



重庆专业市场通讯

2025 年第 11 期
总第 197 期

主办单位：重庆市商品交易市场协会
2025 年 11 月 30 日

本期目录

政务信息

◆ 六部门联合发文，增强消费品供需适配性 ◆

协会传真

◆ 重庆印发《进一步清理消费领域限制性举措持续扩大消费若干措施》 ◆

◆ 我会开展农批市场食品销售质量安全管理三年提升行动检查评估工作 ◆

◆ 我会积极参与组建“重庆适老化居家产业联盟” ◆

市场观察

◆ 江津：线下线上齐发力，渝货出山有实招 ◆

市场焦点

◆ 菜市场，实体商业最后的倔强 ◆

◆ 秀山县农特产品推介会在中心城区举行 ◆

◆ “甘味入渝”特色农产品推介会在重庆成功举办 ◆

◆ “甘味”特色农产品重庆销售点正式落地双福国际农贸城 ◆

◆ 重庆农产品集团入选全国保供名单 ◆

◆ 第十三届武陵山商品交易博览会华南生鲜分会场启动 ◆

市内动态

◆ 2025 中国（重庆）—东盟物流行业合作会议举行 ◆

◆ 重庆华南城引入京东、德邦项目共绘发展蓝图 ◆

◆ 百安港开展冬季安全大检查 ◆

◆ 明品福集团浙江诺力股份签署战略合作协议 ◆

◆ 国会山智慧农贸市场推行平价蔬菜自营新模式 ◆

◆ 赋能商户稳健经营 海领市场设法律咨询服务站 ◆

◆ 空港纵达城举办第九届商户联合团建活动，聚焦数字赋能 ◆

会员介绍

◆ 重庆大足高新区农产品综合市场 ◆

六部门联合发文，增强消费品供需适配性

11月25日，经国务院同意，工业和信息化部、国家发展改革委、商务部、文化和旅游部、中国人民银行和市场监管总局联合印发《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》，以消费升级引领产业升级，以优质供给更好满足多元需求，实现供需更高水平动态平衡。这是党的二十届四中全会召开后首个印发的关于促消费政策文件。全文如下：

《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》

为贯彻落实党中央、国务院关于大力提振消费的决策部署，增强供给与需求的适配性，进一步释放消费潜力，经国务院同意，制定本实施方案。

一、总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大和二十届历次全会精神，统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革，以消费升级引领产业升级，以优质供给更好满足多元需求，实现供需更高水平动态平衡。到2027年，消费品供给结构明显优化，形成3个万亿级消费领域和10个千亿级消费热点，打造一批富有文化内涵、享誉全球的高品质消费品。到2030年，供给与消费良性互动、相互促进的高质量发展格局基本形成，消费对经济增长的贡献率稳步提升。

二、加速新技术新模式创新应用

（一）加快布局新领域新赛道。聚焦智能网联新能源汽车、智能家居、消费电子、现代纺织、食品、绿色建材等重点行业，开展双百典型创新应用专项活动，打造百个标志性产品、百家创新企业和一批可体验可推广的新产品首用场景样板。围绕高性能纤维、绿色印染、造纸、家电、电池、日化、生物医药、生物制造等消费品工业领域，建设一批中试验证平台。

（二）推广高效响应制造新模式。积极推广柔性化与定制化模式，实施“千厂千面”改造计划，建立“用户需求—智能设计—柔性生产”全链条数字化体系。在家电、家具、制鞋、箱包、纺织、化妆品等行业培育一批柔性制造工厂。支持企业、行业协会等建立消费品数据中台，将消费大数据与生产系统实时对接，推广用户参与设计等模式，推动生产高效响应消费者个性化需求。

（三）强化人工智能融合赋能。推动人工智能在消费品全行业全领域全过程

应用，推广生成式人工智能、3D 数字化设计等新工具。组织开展人工智能赋能消费品工业深度行，推动解决方案供应商与生产企业深度对接。鼓励开发家庭服务机器人、智能家电和人工智能手机、电脑、玩具、眼镜、脑机接口等人工智能终端，以智能产品为载体提供娱乐、健康、陪护等生活服务。支持企业、行业协会建设智能家居体验中心、适老化产品体验中心、定制服装体验中心等，拓展多场景体验和增值服务。支持各地开发历史经典产业数字艺术品，建设数字博物馆和云博物馆。

三、扩大特色和新型产品供给

（四）促进绿色产品扩容迭代。适应绿色化低碳化消费趋势，提高消费品能效、水效限定值标准，制修订油墨等产品挥发性有机物（VOCs）及重金属含量限值强制性国家标准。推广绿色建材产品认证。鼓励新能源汽车、高能效家电、绿色建材家装等领域绿色低碳消费。制定智能家居互联互通国家标准，支持骨干企业联合开发全屋智能化绿色化解决方案。

（五）推动农村消费品提质升级。鼓励企业开发农村环境适用的高效节能吸油烟机、燃气灶具、热水器、卫浴产品等，支持企业深入农村开展名优产品巡展和新能源汽车、绿色建材、绿色智能家电下乡活动，提供产品维保、价值评估、上门回收及换新服务。改造提升农村地区商贸流通基础设施，持续完善县乡村电子商务和快递物流配送体系。

