



重庆专业市场通讯

2024年第11期
总第186期

主办单位：重庆市商品交易市场协会
2024年12月30日

本期目录

政务信息

◆ 商务部等9部门联合印发《关于完善现代商贸流通体系

◆ 推动批发零售业高质量发展的行动计划》

◆ 重庆以旧换新政策成效显著，消费市场稳步增长

◆ 重庆市城区农贸市场食品安全规范化建设全面完成

◆ 我市推进电子计价秤整治 营造公平交易良好环境

协会传真

◆ 我会深入巴南区开展市场调研

◆ 我会组织参加2024年三峡柑橘产销对接活动

◆ 我会召开食品安全规范化农贸市场评估验收工作总结会

市场观察

◆ 双福“专业市场”年流通额800亿元！未来如何发力？路在何方？

转型升级

◆ 大家居流通的新时代到来！富森美完成卖场变革的重大突破

◆ 重庆物流集团有限公司首获AAA信用评级

◆ 重庆市农产品集团进位2024中国农业企业500强

◆ 我会两企业入选2024重庆市民营企业社会责任100强

市内动态

◆ 百安港荣获“2024年度农产品批发市场行业最具成长力市场”

◆ 多家零食电商入驻空港纵达城

◆ 重庆华南城助推酒店用品市场行业高质量发展

◆ 高新区明品福网格驿站：以“小网格”服务“大民生”

◆ 九龙坡区安心菜场重装亮相 打造商超新体验

商务部等 9 部门联合印发《关于完善现代商贸流通体系推动批发零售业高质量发展的行动计划》

近期，商务部等 9 部门印发《关于完善现代商贸流通体系、推动批发零售业高质量发展的行动计划》，对今后一个时期推进现代商贸流通体系建设的目标、任务等作出全面、系统部署。此次《行动计划》的总目标是：到 2027 年，基本建成联通内外、贯通城乡、对接产销、高效顺畅的现代商贸流通体系，具体提出了 4 项重点任务。在完善城乡商贸流通网络方面，提出要构建分层分类的城市商业布局，完善县乡村三级物流配送体系，果蔬和肉类冷链流通率分别达到 25%和 45%。在推动批发零售业加快转型方面，提出培育 100 家骨干农产品批发市场，品牌连锁、即时零售、直播电商等新业态快速发展，流通组织能力持续增强。在提升数智化、标准化、绿色化水平方面，《行动计划》指出要打造一批数字供应链服务平台，托盘标准化率提高至 40%左右，再生资源回收体系更加健全。在推进国内国际融合发展方面，要求加快内外贸一体化发展，在流通领域培育一批具备全球竞争力的世界一流企业。

重庆以旧换新政策成效显著，消费市场稳步增长

12 月 20 日，商务部举行新闻发布会，介绍消费品以旧换新工作进展。重庆市商务委员会介绍了重庆在此项工作中的具体做法与显著成效。

重庆通过消费品以旧换新政策，取得了三大成效：一是市场信心提振，8—11 月汽车月均交易量环比增长 15.4%，重点家电企业零售额环比增长 59.8%；二是经济增长拉动，截至 12 月 19 日，直接拉动销售 255.5 亿元，间接促进新能源汽车、家电零售额分别增长 25.6%、7.8%；三是市民普惠，超过百万市民享受补贴，累计补贴资金达 32.1 亿元。

重庆的主要做法包括：一是强化组织调度，形成上下协同、政企联动的工作格局，快速高效推进政策实施；二是因地制宜，引导多方资源叠加，政策撬动比达 1:16，满足市场需求；三是系统规范监管，构建五方监管体系，利用智慧化手段提高监管效率；四是广泛宣传，通过多渠道投放广告，确保政策家喻户晓。

重庆市城区农贸市场食品安全规范化建设全面完成

12月10日，市市场监管局召开全市重点食用农产品集中交易市场规范化管理工作推进会，全面总结食品安全规范化建设五年计划实施以来取得的工作成效，分析存在的问题，对持续推动、巩固规范化建设成果做出工作部署。

市市场监管局自2020年实施食用农产品集中交易市场食品安全规范化建设以来，全市已建成食品安全规范化农贸市场385个，全面实现城区农贸市场食品安全规范化建设目标。目前，重庆市农贸市场食品安全管理呈现“三化”特点：

一是市场准入标准化。市场开办者严格落实《重庆市农贸市场食品安全规范化建设评估标准》，对入场经营者和食用农产品对标对表实施标准化准入管理。

二是快速检测常态化。食品安全规范化农贸市场坚持常态化开展快速检测并在市场内公示检测信息。在已建成的规范化市场中，有281个建有标准化快检室，104个实行委托第三方开展检测。今年来，食品安全规范化农贸市场共快检食用农产品257218批次，切实防范不合格食用农产品流入市场。

