，都可能隐藏着风险陷阱。

### **规避风险：构建商户自我保护屏障**

面对复杂的市场环境，商户需要建立系统化的风险防控意识，将货款安全置于合作首位。结合农业供应链风险管理的专业方法，可从三个维度构建防护网：

**合作前的资质核验必不可少。**切勿仅凭平台宣传或口头承诺建立合作，应通过企业信用信息公示系统核查其注册资本、经营状态及涉诉记录，必要时可要求提供财务报表等核心数据。对于宣称“全国布局”“行业标杆”的企业，更要核实其分支机构的实际运营情况，避免被表面规模迷惑。

**合作中的流程管控至关重要。**要坚决摒弃“人情赊销”的风险做法，无论合作关系深浅，都应签订规范合同，明确结算周期、违约责任等核心条款。建议采用“小额试单 + 按期结算”的渐进模式，避免一次性大规模赊销；同时建立资金监测机制，对逾期支付超过 30 天的款项立即启动催收程序，必要时可通过法律途径固定证据。

**合作后的风险分散策略不可或缺。**农业供应链的特性决定了商户不宜过度依赖单一平台或采购方，应通过多元化合作构建“风险缓冲带”。借助区块链技术对交易数据进行存证，或通过农业保险转移部分信用风险，都是当前有效的风险缓解手段。同时，要养成关注行业动态的习惯，一旦发现同类平台出现问题，及时评估自身合作风险并采取应对措施。

### **行业警醒：信用是不可透支的资本**

农业供应链连接着田间地头与消费市场，中小商户是这条产业链上最活跃的细胞。DC 平台事件不仅让百余商户蒙受损失，更动摇了行业信任基础。在数字化转型加速的今天，供应链平台的价值本应是提升流通效率、保障资金安全，而非成为风险传导的载体。

对于整个行业而言，此次事件是一次深刻的风险教育。它提醒所有市场参与者：风险管理从来不是事后补救，而是贯穿合作全程的必修课。唯有每个商户都建立起完善的风险防控意识，才能共同筑牢农业供应链的安全防线，让这个关乎民生的行业在健康轨道上稳步前行。

## 中国服务业企业 500 强在渝发布，重庆物流集团榜上有名

2025 年 9 月 18 日，中国企业联合会在重庆发布“2025 中国服务业企业 500 强”榜单。重庆物流集团有限公司成功入选。

重庆物流集团是重庆市属重点国有企业，于 2023 年整合多家物流企业组建而成。此次上榜体现了其在物流领域的实力和行业认可。

据悉，本次榜单中，重庆共有 16 家企业入选，涵盖物流、金融、商贸等多个服务行业。

## 重庆海领实业有限公司上榜 2025 重庆民营企业 100 强

9 月 19 日，2025 重庆民营企业 100 强榜单发布，重庆海领实业有限公司凭借“市场+民生”双产业驱动模式及行业影响力成功入选。

此次上榜，是对其综合实力与高质量发展成果的权威认可。其打造的西南最大“互联网+”工程机械一级专业市场——海领国际工程机械交易中心，及年交易额超 25 亿元的海领（临空）国际农产品交易中心，成为区域产业标杆。公司还构建了农产品全链条供应链生态圈，协同 20 余家企业保障民生供应。

据重庆市工商联数据，2025 重庆民企 100 强入围门槛 25.9 亿元，营收总额 1.24 万亿元，资产总额 2.03 万亿元，制造业占比 55 家，汽车制造业增至 27 家，凸显重庆民营经济在制造业领域的强劲实力。

## 大渡口区商务委在龙文钢材市场开展安全培训

9 月 19 日，大渡口区商务委在龙文钢材市场组织开展了商贸领域起重吊装作业安全生产专项培训会。大渡口区商务委、区应急管理局、以及区内涉及起重吊装作业的企业、商户和从业主体，共计 60 余人参加了此次培训。

本次培训特邀了资深专家进行现场授课。专家结合吊装作业的实际作业特点，播放了警示教育片，其后系统介绍起重吊装机械的安全操作规程、常见故障识别与应急处置措施等专业知识，指导如何有效辨识吊装作业中的潜在风险（如超载、斜拉、人员站位不当等）。并通过剖析近年来发生的典型起重伤害事故案例，以案为鉴，深刻揭示了违规操作的巨大危害和事故带来的惨痛教训，使参训人员对起重吊装作业的高风险性和严格遵章操作的必要性有了更为直观和深刻的认识。