（六）大力发展休闲和运动产品。面向赛事经济、户外经济、冰雪经济等新需求，加强多功能智能化体育健身器材、冰雪和户外运动装备等优质产品供给，发布体育优品推广目录。聚焦山地、水上、冰雪、汽摩、航空等运动热点，支持有条件的地方建设航空飞行营地、特色运动装备器材产业园。支持各地因地制宜建设智慧体育场馆、智能体育公园等。

（七）推动健康产品创新发展。支持企业加强保健食品、特殊医学用途配方食品等特殊膳食食品研发。培育认定一批优势传统食品产区和地方特色食品产业。鼓励绿色、有机、名特优新和地理标志农产品消费。聚焦高端医疗器械、可穿戴设备、高效体外诊断设备等领域，拓展家用健康管理应用场景。推动旅游与康养相结合，开展中医药保健、药膳食疗等服务，打造定制化产品。

（八）扩大历史经典名品影响力。支持工艺美术、文房四宝、丝绸、茶叶、中药等历史经典产业发展，发布历史经典产业消费名品及消费地图。支持分行业

举办历史经典产品创意设计大赛，推广优秀案例。推动老字号守正创新发展。支持各地建设一批传统工艺传承与创新基地、大师工作室、非遗工坊等。组织制作历史经典产业宣传纪录片。鼓励国产名特优新产品、消费名品、非遗产品、国货“潮品”进入口岸出境免税店和市内免税店，优化离境退税办理流程，推广“即买即退”措施。

（九）拓展多元兴趣消费供给。积极发展宠物周边、动漫、潮服潮玩等兴趣消费产品。在严控风险、确保安全的前提下，有序扩大低空旅游、航空运动、私人飞行、消费级无人机等低空消费供给。拓展汽车改装、房车露营、汽车赛事等汽车后市场消费，促进汽车租赁高质量发展。支持企业孵化本土知识产权（IP），创新设计文创产品、动漫周边商品等，发展品牌授权，推出系列 IP 授权类产品。鼓励传统商超、购物中心、商业街设计改造引入“谷店”或集合型潮玩店。

四、精准匹配不同人群需求

（十）丰富婴童产品供给。推动婴童产品精细化、品质化、智能化发展，大力推广喂养护理类、出行装备类、户外运动类、教育玩耍类产品。加快环保材料、功能复合型材料、安全防护型材料等研发应用。开展品质育儿与产品质量安全提升行动，推动国内先进标准转化为国际标准。遴选并推广婴童优品，鼓励电商平台建立专属入口，保障高品质消费需求。实施儿童和学生用品安全守护三年行动，加强重点产品质量安全监管。

（十一）加强优质学生用品供给。研发设计具有保护视力、肩颈、脊椎等功能的书写工具，推广个性化、模块化组合学习套装。推进电子信息产品视听友好技术改造升级，支持“传统文具+智能软硬件”融合，加快开发电子墨水屏笔记本、人工智能错题本、电子白板等产品。推动 3D 打印设备进课堂。推出系列 IP 联名文具等产品。

（十二）扩大时尚“潮品”供给。围绕时装穿搭、艺术饰品、美容美妆等领域，加快研发新型纺织纤维材料、环保鞋面箱包材料以及功能型化妆品原料、配方和包材。培育一批原创能力强的独立设计师及品牌工作室，在服装鞋靴、箱包、黄金珠宝、手表等领域打造国际轻奢、高端品牌。鼓励私人形象定制、节日穿搭定制等服务模式创新。

（十三）优化适老化产品供给。加强适老化产品研发设计，重点开发应用养老服务机器人、多功能护理床、健康监测设备等急需产品。面向老年人品质生活

需要，推出兼具舒适性、功能性和时尚性的老年鞋服产品，适合老年人咀嚼吞咽和营养吸收的食品，功能型日化产品等。开展优质老年用品惠老助企行动，推进居家适老化改造，发布适老化产品和服务推广目录，鼓励电商平台、商超等设立银发消费版面或专区。

五、培育消费新场景新业态

（十四）积极推动消费品首发。支持开设消费品首店、旗舰店、新概念店，举办首秀、首展活动。积极培育首发平台载体，提升核心商圈能级，建设集新品发布、展示交易、传播推介于一体的首发中心。强化数智技术赋能，构建“线上+线下”产品首发矩阵。发挥国际展会综合效应，推动“国潮出海”“首发出海”。

（十五）有序发展平台消费。有序发展直播电商、即时零售、策展零售、循环电商等新业态。鼓励平台企业依法合规利用人工智能技术挖掘用户需求，匹配推送产品和服务。支持平台企业应用虚拟现实、元宇宙、人工智能、区块链等数智技术，打造多场景、沉浸式消费体验。引导平台企业开展品牌品质促消费活动。压实平台企业主体责任，加强经营者资质审核和商品信息核查，完善消费纠纷快速处理机制。

（十六）规范发展共享消费。规范发展共享自行车，在商超、医院、游乐园等公共场所推广共享轮椅、共享婴幼儿推车等模式。建立健全共享产品质量认证体系，加快完善共享交通、共享物品等细分领域服务标准。

六、营造良好发展环境

（十七）强化财政金融支持。用好大规模设备更新和消费品以旧换新政策。统筹相关资金渠道支持消费品产业提质升级，充分发挥政策资金撬动作用。发挥集中采购作用，扩大政府机关、事业单位、国有企业等对职业装、工装鞋等消费品的采购。丰富消费金融产品和服务，增强消费金融服务的适配性和便利度。借助服务消费与养老再贷款等引导金融机构加大对优质老年产品的支持力度。

