

新发地市场春天里的新气象

本报讯(特约记者 孙颖)第18个分市场开工,给品质农产品搭“擂台”、保供应大白菜种在大棚里……日前,记者探访首都的“菜篮子”“果盘子”——北京新发地农产品批发市场,新春新气象,各种农副产品供应充足,价格稳中有降。

提升品质 给优质农产品搭“擂台”

上午8时许,新发地市场西红柿交易区东南角,一排精品西红柿交易棚前,当天的交易就已经接近尾声了。商户张宏伟头天进场的西红柿已经基本售罄。“这款爆浆西红柿,番茄红素是普通西红柿的两倍,口味回甘,批发价格在15元左右,今年是首次进入北京市场。”张宏伟介绍,“量少,晚上能到货1000多斤,基本上还没进场,就已经被预订完了。”

记者了解到,当天新发地市场西红柿上市量为440吨,平均价格仅为3.7元/公斤。为了鼓励商户做强做大做出品牌,新发地市场在西红柿交易区试点分区经营,专门开辟品牌西红柿交易区,给商户们搭建“擂台”,让好产品有好销路、好价格。下一步,新发地市场将把这一做法在其他果蔬交易区域推广。

“很受欢迎,供不应求,我们今年扩大种植面积,已经布局几千亩,预计今年秋季,这些西红柿就

能大量上市。”张宏伟说,为了能够种出高品质西红柿,他们还在培养专门的农技人员。

保障供应 大白菜种在大棚里

在大白菜交易区,一车车大白菜鲜灵灵的,商户们忙着将白菜打包,方便采购商采购。

“批发价格3毛钱一斤!”商户刘存刚告诉记者,他们的白菜来自山东青州,一天能进场20吨至40吨,供应很充足。

记者了解到,现在的大白菜可不是露天种植的,而是在大棚里种的。原来,冬储大白菜过了清明节基本上就下市了,口感用老百姓的话说会很“柴”。市民对白菜的需求持续全年,如今,菜农们普遍会在大棚里种植一茬儿大白菜。

春暖花开,北京蔬菜供应结构也在发生着变化,主要供应地已经北移至河北、山东等地,占市场蔬菜供应量的80%,南菜已经逐渐退市,仅占10%左右。产地在周边,运输周期短、损耗小,价格也就持续走低。9日,新发地市场蔬菜上市量为2.07万吨,加权平均价格为3.67元/公斤,价格稳中有降,比去年同期下降15%左右。同一天,新发地市场上市白条猪1522头,加权平均价格为16.5元/公斤,今年以来猪肉价格一直

处于低位运行,由于生猪存栏量高,预计上半年猪肉价格将继续处在低位运行状态。

畅通渠道 分市场落户河北魏县

在保障农产品流通方面,新发地也有新动作,在全国布局的第18个分市场——北京新发地(魏县)农产品全产业链产业园4月7日开工。

该市场位于河北魏县,占地456亩,总建筑面积约30万平方米,将打造“城市保供安全仓、商贸流通加速器、乡村振兴样板间”,预计建成后年交易量将超过100万吨。

2022年北京新发地各类农产品的总交易量为1326万吨,每天有2万吨蔬菜和1.5万吨水果源源不断进入市场,是名副其实的首都“菜篮子”和“果盘子”。

“市场建成后,我们将发挥资源优势,更好地实现市场的提质升级,打造冀鲁豫结合部区域型农产品批发集散中心。”新发地农产品批发市场董事长张玉玺介绍,北京是个典型的农副产品输入型市场,为畅通渠道、提高蔬菜保供可控率,北京新发地在全国布局多个分市场和种植基地,魏县是新发地布局河北的重要节点,将成为新发地全国农副产品物流体系重要枢纽。

花乡街道

本报讯(通讯员 朱笛崔鸣 赵茹)近日,花乡街道明春苑社区的一位空巢老人意外摔倒,社区“微网格”迅速响应,短时间内联系上家属,并以最快的速度将老人送上救护车。

“小区大门这儿有位老爷子摔倒了,躺在地上呢。”老人摔倒后,周围居民第一时间想到了熟悉的网格干部并打电话进行求助。两位网格员快速赶到现场,原来是90多岁的卢爷爷走路的时候突然头一晕倒在地上上了。“我们一边安抚老人情绪,一边迅速拨打110和120,并协助医护人员将老人送上救护车。”与此同时,负责该老人居住楼的网格干部通过居民台账信息和电话,及时通知老人亲属。

这次的迅速响应,与花乡街道一直致力将“党建+微网格”建设作为打通群众“最后一公里”末梢网,推动党的建设进网格、治理力量到网格、服务管理在网格的“平时功夫”密不可分。如明春苑社区共有23栋居民楼,居民多且老年人群比例高,65岁以上老人约占一半,很多是空巢老人。为了让服务更加精准,在把社区划分为4个大网格的基础上,又将每个大网格细分为2至3个“微网格”,并建立居民微信群、居民信息台账等。党组织书记、委员和普通党员都加入网格,成为网格员,明确责任与任务。“微网格”虽小,却起着连通居民、服务居民的重要作用。网格员与居民保持互动,网格员也熟悉居民,居民信任网格员,每个网格员对自己所包网格特别是对老弱病孕等重点居民如数家珍。