## “陇渝携手·供销惠农”暨甘肃特色农产品对接会在渝成功举办

9月10日，“陇渝携手·供销惠农”暨甘肃特色农产品产销对接会在重庆成功举行。本次活动由甘肃省供销合作社联合社主办，陇南市供销合作社、甘肃供销农产品集团有限公司、重庆润易通供应链管理有限公司承办，旨在进一步拓展甘肃农特产品在西南地区的销售渠道，深化陇渝两地供销系统合作，助力乡村振兴和农民增收。来自甘肃、重庆两地的供销系统代表、行业协会负责人、农产品供应商及采购商等120余人参会。

甘肃省供销联有关负责人表示，甘肃作为农业大省和全国重要的特色农产品生产基地，近年来大力推进农业品牌建设，打造了“甘蔬良食”“陇供优选”等一批具有影响力的供销品牌。重庆作为西部地区的消费高地，市场潜力巨大，甘肃农特产品入渝是主动对接大市场、拓展新渠道的重要举措。

自2021年以来，甘肃供销农产品集团已与重庆市多家企业开展业务合作，并于今年2月在重庆双福和润市场设立了前置仓，显著提升了甘肃特色农产品在西南地区的流通效率。期待通过本次对接会进一步架好“产销桥”、铺好“合作路”、搭好“共赢台”，推动更多甘肃优质农产品惠及广大重庆市民。

重庆和润投资有限公司负责人表示，重庆市场对优质农产品需求旺盛，期待与甘肃方面建立长期稳定的供应关系，实现互利共赢。重庆市火锅产业协会、起元堂（重庆）供应链管理有限公司在对接会上分别发布了采购需求，表达了对甘肃优质农产品的高度认可与合作意愿。

活动现场对三十余类甘肃特色农产品进行了宣传推介，并举行了签约仪式。甘肃供销农产品集团与重庆飞恩科技、润易通供应链、水木实业、军卫医疗物流、四川省棉麻集团、起元堂公司等企业分别就花椒、辣椒、土豆、中药材、棉花、静宁苹果等品类签署了战略合作协议，初步达成2.2亿元购销意向，为推动“甘味”入渝奠定坚实基础。

此次对接会取得了良好成效，不仅深化了陇渝两地在农产品供应链领域的合作，也为进一步扩大甘肃农产品在西南地区的市场份额创造了良好开端。

活动结束后，参会嘉宾共同参观了两地特色农产品展示区及甘肃省在和润市场设置的前置仓，并进行了深入洽谈交流。

## 第二十二届西部农交会在渝举行

9月26-29日，第二十二届中国西部（重庆）国际农产品交易会（以下简称西部农交会）在重庆国际博览中心（悦来）举行。

据悉，此次西部农交会以“新科技 新品牌 新未来”为主题，总展览面积2.5万平方米，共有30余场活动。

据了解，本届展会采用市场化方式，全面优化招商机制与运营模式，启用国博N7、N8两大展馆，设立展位1500个。规划了智慧农业、品牌农业、国内省/市、“一带一路”共建国家、高端饮品、大健康等8大主题特色展区，展出名特优新农产品、智慧农业、休闲食品、创新配料、餐饮食材及预制菜、饮料及乳制品、茶类、中药材类、文创产品等展品超10万种。同时，展会联动举办免费试吃、大幅折扣、满减、赠礼等系列优惠活动。

展会期间，30余场主题活动涵盖了研讨会、重大签约、新品发布、产销对接等形式，携手推动农业科技创新与品牌建设，激活产业发展新动能。

此外，“土特产”专题品鉴专区征集了来自全国各地“土特产”及特色食品进行集中展示，邀请现场观众作为品鉴官，从风味特色、文化内涵、包装等维度进行品鉴体验；同时组织全国各地有采购及投资意向的企业，实地走访重庆本土龙头企业，原产地溯源，现场采购及投资洽谈，提升引资实效。

## 望海花都萌宠花街开街

重庆市江北区宏帆望海花都12区将于近期推出“萌宠花街”主题街区，打造重庆首个集活体宠物、用品批发与花卉绿植于一体的沉浸式家庭休闲空间。活动从10月1日持续至10月31日，为市民提供国庆长假及秋季周末的独特打卡体验。