（十八）举办特色活动。系统培育中国消费名品方阵，遴选并推广千个以上知名企业品牌和区域品牌、万件以上优质消费品。打造“购在中国”品牌。编制升级和创新消费品指南，举办成果发布会。依托主流媒体、新媒体及线下商圈高频次推介消费名品、促销活动和惠民政策。培育一批消费品工业特色产区、中小企业特色产业集群。

（十九）维护市场秩序。持续整治地方保护、市场分割问题，加强民生领域

反垄断常态化监管执法。强化网络市场监管，重拳打击违法广告、假冒伪劣等行为，促进优质优价。做好网络销售消费品召回监管工作。加快消费品安全、性能、环保等标准更新升级，加强老年人、婴童、学生等重点人群和重点领域产品强制性国家标准制修订，完善认证体系。提高消费品领域国内标准与国际先进标准一致性水平，推动标准、认证国际互认。工业和信息化主管部门要强化统筹，动态掌握工作进展情况，及时协调解决问题。各相关部门要加强协同联动，结合职能提供政策支持保障，确保工作落实落地。各地区要结合实际抓好贯彻落实，将相关工作纳入本地区重点工作。行业协会要引导企业加强自律和诚信体系建设，进一步促进释放消费潜力。

重庆八部门联合印发《进一步清理消费领域 限制性举措持续扩大消费若干措施》

11月7日，重庆市发展改革委、市商务委、市市场监管局等8部门联合印发《进一步清理消费领域限制性举措持续扩大消费若干措施》（以下简称《若干措施》），共6个部分、18条举措。包括释放汽车消费潜力、优化消费环境等。

在释放汽车消费潜力方面，重庆将集中解决二手车流通交易堵点、改装车业务限制过严等问题，实施包括培育壮大二手车经销企业，强化二手车流通信息共享、打造二手车流通信息查询平台，推行二手车交易发票联网核查、转让登记免提交纸质发票，支持二手车出口交易，放宽改装车业务登记等措施。

其他领域也同步发力助推消费与商品交易：住房消费方面优化公积金提取政策，间接拉动家居建材等下游商品消费；文体消费通过场景营造带动体育装备等商品需求；外来消费领域强化支付便利化与品牌培育，助力本地特色商品交易扩容；医疗消费支持多元化服务供给，同时完善消费环境保障，依托数字平台强化监管、打击假冒伪劣，为商品交易营造规范有序的市场氛围。

总体来看，《若干措施》聚焦消费限制做减法，围绕消费促进做加法，强调从消费供求两端本身入手，通过优化供给、扩大需求促进增量消费。下一步，重庆将着力破除各种不合理的消费限制，为消费者提供更丰富的消费选择和更优质的消费体验，激发消费增长内生动力，促进消费持续扩大。

我会开展农批市场食品销售质量安全管理三年提升行动 检查评估工作

11月17日至30日，我会受市市场监管局委托，组织开展了全市食用农批市场食品销售质量安全管理提升三年行动的专项检查评估工作，共涉足23个区县的25家农批市场。

2023年，市市场监管局印发《食用农产品批发市场食品销售质量安全管理提升三年行动（2023—2025）工作方案》。今年行动期满，为全面评估行动成效，市市场监管局通过公开招标形式，委托我会作为第三方机构承担此项任务。

为确保此项工作顺利进行，协会组建了由市场行业专家及市场专职食品安全负责人员组成的工作组，制定执行方案，明确工作流程及相关要求，并于11月14日在市市场监管局会议室召开专题培训会。学习《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》等政策文件，分成4个小组，采取现场检查、资料审查及座谈交流方式，进行实地检查评估。根据市场监管局的工作要求，一是重点检查食用农批市场包括开办者及销售者的主体责任落实情况。涵盖合法合规经营、管理制度建立、基础设施建设、智慧化管理升级、日常规范运作等内容；二是了解评估区县监管局属地监管责任的履职情况，包括督促市场落实各项管理制度、指导完善硬件设施、明确专职监管人员、开展常态化监督执法及资金扶助支持等。

经过10余天的努力，协会工作组顺利完成了25家农批市场的现场检查、资料审核等事项，并于11月29日，在三亚湾水产市场组织召开工作小结会，听取各组情况介绍，收集农批市场提升行动的工作亮点及发现的问题，提出整改要求及下一步工作改进意见。从总体情况看，各组合理安排时间并按时完成，严格遵循实事求是原则，认真按流程进行现场查看与资料审查核对，组织由区县监管局、监管所、市场开办者负责人参加的座谈交流，有的还组织销售者代表参加，如实反馈问题情况和整改要求。同时，严格遵守中央八项规定，不接受被检单位的接送宴请、礼品礼金等，保障了检查评估工作的公正性与公信力。

接下来，协会将全面梳理此次检查情况，对农批市场食品销售质量安全管理的成效与不足，作出实事求是的评估报告，提出改进措施，助力农批市场食品销售质量安全管理更上台阶，为市民“舌尖上的安全”筑牢保障防线。

我会积极参与组建“重庆适老化居家产业联盟”

为积极响应人口老龄化国家战略，助力重庆市适老化居家产业高质量发展，我会积极参与组建“重庆市适老化居家产业联盟”前期筹备工作，并在 11 月 8 日举行的联盟授牌仪式上完成相关签约。同时，协会秘书长朱吉华凭借在行业内的深厚积淀与广泛影响力，被授予“联盟推广大使”称号，将全力推动适老化产品与服务的普及推广。