三是经营秩序规范化。市场开办者按照食品安全规范化农贸市场建设标准逐项落实，严格市场内部管理，实现环境卫生、管理制度、经营行为规范化，切实提升食品安全保障能力水平。

我市推进电子计价秤整治 营造公平交易良好环境

近日，市市场监管局组织在全市开展电子计价秤“阳光计量、公平交易”系列宣传活动。为提升群众防计量作弊意识，市市场监管局组织在全市基层市场监管所设置“手机变砝码”固定服务点400余个，开展现场服务活动1200余场次。工作人员通过利用标准电子计价秤为群众手机进行称重，张贴具有重量的“标签”，让手机秒变“砝码”，群众在购物称重时利用手机重量与称重量进行比对，即可判断是否遇到了缺斤短两的“鬼秤”。

今年以来，我市纵深开展电子计价秤市场秩序综合整治，严厉打击电子计价秤“缺斤少两”等计量违法行为取得显著成效。规范集贸市场设置公平秤1500余台件，重点区域设置流动公平秤500余台件，11000户商家开展诚信计量自我承诺，强制检定电子计价秤113000台件。全市出动执法检查人员14000余人次，检查集贸市场、商场超市、黄金收售点等各类场所12000家、电子计价秤80000台件，查办计量违法案件1024件。

我会深入巴南区开展市场调研

12月20日,我会秘书处一行三人,深入巴南区实地走访调研了重庆花木世界、重庆西部机床交易中心、铁公鸡钢材市场,并与相关负责人进行座谈交流。

在位于界石的重庆花木世界,协会一行与项目负责人进行了深入交谈并作了实地考察。据介绍,该项目于2009年6月动工,规划用地5000亩,计划投资12亿元,力争建成重庆最大的花木交易基地,打造成中国的“阿斯米尔”。到2013年,已建成包括商业街、26幢前店后院式商铺及交易展示大棚、办公楼等共计3.2万平方。这期间,市场曾一度火热,交易规模达到96亿。但由于用地规模及投资规模过大,受行业不景气、缺乏产业支撑特别是资金链断裂的影响,2014年下半年便进入停业状态,并于2017年底被迫进入破产重整程序。

协会一行在现场看到,这些已建成面积,大多荒废闲置,部分成为住宅,整个园区市场人迹罕至、一片荒凉。据介绍,目前该项目总体负债累累,投资者个个血本无归,破产清算无法推进,处于无人过问状况。强烈希望市、区政府及相关部门出面关注并主导该项目的盘活。

在南彭公路物流基地的重庆机床交易中心,看到这里的物业条件十分优越,高大宽敞的展示大厅,陈列着数十台各式各样新旧机床。据介绍,该交易中心由重庆公运集团旗下的重庆能驮物流有限公司斥资打造,市场总占地规模610亩,投资额超过20亿元人民币,交易区总建筑面积超过20万m²,主要承接高新区含谷机床市场的部分经销商户,目前一期6.8万平方,已有50家商户入驻,因远不能满足商户入驻需求,现正加紧建设6万平方的项目二期,力争明年7月前全面接手含谷市场商户搬迁入驻。

另据已经入驻的经销商介绍,随着高新区明年7月前全面关闭原含谷机床市场,其中部分商户将搬迁至永川区,部分商户将分流至南彭,最终形成一分为二、两地经营的机床市场格局。

在铁公鸡钢材市场,协会一行与市场负责人交流了全市钢材市场行业的经营现状,特别就钢材露天堆场、仓储库房的低价倾销、恶性竞争乱象以及不公平营商环境问题进行了探讨。大家一致表示,有必要对此作进一步调研,摸清情况,找准问题,提出规范治理建议,营造钢材市场包括仓储物流的公平竞争营商环境。

我会组织参加 2024 年三峡柑橘产销对接活动

12月6日,重庆市三峡柑橘产销对接暨2024巫山恋橙开园活动在巫山县举行,全市三峡柑橘主产区县代表与来自全国的经销商、农批市场代表及网络达人等200余人参会。我会组织了双福、三科、海领、吉之汇、百安港、开州渝东北、潼南蔬菜等重点农批市场有关负责人与市场经销商代表20余人全程参加了本次活动。

活动现场,举行了“巫山恋橙品牌共建”揭牌仪式、颁发了“三峡柑橘·巫山恋橙”出口基地备案认证证书、评选表彰了“巫山恋橙名优果园”“巫山恋橙最美经销商”等。我会会员单位双福国际农贸城、三科农商城、海领农产品交易中心的经销商代表与柑橘种植大户签订了多项三峡柑橘产销对接协议,意向采购金额达5000万元。