该街区整合多家特色宠物店，涵盖活体萌宠、主粮、玩具及用品批发，满足不同养宠人群需求。同时联合花卉绿植商家，打造“宠物+花艺”跨界场景，提供浪漫拍照打卡点。活动期间推出多重福利，包括打卡免费停车、新客猫条赠礼及购宠专属折扣券，进一步激活消费热情。

交通方面，市民可乘坐545、846、236路公交直达，或地铁6号线换乘846路。自驾游客导航“宏帆望海花都”即可抵达。此次升级标志着望海花都向复合型休闲商业体转型，有望成为重庆家庭微度假及年轻社交新地标。

## 赣榆海鲜西南地区前置仓在重庆正式启用

9月22日，重庆明品福冷冻交易市场“赣榆海鲜”门店前人头攒动，来自连云港市赣榆区的首批55万斤海鲜正式投放重庆市场，这标志着赣榆海鲜重庆前置仓正式开仓运营，也意味着赣榆区以重庆为辐射半径的西南地区海鲜供应链体系全面落地。

据悉，这批海鲜通过400余辆贴有“赣榆海鲜”标识的冷链运输车，从黄海之滨的赣榆直达山城重庆，登陆重庆三亚湾、明品福水产及冻品交易市场。目前已有近30家海产品生产企业入驻该前置仓，预计年销量可达6000吨—8000吨。

据了解，赣榆区海头镇素有“全国海鲜第一镇”之称，年海鲜交易量超百亿元。该区近年来持续推动海鲜产业标准化、品牌化发展，建立从育苗、捕捞到加工、销售的全链条质量管控体系。此次入渝的海产品均配备溯源信息，确保消费者可查询产地、捕捞日期等关键信息。

据介绍，重庆前置仓采用“源头直采+冷链速递”模式，实现赣榆梭子蟹、皮皮虾、生蚝等特色海产品20小时内从海鲜码头直达市场终端，构建起精密协作的“鲜链”。同时在中交冷链（重庆）智慧产业园——顺丰仓储中心设置仓配一体化储备仓，进一步保障了供应链效率。

未来，赣榆区将与重庆本地电商平台、连锁商超深化合作，通过“线下体验+线上直播”等方式提升消费体验。

## 涪陵区江东街道市场监管所开展肉制品质量专项检查

近日，涪陵区江东街道市场监管所组织开展了肉制品质量安全专项检查。

据悉，该所以农贸市场、超市、肉类专营店及餐饮单位为重点对象，围绕肉制品来源是否合法、是否落实进货查验制度、是否存在销售未经检疫或来源不明肉类产品等行为展开。执法人员现场检查了经营单位的营业执照、食品经营许可证、动物检疫合格证明及肉品品质检验合格证明，确保“两证两章”齐全有效。

在检查过程中，执法人员还向经营者宣传食品安全法律法规，督促其严格落实食品安全主体责任，严禁采购、销售和使用未经检疫或来源不明的肉制品。对发现的部分商户存在台账记录不规范、索证索票不全等问题，当场提出整改意见，责令限期整改。此次专项行动共出动执法人员10余人次，检查肉制品经营单位20余家，发放宣传资料50余份，有效提升了辖区肉制品市场的规范化水平。

## 重庆九龙中梁商贸有限公司

重庆九龙中梁商贸有限公司成立时间为 2009 年 4 月 9 日，注册资本为 20376.47 万元，是重庆九龙城乡运营集团的重庆九龙园高新产业集团有限公司全资子公司。

其主营业务为：负责贸易类业务，包括但不限于铁路物流运营、物资采购和经营性租赁、大宗商品集采集供。（含建材、办公设施、新能源充电设备及汽车、医疗器械、专用耗材，食堂常备粮油物资等商品类贸易业务）。

其运营的铁路专用线物流园位于九龙坡华岩镇中南村（原中梁山煤矿南矿区域），占地 174 亩（原能投集团南矿地块），接轨中梁山火车站，包含 4 条总长 2.26 公里铁路专用线、4 座高低站台及近 1.35 万 m<sup>2</sup> 仓库。

### 版 权 与 免 责 声 明

1. 本刊原创内容（包括文字、图片等），版权归重庆市商品交易市场协会所有。如需转载或引用，请注明来源。若需长期或频繁转载，请事先与本会联系。
2. 本刊转载自其他媒体的内容，旨在传递更多信息，不代表本会观点，文责由原作者自负。
3. 若认为内容存在版权等问题，请在文章发布后 30 日内联系本会处理。

**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.cqsexh.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