“重庆市适老化居家产业联盟”，是在市经济和信息化委员会的指导支持下，由重庆家具行业协会、阳光智家汇智能家居企业服务平台联合发起、相关行业协会参与支持而成立，汇聚了包括家居建材市场、生产商、经销商、适老用品研发、装饰设计、院校科研等多领域力量，意在构建全产业链协同发展的银发经济生态。此次联盟授牌覆盖 55 家协作单位，形成了产学研联动机制，为行业标准化、品牌化发展奠定坚实基础。

“重庆市适老化居家产业联盟”的正式成立，旨在通过整合产业链资源，推动适老化产品的生产制造、技术研发和服务标准化、计划 3 年内推动适老化产品社区渗透率提升 30%。

协会工作简讯

11 月 3 日，为协调解决重庆国隆集团璧山水产养殖基地 1 万公斤鲈鱼销售问题，协会分别联系三亚湾、乐邦水产市场，组织相关经销商前往对接，协助销售。

11 月 10 日，全国农贸联零售专委会秘书长一行 3 人来渝调研，我会秘书长热情接待并详细介绍重庆菜市场发展现状及协会工作情况，双方就未来创新发展进行了友好交流。

11 月 12 日，我会组织双福国际农贸城、观农贸市场、海领市场及批发经销商代表参加在市商务委举办的秀山县农特产品重庆推介会。

11 月 21 日，协会参加了由市场监管局举办的“优化消费环境”主场活动。

11 月 26—28 日，协会率重庆佰年供销生鲜公司、重庆菜老包科技公司主要负责人，赴成都参加由全国农贸联零售专委会组织召开的“全国农贸市场行业年会”。

11 月，我会积极参与重庆市现代商贸流通体系试点城市建设农产品批发市场、骨干专业市场（集群）、城区标准化菜市场建设改造及生活必需品保供体系建设等项目的实地调研、咨询指导、评审验收工作。

江津：线下线上齐发力，渝货出山有实招

近日，重庆市江津区的 30 余家企业带着百余款产品来到北京的一场推介会。通过“线下体验+线上触达”，5 天时间实现签约金额 3.2 亿多元。

消费者在现场体验后，继续在电商平台下单、复购，线下推介的“体验引力”持续在线上释放。

“推介会后，花椒的销量增长了 40%，米花糖增长了 600%。”江津区商务委员会电商工作负责人廖森闻介绍，近年来，江津全面整合电商平台、龙头企业、物流枢纽等，在北京、浙江绍兴等城市开展电商特色活动，还计划前往广东广州、四川成都等地开展“直播带货季”“年货节”等活动，通过线下推荐体验，引导线上消费。

电商正成为江津推动渝货出山的重要抓手。但最初，因为对电商渠道不熟悉，一些生鲜批发商心存疑虑。

“为了破局，我们组织电商沙龙、培训会，还把电商平台直接请到批发市场里，为商户提供点对点的平台搭建服务。”廖森闻说，这种方式有效降低商户的试错成本，帮助商户突破从传统批发到线上零售的第一道关卡。

“不仅教我们怎么开网店，还直接把‘路’铺到店门口。”重庆双福国际农贸城商户、陈老表农产品有限公司负责人陈仕林说，2020 年尝试电商以来，公司年销售额从约 2000 万元增长到今年的预计 2 亿元，增长约 10 倍。

如今的双福国际农贸城，已有 500 余家商户接入电商平台，正从传统的农产品批发市场向电商集散中心转变。

配送速度不断加快。“双福国际农贸城的生鲜电商，可以当天下单、当天送达。”廖森闻说，江津正全力建设重庆即时零售样本区，通过拓展以“快”为核心的消费新场景，满足消费者“动动手指，商品即刻到家”的需求。

面向全国市场，江津建成区、镇、村三级寄递物流体系，在多地设立产地仓、前置仓。同时，联合多家电商平台及双福国际农贸城、和润商贸物流园等专业市场，构筑高效的生鲜电商物流新生态。“‘分布式仓储+即时配送’的模式，不仅缩短了消费者的收货时间，也实实在在降低了企业的物流成本。”廖森闻说。

来源：重庆江津商务

菜市场，实体商业最后的倔强

不知从何时起，我们习惯了这样的生活：

清晨醒来的第一件事，是摸过手机，在线点一份咖啡早餐；下班回家，刷开外卖柜取出半温的晚餐；周末的购物清单，统统交给外卖 App 解决，30 分钟送达，不多不少。

我们的生活，早已被互联网深度重塑。从一日三餐到日常用品，从跑腿代购到上门服务，手指在屏幕上轻点几下，可以不出门便完成很多事。

而在这份便捷背后，是实体经济难以言说的阵痛。餐饮行业一半转让一半硬撑，零售门店五年减少超百万家，从美妆到家居，几乎所有实体领域都被互联网资本浪潮席卷。

但有一个看似“落后”的地方，在互联网巨头们试图重构我们的生活方式时，却展现出了惊人的韧性——菜市场。

一、实体商业的寒冬：从餐饮到零售的闭店潮

这些年，实体经济的日子有多难，大家有目共睹。

楼下开了十年的早餐店贴出转让告示、商场三楼整层空置……这几年，实体店倒闭潮成了街头常见的风景。电商平台的算法垄断、租金人力成本的飙升、年轻人“无接触消费”习惯的养成，让曾经“一铺养三代”的神话变成了“一铺坑三代”的无奈。在这场商业地震中，服装、餐饮、零售等行业纷纷承压。