活动期间,与会农批市场和经销商代表还参观考察了大昌镇兴胜果园、巫山恋橙中心仓、荣科供应链智能分拣线,并在柑橘产销对接座谈会上与生产基地进行了深入合作交流。

本次活动由重庆市商务委员会、巫山县人民政府、山东省协作重庆干部管理组主办,通过举办现场考察、座谈交流、地域特色农产品展示、品牌推介等活动,搭建起集产品对接、产业合作、创新推广、消费促进于一体的综合性服务平台。

我会召开食品安全规范化农贸市场评估验收工作总结会

12月20日,协会在市市场监管局会议室,组织召开重庆市食品安全规范化农贸市场评估验收工作总结会,验收组全体成员共10人参加,市市场监管局食品处彭川处长到会并作讲话。

会上,协会介绍了2020-2024年全市食品安全规范化农贸市场建设工作总体情况,并就起草的五年工作总结作了说明。与会人员围绕长效监管、营商环境、政策支持等方面发表了意见建议,大家一致认为,通过食品安全规范化建设,全市农贸市场主体责任得以落实、交易环境得以改善、安全防线得以筑牢、食品质量得以保证、服务保障得以深化,消费者的满意度和获得感不断提升。

彭川处长在讲话中,肯定了协会作为第三方连续五年组织的评估验收工作,并表示市市场监管局将持续推动农贸市场食品安全管理规范化建设,落实食品安全常态化、精细化监管,全面提升市场食品安全管理水平和风险管控能力。

双福“专业市场”年流通额 800 亿元！未来如何发力？路在何方？

大雪已过，重庆多地“寒气逼人”。双福国际农贸城肉类专区，羊肉消费迎来新一波高潮。

在重庆，双福国际农贸城可谓家喻户晓。这个西南地区最大的“菜篮子”“果篮子”，承载着重庆 80% 的生鲜、水果、蔬菜的集采分拨。其实，它还有一个统一的名字，叫“专业市场”。

目前，江津有 10 个大型专业市场。而双福工业园，布局着双福国际农贸城、攀宝钢材市场、和润国际汽摩城、英利国际五金机电城、西部消防水暖城等专业市场，占据着江津专业市场的“半壁江山”。

如何从专业中脱颖而出？

传统意义上的专业市场，是指以现货批发为主、集中交易某一类商品或具有较强相关性商品的商业场所。

随着时代的进步与经济的发展，专业市场已由单纯的交易集市，向商品展览、信息集散、产业集聚等多元功能平台方向发展。

双福国际农贸城汇聚了蔬菜、水果、粮食、食用油、干货、副食、肉类、水产、蛋品、冻品、花卉等 16 个类别，入驻经营户约 5000 余户，2023 年交易额达 430 亿元，已逐步成为西部地区交易规模、聚集辐射范围都位居前列的全国跨区域骨干流通网络节点农贸城。

此外，其他专业市场亦各具特色、功能齐全——

重庆攀宝钢材市场是西南最大的钢材现货市场，也是一个集商铺、堆场、仓库、加工“四位一体”的新型钢材交易市场。

和润国际汽摩城是“重庆汽摩产业总部基地”，配套仓储物流、交易展示等设施，涵盖汽摩配件、工程机械业务。

英利国际五金机电城作为重庆——东盟商品（五金机电）出口集采中心，涵盖五金机电、会议展览、物流配送等业务。

西部消防水暖城集水暖器材、消防器材、仓储物流等功能为一体，是一个“一站式”新型消防、水暖器材专业交易市场。

由此可见，专业市场，不仅是商品具有专门性，更是将商品集结到特定地点，连接供应与需求两头，向产业链的上下两端延伸，逐步涵盖物流、电子商务等多种配套服务。如今，在双福工业园蓬勃发展的六个专业市场实现了市场的专业性和功能性，各有侧重、各展所长，错位发展，全力延链、补链、强链，激发产业全盘活力。

如何从竞争中再创佳绩？

专业市场因为规模大、品牌多、平台强，成为集聚上下游产业链的“关键纽带”。同时，专业市场还凭借价格低廉、源头出厂等多项优势，吸引国内外客商前来交易。

近年来，双福工业园紧紧抓住主城核心区大型商品交易市场外迁机遇，主动承接主城商业功能转移，已形成双福国际农贸城、攀宝钢材市场、和润国际汽摩城、英利国际五金机电城、西部消防水暖城等专业市场，形成蔬菜、水果、干副、冷链、五金机电、汽摩配件、钢材、水暖消防器材等各类业态。