过去几年，互联网也携千亿资金涌入生鲜赛道，试图用技术和规模颠覆“买菜”这件事时，但最终铩羽而归。

前置仓、店仓一体、社区团购……各种新模式轮番上阵。然而，高增长背后是普遍亏损。每日优鲜的退市警告、叮咚买菜的持续亏损、社区团购的集体“降温”，都印证了这一点：即便是最强大的资本，也难以吃透生鲜这个赛道。

一边是实体店的集体寒冬，一边是互联网在生鲜领域的折戟沉沙，为什么这个看似传统的场所，在电商席卷一切的时代，它依然倔强挺立。

菜市场这个被很多人视为“落后产能”的地方，究竟藏着怎样的生存韧性？

二、三大核心优势：菜市场的“抗冲击三件套”

资本巨头们为何攻不破菜市场的防线？答案藏在菜市场独有的、算法无法量化的三大“非理性特质”里——烟火气、体验感、人情味。



1. 烟火气：不止是生鲜交易

所谓烟火气，是那种扑面而来的生活气息。走进任何一家菜市场，你首先感受到的是各种感官刺激：蔬菜的泥土味、海鲜的咸腥味、肉类的血腥味、熟食的香味混杂在一起；摊主的叫卖声、顾客的讨价还价声、剁肉切菜的咚咚声此起彼伏；五颜六色的蔬菜水果、活蹦乱跳的鱼虾、光鲜亮丽的禽肉并排陈列。

人是触景才会生情的，在生鲜 App 上，你只能看到经过美工处理的图片和标准化的描述，听不到摊主的吆喝，闻不到食材的气息，感受不到那种热气腾腾的生活质感，采购仅为交易。

在菜市场，买卖不仅是交易，更是人际互动。熟悉的摊主会记住老顾客的喜好，为你留最好的货，给你最实在的价格。这种基于长期交往建立的信任关系，是冷冰冰的线上交易无法替代的。

对于许多老年人来说，逛菜市场更是重要的社交活动。他们在这里与熟人寒暄，与摊主聊天，获取社区信息，交流生活经验。菜市场帮助他们保持与社会联系，减少孤独感。这种社会功能，是纯粹的交易场所无法提供的。

2. 体验感：亲手挑选的踏实

“我更喜欢亲手挑拣的踏实感”，这很多人坚持线下采购的理由。精明的家庭主妇会通过触摸、闻味、观察来判断食材的新鲜度。掐一下豆角，就知道它是否鲜嫩；闻一下鱼肉，就能判断它的新鲜程度；看一下鸡蛋的色泽，就能估计它的营养价值。这些经验性知识，在虚拟购物环境中毫无用武之地。

也因此菜市场里还有它的偶然性和探索性。你本来只想买条鱼，却意外发现了新鲜的蘑菇；你原本计划做红烧肉，却因为看到上好的排骨而改变主意。这种购物过程中的意外惊喜，是标准化的美工图片难以触动的、算法推荐也难以复制的地方，也激活不了消费者内心某种隐匿的冲动。

更难得的是，菜市场允许微交易。你可以只买一根葱、两瓣蒜、半斤肉，摊主不会嫌你买得少。对于独居者或小家庭来说，这种灵活性大大减少了食材浪费。反观生鲜电商，往往有起送门槛和包装规格限制，难以满足小额多样的需求。

3. 尚存的、鲜活的地方风物志

菜市场的核心竞争力，还在于它承载的地方风物。它是了解一座城市最直接的窗口——通过这里的食材，你能知道当地人的饮食习惯；通过摊主的吆喝，你能听懂最地道的方言；通过顾客与摊主的寒暄，你能感受到这座城市的温度。

在广州的菜市场，你能找到各种煲汤食材；在重庆的菜市场，泡椒、花椒占据醒目位置；在上海的菜市场，时令蔬菜和马兰头等本地特色应有尽有。菜市场还有它的季节性和地域性。春天有香椿、韭菜、春笋；夏天有西瓜、桃子、荔枝；秋天有螃蟹、柿子、芋头；冬天有萝卜、白菜、羊肉。

喜欢出去玩、体验各地风俗的朋友一定有这种感觉：各地的超市的大差不差，但各地的菜市场一定各具特色。这种与自然节律和地域文化的深度链接，是标准化的生鲜电商难以企及的。

菜市场这种地域符号的意义，远超出其商业功能。它是外地游客了解城市文化的窗口，也是本地经济微循环的主要环节，它为小本经营者提供了低门槛的创业平台，为城市低收入群体提供了物美价廉的商品，为社区提供了社交黏合剂。

这些看似“非理性”的特质，恰恰是互联网平台和资本巨头们难以复制的，也是菜市场对抗互联网进击的“护城河”。

三、不守旧，能进化：菜市场的自我革新

那你可能会说，菜市场的韧性在于“守旧”，但事实恰恰相反：真正的韧性，并非固步自封，而是既能守住核心优势，又能在时代浪潮中不断迭代升级的智慧。

面对资本的冲击和消费需求的变化，如今的菜市场，正以自己独特的方式进化。

许多城市对菜市场进行了环境提升，改善通风照明，增设洗手池、公平秤等设施，让菜市场变得干净、整洁、规范。有的菜市场还引入了智慧化设备，电子价签、扫码支付、线上预订线下自提等功能一应俱全。这些改造不是将菜市场变成标准化的超市，而是在保留核心优势的同时，不断提升自身竞争力，让烟火气与时代进程完美兼容。

在商品品类上，菜市场也在不断丰富。除了传统的蔬菜、水果、肉类、水产，许多菜市场还引入了有机食材、进口水果、特色小吃餐饮等品类，满足不同消费群体的需求。有的菜市场还开设了“扶贫专区”，帮助偏远地区的农户销售特色农产品，既丰富了市场供给，又承担了社会责任。

更重要的是，菜市场的经营模式正在不断创新。许多商贩开始利用短视频、直播等新媒体工具，宣传自己的摊位和产品，吸引更多年轻顾客。有的菜市场还打造了“网红摊位”“特色专区”，举办美食节、农产品展销等活动，提升市场的吸引力。一些菜市场甚至与社区、学校合作，开展“菜市场研学”“亲子买菜”等活动，让菜市场成为传递饮食文化、生活知识的平台。

菜市场在迭代升级中，始终坚守烟火气、体验感和地方风物的核心优势，同时融入现代元素，让传统与创新完美融合。

这些变化证明，菜市场的坚守，不是对抗时代，而是在时代中找到自己的位置。它深知，消费者需要的不仅是新鲜的食材，更是有温度的生活。

四、菜市场：实体商业的精神图腾

在实体经济被互联网资本冲击得七零八落的今天，菜市场的顽强坚守，不仅是一种商业现象，更是一种精神象征。它证明了实体经济并非不堪一击，只要坚守核心价值，拥抱时代变革，就能在激烈的竞争中立于不败之地。

“资本可以补贴价格、技术可以提高效率”，但那些难以名状的烟火气、难以复制的细微的感官刺激，那些被此情此景触动的内心隐匿的悸动、那些无法预料的人与人之间的互动，恰恰是互联网经济的盲点。

希望未来，菜市场在坚守中继续进化，以更现代、更完善、更有温度的姿态，继续坚守实体经济的阵地。夯实合作基础。

来源：贝诺农贸市场研究中心

秀山县农特产品推介会在中心城区举行

11月12日，由重庆市商务委帮扶集团主办的“消费帮扶机关行暨秀山县农特产品重庆推介会”举行，现场20家企业带来100多种产品，实现源头直采。



活动现场。第1眼TV-华龙网 曹好 摄

据了解，重庆市商务委作为帮扶集团牵头单位，始终将消费帮扶作为助力秀山县乡村振兴的重要抓手。此次推介会是市商务委帮扶集团整合资源、发挥优势，推动“秀山产、秀山造”优质产品进入更广阔市场的又一探索。

“消费帮扶是连接脱贫地区产业发展与广阔消费市场的重要桥梁，不仅关乎脱贫群众的‘钱袋子’，也影响着千家万户的‘菜篮子’‘果盘子’。”重庆市商务委员会副主任彭和良表示，市商务委积极组织各成员单位、商贸领域商协会及企业，通过多种形式持续开展消费帮扶活动，帮助秀山等脱贫地区农特产品走向全国乃至海外市场。2025年以来，市商务委帮扶集团各成员单位已采购、销售秀山农特产品达337.64万元，成效显著。

彭和良表示，希望各成员单位能切实扛起帮扶秀山的政治责任，将消费帮扶作为重要工作内容，用好政府采购政策，开展机关食堂采购、工会采购等，同时动员职工和行业进行采购。此外，他还鼓励各商协会和商贸企业发挥主渠道作用，通过订单农业、产销一体等方式，助力秀山农特产品直采直供基地的建设。

据悉，此次秀山县在中心城区举办农特产品推介会，不仅在市商务委开展进机关活动，还在杨家坪商圈开展进商圈活动，为大家带来了优质优价、绿色健康的农特产品，满足广大市民、广大职工多样化消费需求。

“甘味入渝”特色农产品推介会在重庆成功举办

11月16日，“甘味入渝”特色农产品推介会在重庆举行。甘肃省农业农村厅、兰州市政府及重庆市相关部门负责人出席活动，重庆市相关商协会、农业企业及采购商代表参会对接。推介会以深化区域协作为主题，通过产品推介、合作签约等形式，集中展示甘肃特色农业发展成果，推动陇渝合作迈出新步伐。

会上，设置了“甘味”农产品展示品鉴区，集中展示了兰州百合、天水花牛苹果、定西宽粉、甘谷辣椒、永登苦水玫瑰、庆阳苹果、普安康御米油以及甘肃道地中药材等一系列“甘味”特色产品，受到与会嘉宾和广大客商一致好评。

活动现场气氛热烈，成果丰硕。两地12家企业成功签署多项合作协议，签约总额1.8亿元，涉及特色农产品供销、精深加工、冷链物流等领域，标志着两地农业协同发展迈出了更为坚实的一步。本次活动为两地企业搭建了精准对接平台，双方将以此为契机，进一步健全合作机制，在技术交流、市场共享、品牌共建等方面深化务实合作，共同助力现代农业高质量发展。