事实胜于雄辩。统计数据显示，2023年，双福工业园商贸流通额达800亿元，入驻商户8000余家，解决就业人数已突破5万人。2024年1至10月，双福工业园销售额达199.6亿元，同比增长12.3%；流通额达694.4亿元，同比增长2.5%。

专业市场的发展，不仅对扩大内需、拉动消费、完善城市功能、增强江津商贸物流的集聚辐射能力起到了积极作用，更推动着江津加快转型升级，打造对外开放的大通道、大枢纽、大口岸、大物流、大平台，从内陆腹地迈向开放前沿。

如今，六大专业市场90%的商户在园区安家置业，平均每日带来的外地客商数以万计，拉动城市餐饮、宾馆等服务产业的发展。双福城市建成区面积已达30平方公里，常住人口30万人，建成居住面积约1050万平方米，城市商业体面积约115万平方米。

如何在发展中转型升级？

江津要建设“立足重庆、服务西南、辐射全国”的现代化专业市场集群，双福工业园从何处发力，加快推动专业市场转型升级？

一方面，积极争取市政府支持，有计划、有步骤地推进主城区大型商品交易市场外迁；另一方面，加快推动市场专业化管理，加快补齐市场物流链条，打造成全市专业市场物流配送枢纽。

当然，更重要的是立足自身优势“刀刀向内”改革创新。

——**推动市场智慧化**。鼓励市场建立专业市场大数据中心，建立线上市场交易平台，实现在线洽谈商务，收发产品订单。打造信息化结算系统，推动专业市场实现统一交易、统一结算。建立产品质量追溯体系，营造商品市场公平交易的良好环境。

——**推动市场国际化**。大力推动重庆——东盟五金机电出口集采中心、中国西部(重庆)东盟农副产品分拨中心建设，促进专业市场与“一带一路”沿线国家核心市场互联互通，打造特色鲜明的区域或国际商品集散中心。引导专业市场积极创建内外贸融合发展平台，培育内外贸结合、与国际接轨的新时代新市场。

——**推动市场制度化**。紧扣乡村振兴、统一大市场、冷链基地建设、西部陆海新通道及国际消费中心城市等相关国家政策，主动包装项目、申报政策、对接资源。

——**推动市场产业化**。构建产地直供、产业展示、展贸消费、产品加工、冷链物流及会务会展等产业集群，打造领先的公共服务产业体系，吸引区内外、市内外乃至国内外客户前来消费体验。

——**推动市场资本化**。构建全流程全覆盖的金融服务体系，包括农业产业基金、供应链金融及普惠金融等，为市场主体主动提供发展需求的金融资本服务。

——**推动市场品牌化**。鼓励市场围绕上下游招商引资，上游链着力发展与市场关联度高的消费品加工业，下游链着力打造集创客空间、时尚体验、城市文旅休闲于一体的形象品牌。引导市场瞄准需求量较大的如智能家电、智能穿戴等产业二次招商，推动专业市场转型升级。

记者：廖洋 通讯员：唐琴
编辑：李婉龄 编审：吴刚
值班副总编辑：贺宝胜
总编辑：黄艳

来源：江津发布

大家居流通的新时代到来！富森美完成卖场变革的重大突破

2024年，或许是家居建材流通新时代大门的全面开启。

家居卖场变革迎来了里程碑式的突破，各类工具、策略与经验登场，完成一次贯穿全年的大阅兵。总体而言，经过多年的探索与调整，家居卖场变革的战略蓝图趋于清晰，战术动作充满力量，并且转型效果已逐渐体现。颇具代表性的案例是，富森美在2024年正式踢开了家居卖场变革的大门，解锁了面向未来的竞争力重建，至少在三个方面拿到了成果：

- (1) 新一代品类结构+品牌集群趋于清晰，优化与重建进入正轨，趋势品类渐成气候。
- (2) 新的流量结构已搭建完成，新环境下的客源问题得到解决。
- (3) 新业务经历多年推进，其中的富森美天府直播港全面投入运营，入驻率稳步上升，逐步成为新的增长点。

新一代品类结构+品牌集群趋于清晰

家居产业变革大潮中，品类的推陈出新是其中一条主线。

受此影响，家居卖场要想立于不败之地，就必须同步做出品类结构的调整，减少下滑品类的占比，增加趋势品类的经营面积，并构建面向未来的趋势品牌集群。

调研显示，近年来，瓷砖、欧美家具、红木家具等品类在卖场里减少幅度较大，而门窗、智能家居、家电、定制家居等品类有所上升，构成了卖场品类进化的新蓝图。对此，富森美有一套自己的更新逻辑。