“甘味”特色农产品重庆销售点正式落地双福国际农贸城

11月16日，“甘味”特色农产品重庆销售点正式落地双福国际农贸城，并举行甘肃高原蔬菜、水果产销对接会，甘肃省农业农村厅、甘肃农垦集团、甘肃省特色农产品产销协会、数十家高原蔬菜、水果合作社与重庆双福国际农贸城及销售商参加。

活动期间，双方代表围绕合作前景与市场拓展进行了深入交流。重庆双福农产品批发市场有限公司党委书记、董事长张科平对“甘味”农产品的入驻表示热烈欢迎，并强调将充分发挥重庆双福国际农贸城枢纽优势，推动“甘味”特色农产品在西南地区的广泛流通。甘肃省农业农村厅、甘肃农垦集团相关领导详细介绍了“甘味”品牌的建设成果与发展规划，表达了依托重庆双福国际农贸城进一步拓展西南区域的信心。

作为活动的重要环节，双方共同为“甘味高原夏菜双福市场销售点”和“甘味果品双福市场销售点”揭牌，标志着两地农产品产销合作进入实体化运营阶段。

据统计，来自甘肃的优质高原果蔬每年在双福国际农贸城内销售量在20万吨左右，包括洋葱、土豆、蜜瓜等，该市场已成为甘肃特色农产品南运的关键枢纽。

重庆农产品集团入选全国保供名单

近日，商务部办公厅印发《全国生活必需品重点保供企业名单》，重庆市农产品集团成功入选全国生活必需品重点保供企业，此次入选标志着该集团在农产品流通体系建设、应急保供能力等方面获得国家层面认可。

据了解，重庆市农产品集团秉持“为耕者谋利，为食者造福”企业使命，全力推进水果、肉食、粮油、社区服务、冷链物流五个涉农产业链建设，目前全市运营有8个社区农贸市场、3个涉农加工工厂（中央厨房）、2个冷链仓储基地、1个农批市场，在全国布局了6个供销肉食分销中心、上千个农产品购销网点，年购销农产品近50万吨。

重庆市农产品集团有关负责人表示，未来将充分发挥好全国生活必需品重点保供企业带动作用，强化货源组织，扩充商业库存，做好生活必需品市场供应，在应急保供、平抑物价等工作中主动作为、展现担当，确保民生商品供应稳定，同时积极参与全市生活必需品流通保供体系建设，为奋力谱写中国式现代化重庆篇章贡献供销力量。

第十三届武陵山商品交易博览会华南生鲜分会场启动

11月7日，“山水秀山，鲜达天下”第十三届武陵山商品交易博览会华南生鲜分会场启动仪式在秀山华南生鲜农产品交易市场隆重举行。县政府党组成员王栋、相关指导单位负责人、市场商户及城市消费群体代表齐聚现场，共同见证活动启幕。

活动中，行业协会代表、企业嘉宾先后发言，围绕生鲜产业合作与发展进行交流。华南生鲜负责人详细介绍了市场运营成果及未来发展规划，优秀商户代表分享了经营经验。仪式现场还举行了隆重的授牌及聘书发放仪式，为12名“明星经营大户”、12名秀山乡村“产地直销示范户”授牌，并向乡村振兴“推荐官”发放聘书，进一步激发了商户参与乡村振兴的积极性。

据了解，秀山华南生鲜农产品交易市场作为秀山县首家5G智慧农批市场，已发展成为辐射渝鄂湘黔四省十八县的区域中心农产品批发市场，是周边500万人口的“菜篮子”“果盘子”“米袋子”，年交易额突破15亿元。市场二期项目将建设东盟精品水果区、秀山非遗农特产品展销中心、武陵山区民族贸易展销中心等六大特色交易区，致力打造渝东南最大的国际化农产品交易市场。

2025 中国（重庆）—东盟物流行业合作会议举行

11 月 12 日，“2025 中国（重庆）—东盟物流行业合作会议”在重庆巴南区举办，会议由重庆市人民政府口岸和物流办公室、巴南区人民政府及 RCEP 产业合作委员会联合主办，以“物流联通 产业协同 共筑中国—东盟合作新通道”为主题。

菲律宾贸工部副部长鲁道夫、柬埔寨公共工程与运输部国务秘书恒楠等东盟政要，近 60 位东盟国家驻华使领馆官员、商协会负责人及侨商代表，重庆市相关领导、市级部门负责人，行业专家及重点物流企业代表等出席会议。

本次会议深化西部陆海新通道建设，聚焦食品与农产品领域合作，共达成 21 个合作项目，覆盖东盟农产品种植、跨境运输、加工营销等全供应链环节，还促成国际产学研、“渝车出海”及大宗贸易供应链合作。签约环节中，13 家境外单位与 8 家中国企业分两轮签约，涉及东盟农产品集散中心、国际大宗贸易、食品农产品进口加工等领域。

当日下午举办的食品及农产品专场经贸对接会，围绕重庆现代制造业集群发展，搭建企业对接平台。参会嘉宾还参与了陆海新通道经济发展论坛系列活动，考察重庆公路物流基地、新发地市场等。

下一步，重庆将打造连接东盟、中亚欧洲、蒙俄的国际公路运输体系，提供“门到门”全程高效运输服务，持续深化中国—东盟通道建设与产业协同，夯实合作基础。

重庆华南城引入京东、德邦项目共绘发展蓝图

近日，重庆华南城在巴南区区委区政府等多方大力支持下，成功与京东、德邦物流签署约 17.5 万方物流仓储招商合作协议，项目占地共计约 473 亩，同步获评重庆市“2025 年度市级物流重点项目”。

此次“强强联合”，为重庆华南城注入强劲发展动能，也为区域物流产业生态发展按下加速键。

未来，重庆华南城将以约 16 万方乾龙物流仓和约 105 万方商贸市场为基础，依托京东、德邦物流仓的产业优势，把园区建设成“智能仓储+专业物流+商贸交易”的产业集群。

百安港开展冬季安全大检查

11月10日，重庆百安港农业供应链有限公司总经理李宗泽带队对百安港农产品批发市场各区域进行了一次全面细致的安全大检查，切实筑牢市场安全防线。

本次检查覆盖市场各个区域，包括水果区、冻库、物业楼、粮油区、蔬菜区、二期项目、办公楼以及各个仓库，做到安全检查无死角、无盲区。检查过程中，检查组对各项安全设施进行了严格排查，重点关注了消防通道是否畅通、消防器材是否完整有效，确保应急情况下消防设施能够正常使用。

同时，检查组对高压容器设施设备、制冷设备的运行状况及各系统数值进行了细致检测，查验了水泵的运行状态和维护保养记录，并对电房配电设备的运行状态、各项安全防护措施以及应急预案等进行全面评估。

此外，检查组还核查了市场日常安全巡查制度的执行情况，详细检查了安全培训记录及台账，确保安全管理各环节都有据可查、有章可循。

明品福集团浙江诺力股份签署战略合作协议

近日，重庆明品福集团与浙江诺力股份正式达成战略合作伙伴关系，双方在现场隆重签署战略合作协议。此次合作以“降本增效、资源共享、战略共赢”为核心目标，标志着两家企业将携手深耕冷链物流领域，通过深度协同为行业高质量发展注入强劲新动能。

此次战略合作的达成，源于双方在行业内的核心优势互补。作为国内智能物流系统综合解决方案领域的领军企业，诺力股份拥有强大的自主创新能力，能够提供涵盖物料搬运设备、智能输送分拣系统、AGV及配套系统、智能立体仓库等在内的软硬件一体化服务，在智能物流设备研发与系统集成方面具备显著优势。而重庆明品福集团作为中国标准化冷链物流产业园的标杆运营商、农业产业化国家重点龙头企业，不仅构建了覆盖全国的冷链基地网络，更具备卓越的产业资源整合能力，在冷链产业园规模化运营领域积累了丰富经验。

根据合作规划，双方将聚焦三大核心方向推进深度合作：一是深化智能物流装备在冷链场景的应用落地，二是共同探索冷链物流场景的创新模式，三是挖掘数据价值以提升运营效能。通过这一系列合作，双方将合力破解行业发展痛点，助力冷链物流产业实现高端化、智能化、绿色化转型。

国会山智慧农贸市场推行平价蔬菜自营新模式

11月12日，“佰年供销”智慧农贸市场国会山店启动自营蔬菜专柜，以“新鲜优质、价格亲民”迅速成为社区居民采购热点。蔬菜经严格筛选上架，省去中间环节，价格较周边商超低10%—20%，实现物美价廉。

该举措显著提升市场活力，日均人流量增长超30%，并带动肉类、水产等其他品类销售。市场方表示，自营蔬菜作为“流量入口”，通过高性价比吸引顾客，再以多元业态增强消费粘性，形成良性循环。

下一步，市场将优化自营商品结构，并于2025年配套开设“供餐家”社区食堂，为居民和上班族提供安全、便捷、平价的餐食服务。

赋能商户稳健经营 海领市场设法律咨询服务站

11月19日，为助力商户稳健经营、防范法律风险，海领市场特设法律咨询服务站，邀请北京浩天（重庆）律师事务所与重庆顺宸律师事务所，每周一天现场为商户提供专业的法律咨询服务。

据介绍，咨询服务范围涵盖企业经营、民事纠纷、劳动社保、股东合伙、运营管理，以及婚姻家庭、财富传承、刑事风险防范等多类法律问题，专业律所团队将结合实际情况，提供有针对性的法律建议与解决方案。

空港纵达城举办第九届商户联合团建活动，聚焦数字赋能

11月28日，空港纵达城以“数字赋能，共创共赢”为主题举办第九届商户联合团建活动，吸引众多商户积极参与。

活动通过集赞预热、电商培训、直播观摩、复盘表彰、领导致辞及抽奖用餐等环节，全方位推动商户数字化转型。

活动还邀请到畅看公司专业讲师围绕视频剪辑与低成本引流开展实操培训，商户集体观摩并助力现场直播，显著提升了人气。同时，活动还复盘了11月20日直播数据，并对优秀商户及合作伙伴予以表彰。

最后，商户们表示，这次培训让他们对电商运营及视频拍摄有了更深入的认识，掌握了不少实用的技能，为今后的线上经营提供了有力支持。

重庆大足高新区农产品综合市场

重庆市大足高新区综合农产品市场位于重庆市大足区万古镇世纪路，占地面积 18754 m²，建筑面积约 14000 m²。

市场产权属于重庆大足永晟实业发展有限公司，重庆中棠农业科技有限公司（简称中棠农业）负责招商运营，中棠农业立足大足区现已发展成集农业生产加工销售、农副产品物流配送、农产品进出口贸易为一体的集团公司，拥有一批农贸市场运营经验丰富的专业人才，具备完善的冷链、物流配送体系和自建的农产品生产基地等。

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.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