早些年，按照大品类划分，富森美主要运营家具、建材等独立商城，后来又根据批发、零售、设计、整家、大店、定制、智能等需求，不断实现品类+业态的精细化运营。

进入2024年后，这种格局更加清晰而稳定。

从业态来看，截至2024上半年，富森美自营卖场规模超125万平方米，主要经营业态包括中高端家具馆、中高端建材馆、品牌家居独立大店、拎包入住生活馆、软装生活馆、楼宇式创意设计中心、装饰材料总部市场等，入驻商户超3500户。

从**品类调整**来看，基于传统的瓷砖、卫浴、地板、定制、门窗、床垫、沙发、桌椅等品类优势，一些**趋势型品类成为富森美引进的重点**，例如**家居家电一体化、智能家居、高定家居等**，在卖场里的占比持续提升，形成了新的品牌集群。

其中，富森美有一套矩阵战略，就包括了**家居家电一体化的品类矩阵**，越来越多的家电品牌入场，尤其是富森美高新2号店里，涵盖电器、家庭影院、净水、暖通、新风等多个品类。

其品牌集群至少包括：海尔智家、方太、老板、云米、Fulgor Milano 福戈米兰、华帝、斐雪派克等。已投入运营的富森美天府直播港，24万平方米的舞台上，也活跃着头部家电品牌们的身影。

定制家居早已是富森美平台上最核心的品类之一，而根据市场变化，当高定、轻高定成为热点后，富森美积极拥抱，并成为品牌高地。包括木里木外、威法等头部高定品牌，均在富森美开有超过1000平方米的旗舰大店。

高定家居品牌集群已经成型，据2024年的公开资料，富森美已整合TOP级高定品牌，包括Rimadesio、Poliform、威法、柏丽、m77、RARA、Fu、木里木外、miform、厘半、首席公馆、诺雅那、德禄、雷迪尼、美罗堡、微眼、东威利、本木、朗墅等，构筑成都及整个西南地区高定家居消费中心。

作为消费新热点，**智能家居已是富森美品类版图上的重要构成**。

进入2024年后，富森美智能家居品牌集群已初步成型，包括天猫精灵、欧瑞博、海尔智家、华为、Aqara 绿米等，并不断扩大成员，集群效应爆发，一站式解决客户所需的智能产品或全屋智能方案。

新一代品类结构+品牌集群的成功构建，富森美重新塑造了一种认知，买全屋装修所需的传统家居建材，到富森美。买智能家居、高定及家电等产品，也到富森美。从2024年出发，富森美再次抢占了家居新消费的流通主阵地。

新的流量结构成型

客户流量的多寡，始终是卖场及商户们的生死线。

据中国建筑材料流通协会家居建材市场专委会发布的《2024年建材家居卖场入驻商户经营状况调研报告》显示，**帮助引流，是8成多商户的迫切需求**。其次是加大营销活动力度、提升服务能力水平，以及为商户提供培训和赋能等。

而围绕流量的拓展，富森美努力了多年，从品牌口碑、自然客流、广告投放等角度入手展开长期探索。

如果说 2024 年以前是新流量战略实践期，那么，**进入 2024 年后，富森美迎来了全面的收获期，新的流量结构初步成型，并获得成效。**

其**核心逻辑**进一步明确：确保自然客流的稳定，并有能力为商户提供获客支持，提供订单资源。与合作品牌商户建立流量联动关系，促成获客举措的常态化，共同做大流量规模。

在这一逻辑基础上，富森美所构建的新流量结构表现为，**以全域营销为战略框架，1+3 新营销担当行动方案，并落实四种核心打法。**

一是全域布局，从楼盘广告、小区社群、老客户唤醒到电台、抖音本地生活入手，从线上到线下全渠道，实现本地化流量的全覆盖，完成流量规模的突破。

二是高频次营销活动，在关键节点引爆流量。

三是线上拓流、获客+线下转化体系的闭环运营，高比例促成从流量到订单的转化。

四是赋能并联合经销商，构建平台+商户的流量运营组织，促成双向奔赴的流量共赢局面。

其中，**大型活动被寄予厚望**，据 2024 半年报，富森美今年至少举办“万人家博会”、“成都百大楼盘团购节”、“大牌平价风暴”、“尖叫 618”等数场线下超大型营销活动，并举办 3 场线上中大型主题活动。

这种活动爆破模式已持续数年，富森美每年保持数场到数十场的营销活动，调动全商场资源，发起市场攻势。一些有影响力的活动 IP 已成功孵化，对后续获客提供有力支撑。围绕营销活动爆破，富森美已完成配套措施的探索，包括达人种草、直播、短视频、小区社群、设计师沙龙等，全方位引流，保障客源数量。

多次活动战报显示，2024 年流量均有显著提升，以四川家居消费券核销+空前大活动为例，短时间实现近 3 万单的核销，生动反映出富森美在活动流量这条路径上，已建立成熟的体系并积累起丰富的经验。

线上线下流量的本地化挖掘，富森美在 2024 年又有更广泛地部署，建立面向成都全域的传播网络，并持续发起小区营销战役，以**“饱和式覆盖+高效动销”**策略模式完成对本地流量的深度发掘。

以 9 月的空前大活动为例，富森美启动覆盖全成都计划，覆盖 5000+楼盘，电台广播每天 132 次覆盖，并组织本地达人种草，深度影响全成都。

一些新举措不时爆出亮点，例如“成都人凭购房凭证，免费领100元红旗卡”引流措施，就引发火爆的排队现象。

再看线上流量，经过数年时间的策略优化、团队训练、资源整合与经验积累，2024年以来，富森美已跑通线上流量拓展的路径，尤其是本地化线上流量开发，经验进一步丰富。

具体表现在，富森美依托抖音、小红书、美团点评、社群等主流平台，以及充分挖掘短视频、直播、图文种草等内容形式，全域打捞订单，给出了家居门店获客引流的成熟答案。

以抖音获客为例，富森美先是从抖音达人带货、短视频种草、网红孵化、店播等入手，再切入抖音同城获客，建立“短视频种草+直播收割+私域扩单”的闭环模式。并孵化有影响力的自媒体账号，实现一套内容全网分发、一场直播全渠道覆盖、线上线下闭环的运营蓝图。

这套方略，并不仅是富森美独立行动，更重要的是**带动与陪跑3500家商户参战**，沉淀各品类、各种操作方式的线上引流案例与经验，一起战斗。

部分活动中，往往都有超百家商户开播，数百场直播上阵，动辄产出数百条短视频，以量变促质变，带动商场的流量增长。

进入2024年后，富森美抖音流量深挖进入新阶段，与抖音官方合作，并落实富森美×抖音家装全域行动启动会，成为抖音本地生活服务商，是非常典型的举措。根据该合作模式，富森美帮助商家启用抖音本地生活功能，开通属于品牌的团购券，帮助所有店长或导购通过视频或者直播销售团购券，从而引流到门店，实现成交。

其中的一项新突破体现在，**各个门店逐步建立起同城流量池**，借助内容种草、直播转化、社群沉淀、团购促单等多种策略，吃透线上红利，同时承接富森美提供的线上流量。

多种迹象与案例表明，富森美已成功构建“同城全覆盖+线上线下闭环运营”的新流量结构，并逐步促成了以门店为单元流量运营体系，助力实体店应对新变局、捕捉散落在各个渠道里的客户资源。

新业务步入轨道

作为富森美重点孵化的新业务，其位于天府新区的直播港项目在2024年进入了收获期。

据了解，已有大量公司陆续入驻富森美天府直播港，尤其是园区内的 28 幢独栋，已有一定比例投入运营。其中不乏运营两三千平方米的实力派，在此开设集办公、展示、销售、体验为一体的全国运营中心。

例如，近 3000 平方米的金致尚品城市会客厅就落地于此，承载场景营销、新商业新业态展示、户外场景打造、综合办公区、设计沙龙场景等多种功能，前段时间在此举办的开馆仪式及战略发布会曾成为门窗行业热点。

另据统计，截至 2024 年 8 月，到访富森美天府的知名品牌创始人与高管已多达十数位，包括贝壳控股集团董事长彭永东，九牧集团董事长林孝发，意大利顶奢家居 BAXTER CEO Simone Bocchio，海尔智家副总裁、海尔中国区总经理徐萌等。

并不仅是商界名人到访，多位自媒体大 V、设计界名流也陆续出现在富森美天府的活动现场。例如，头部主播彩虹夫妇领衔四川主播天团集体带货；数十位 B 站家居 UP 主在此举办沙龙，组建“家居 UP 主带货联盟”；由梦天木作联合中国建筑装饰协会设计分会、中国美术学院、网易家居等发起的木作美学研究院西南分院启动仪式在此登场，近百位设计师助阵。

清晰可见的是，得天独厚的国家级新区黄金位置、全新的运营思路，加之一波接一波的高管到访、高频次活动举办，富森美天府不仅成功触达全球范围内的客商，搅动中国商业格局，同时向外界持续输出生活方式新商业领域的探索成果，赢得越来越多企业的认同与入驻。

分析认为，围绕直播港，富森美成功打开了新业务的局面，以直播港+总部港作为架构，以产业运营区+场景商业区+互动体验区为板块，以场景中心、内容中心、流量中心抢占商业制高点，完成家居生活、设计创意、智能科技、健康医疗、餐饮娱乐等业态的跨界布局，让外界看到了在竞争中脱颖而出的全新可能。

结合入驻企业的情况而言，富森美这种商业创新正赢得市场认可。反映到业绩上，28 幢独栋、6 幢高层的体量，24 万平方米的场所，该项目正给富森美带来可观的实力增量。

显而易见，巩固基本盘，发力新赛道，这一轮家居卖场的变革已找准逻辑，局面越渐清晰。而富森美作为洞察变化并抢先行动的公司，已给出新的答案，或已拿到未来消费与流通产业的门票。

来源：大财研究

重庆物流集团有限公司首获 AAA 信用评级

近日，重庆物流集团有限公司成功获得 AAA 主体信用评级，成为重庆市属国有工商企业首家获此殊荣的单位。

自 2023 年 6 月 29 日重庆物流集团重组整合以来，全市国际物流通道、港口航运资源基本实现一体化运营，服务四向通道集装箱 180 万标箱以上，西部陆海新通道货运量增长 40%以上，服务“33618”制造业企业 800 余户，市场竞争力、控制力和影响力进一步增强，彰显了信用优势，整体信用大幅提升。

此次获得 AAA 信用评级，不仅是对重庆物流集团一年多来努力的肯定，更是对未来发展的鞭策。下一步，重庆物流集团将以习近平总书记视察重庆重要讲话重要指示精神为指导，按照市委、市政府加快打造内陆开放综合枢纽战略要求，加快构建现代化集疏运体系，继续深化国资国企改革，不断推进企业高质量发展，加快将集团打造成为西部领先、全国一流的具有国际竞争力的大型综合性现代物流集团。

重庆市农产品集团进位 2024 中国农业企业 500 强

近日，由中央主要新闻单位之一“农民日报社”发起的“2024 中国农业企业 500 强”名单正式发布，重庆市农产品集团位列榜单第 217 名，较之前年度排名上升 66 位。

近年来，重庆市农产品集团始终坚持践行“为耕者谋利、为食者造福”根本宗旨，全力推进水果、肉食、粮油、冷链和社服五个产业链建设，目前，在肉食品进口分销领域，经营规模和经营实力位居全国前列，处于全市领军地位；在社区服务、冷链物流领域，经营体量和服务能力处于全市领先地位；在水果、肉食、粮油“产加销”一体化领域，经营规模和加工能力快速提升，后发优势凸显。

我会两企业入选 2024 重庆市民营企业社会责任 100 强

12 月 26 日，《重庆市民营企业社会责任报告（2024）》新闻发布会举行。会上公布了报告相关情况，并发布了 2024 年重庆市十大民营企业社会责任优秀案例和 2024 重庆市民营企业社会责任 100 强榜单。

我会会员企业重庆龙文集团、重庆海领实业有限公司入选 2024 重庆市民营企业社会责任 100 强榜单，同时，重庆龙文集团在乡村振兴、社会公益等方面表现出色，荣获 2024 年重庆市十大民营企业社会责任优秀案例榜首！

百安港荣获“2024年度农产品批发市场行业最具成长力市场”

12月2日-4日，由全国城市农贸中心联合会主办的2024年中国农产品批发市场行业年会暨第八届中国农产品供应链大会在山东省德州市举行。来自全国各地约500名行业专家、企业代表齐聚一堂，共同探讨农产品批发市场如何转型升级和助推行业高质量发展。

会上，重庆百安港农业供应链有限公司荣获了“2024年度农产品批发市场行业最具成长力市场”的荣誉称号。这一殊荣不仅是对百安港农产品批发市场工作的肯定和鼓励，更是对其在农产品供应链领域所做出的积极贡献的认可。

多家零食电商入驻空港纵达城

12月20日，“益诚零食”、“馋嘴妹儿零食”、“胖金金工作室”等重庆食品电商，集体签约入驻空港纵达城，这不仅彰显了各电商商家的蓬勃发展与前瞻视野，也深刻体现了该市场在食品电商领域的显著优势。

据悉，近几年来空港纵达城致力于打造“线上线下融合”，大力推进电商基地建设，汇聚了众多食品电商商家，市场电商覆盖率达80%以上，产品包含休闲食品、坚果炒货、糕点饼干、调料品等多个品类，在淘宝、京东、拼多多、抖音、1688等多个网络平台销售，日销售出货量均超过50000+。电商的引进带动了市场现有商品的销售额，也带动了市场商户从线下向线上的转型。为促进电商的发展，市场引进邮政云仓和满满仓，快递费用低至1.2元/单；市场还与第三方专业机构免费定期为电商作培训；同时，还将打造集中选品中心，进一步为入场电商赋能。

重庆华南城助推酒店用品市场行业高质量发展

12月11日，2024第二届西部酒店行业高质量发展大会在重庆举行。会议以“西部酒店行业高质量发展”为主题，集合了酒店产业链上中下游企业，涵盖品牌建设、投融资、经营渠道分享等多个板块。会上，重庆华南城商管、华南城数字科技公司联合推出的“西部住宿及餐饮产业供应链中心”正式揭牌。在当日下午的供应链精准对接会上，与会代表共同探讨行业发展与合作机遇。

截至目前，重庆华南城酒店用品批发市场规划面积16万平方米，商户经营面积13万平方米，在营商家超500户。重庆华南城联合华南城数字科技、重庆市酒店行业协会成立了西部地区酒店餐饮用品集采平台。

高新区明品福网格驿站：以“小网格”服务“大民生”

网格作为基层社区治理的神经末梢，是走进企业和群众的“最后一米”。在重庆高新区石板镇黄家堰村，明品福网格驿站的建立，正是为了更好地服务西南片区最大的冷链物流市场——明品福市场内的企业和居民。

明品福市场内人流量大，为推进社会治理，当地因地制宜在市场内建设了网格驿站，实现了“家门口”服务。通过网格驿站，网格员们不断延伸服务居民的“阵地”和“触角”，激活了基层服务的最小细胞，让小驿站发挥了大作用，成为服务企业和居民的窗口。

在石板镇明品福市场内，有一个 50 平方米的“商事调解工作站”，这里成功调解了一起涉及多个商户的矛盾纠纷。早前，强记水产工人因操作不慎导致其他商户工人受伤，费用赔偿上存在较大争议。在商事调解工作站内，镇、村司法调解员和市场监管负责人等工作人员耐心劝解，最终四方负责人心平气和地说出了自己的合理诉求，矛盾纠纷顺利进入解决程序。

这只是明品福网格驿站加强“1+3+N”网格力量联系群众桥梁纽带的一个缩影。石板镇将辖区全域调整优化为 21 个网格，进一步细分为 87 个微网格，每个网格配置一长（网格长）+三员（专职网格员、兼职网格员、网格指导员）+N 力量（网格内的专业执法力量、在职党员、志愿者等）。针对明品福冷链市场企业规模较大、流动人口较多的特点，石板镇以“明品福商事调解工作站”建设为主线，落实“抓前端、治未病”理念，把日常法律咨询服务、诉前调解做深做实，把矛盾纠纷化解在基层、解决在萌芽状态。

驿站内配备了便民箱、共享书架、会议桌椅等基础设施，提供了免费饮水、应急药物、临时休息等服务。按照特定的模式进行人员配置，每日摸排辖区居民需求信息和潜在矛盾隐患，对排查出来的矛盾纠纷进行分类梳理、建立台账并上报汇总至数据库，实行信息数据集成分析，对异常矛盾纠纷进行跟踪处理。

网格驿站的建立，推动了矛盾调解力指数的提升，民事行政一审案件立案数及“万人起诉率”稳步下降。通过以点带面，网格驿站还向镇域其他重点行业、区域延伸，向网上延伸，为社会发展稳定有序提供了有力支持。

下一步，明品福网格驿站还将不断提升专业律师日常服务群众法律咨询、社会普法群众满意度水平，努力打造有辨识度的基层治理新典型。

九龙坡区安心菜市场重装亮相 打造商超新体验

12月25日，位于九龙坡区华岩镇的安心菜市场金建路店重装开业。此次重装升级后，不仅面积扩大至8500平方米，更涵盖了零售批发、日用百货、特色赶集市场、智慧农贸市场等多种业态，吸引了200余家商户入驻。

据了解，为了提升市场品质，华岩镇政府引进了专业的商业管理公司进行升级改造。改造后的市场不仅环境更加整洁，还新增了排风通道和灯光设施，提升了购物舒适度。同时，市场保留了传统的逢258赶场习俗，让市民在享受现代购物体验的同时，也能感受到浓浓的乡土气息。

安心菜市场还特别关注老年人的销售需求，特别开辟了农家菜专区，为老人们提供了一个免费销售自家农产品的平台。此外，市场还计划引入新的业态，开辟秧苗专区，以满足市民的种地买种需求。这一举措将进一步推动华岩镇及周边地区的农业发展，为市民提供更多元化的购物选择。

欢迎扫描下方二维码关注我协会微信公众号【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