“卢爷爷的情况我们非常了解,他是一位空巢老人,平时生活上的问题经常会联系我们帮忙,比如门坏了进不去,电视机不会调,马桶堵了等等。我们网格员也常常上他家里去。”“有问题,找网格员”成为了花乡街道社区居民,尤其是老年居民的习惯。“一心为民,当好服务群众的‘小管家’”也成了花乡街道建立“微网格”的初衷和宗旨。接下来,花乡街道将继续探索党建服务阵地前移,不断提升党建引领基层治理效能,让群众在“微网格”治理中真切地感受到“家门口的幸福”。

党建引领「微网格」服务空巢老人快速就医

第一届“乐嗨青塔消费季”系列活动启动

本报讯(实习记者 张馨予 通讯员 连金鸣)4月10日,第一届“乐嗨青塔消费季”系列活动正式启动。本次活动充分利用辖区商业资源,通过折扣、优惠等措施给居民让利,激发居民消费潜力。

“乐嗨青塔消费季”将重点展现青塔街道消费特色、丰富消费场景、提升消费品质、打造消费品牌。活动以“乐嗨”为主题,广泛邀请辖区有代表性的企业组成形式多样的消费场景,参与活动的商家均在显著位置张贴“乐嗨青塔消费季”统一标识:餐饮类提供菜品8.8折、汽修类提供空调清洗洗车5折、商超类提供部分商品平价销售、美发类提供剪发5折、足疗按摩项目现金消费8折的优惠活动。消费者除享受优惠外还可通过扫描活动二维码进行积分,主办方根据积分排名评选出周、月、季的冠亚季军,发放金额不等的消费券,在指定商家等同于现金使用。

此次“乐嗨青塔消费季”将持续到6月30日,辖区内翠微百货大成路店、苏宁易购青塔西路店、大鸭梨烤鸭青塔店、辰鼎水汇串吧青塔店等居民喜闻乐见的品牌连锁企业都在优惠名单中。

丰台区私营业主协会青塔街道市场分会组织辖区企业打造的本次乐吃、乐购、乐逛、乐行、乐享、乐省钱的“乐嗨青塔消费季”活动,将对提升

青塔地区消费活力、促进经济复苏、恢复和扩大消费起到积极的作用。

马上就上

青塔街道秀园社区居民 郭女士

疫情结束了,现在口罩也摘了,可以出门逛逛商场走走看看,我觉得老百姓可以从活动中了解很多新的社会资讯,无论经济方面还是生活方面对我们都有好处,会有很大获得感。

北京静劭宇科技有限公司党支部书记 吴艳冰

作为丰台区内国家级高新技术企业,我们积极响应丰台区委提出的“倍增追赶、合作发展”,进一步适应新形势下区委区政府对私营个体经济发展的高质量新要求,在落实丰台区倍增计划、追赶行动中发挥更大的作用,本次由丰台区私营业主协会青塔街道市场分会主办的“乐嗨青塔消费季”第一届启动仪式暨丰台区私营业主协会青塔分会成立,企业积极参与,本着诚信经营的理念,为居民及企业做好服务,借着启动仪式的契机,积极落实我们的各项计划,实

现企业的社会责任与经济效益,为丰台区高质量发展作出我们的努力和贡献。

青塔街道办事处主任 杜哲明

本次青塔街道携手青塔市场所、私营个体协会青塔分会一起开展的“乐嗨青塔消费季”活动,既是全面落实区委区政府提出的“倍增追赶、合作发展”重要举措,也是突出青塔地区特色的具体实践。本次活动在空间上覆盖辖区四大消费场所,在行业上覆盖餐饮、购物、便民、维修、网络平台、法律援助等多门类便民业态,力求通过行业联动、城乡互动提升青塔消费指数,成功打造青塔地区良好的消费环境和地理标签,推动地区经济增长,惠及辖区百姓生活。

青塔市场所所长 王庆涛

区市场局党组提出落实区委“倍增追赶、合作发展”工作任务,我们首先积极落实区委党组的决策部署;其次,结合青塔实际,融合资源、发挥优势,把区局党组和街道工委要求落到实处;再次,通过拉动消费提升消费潜力、活跃辖区经济,达到助力经济增长的目的。



来自中国西南深山的民族手艺人唱起山歌,跳起舞。丰台文旅集团供图

本报讯(通讯员 颜坤)“梨花风起正清明,游子寻春半出城”,2023年北京消费季和丰台消费季活动发布以来,丰台文旅部门以消费季品牌活动为引领,结合春季美景规划活动布局,不仅向市民朋友们推出了四条“最美绿道”,同时在文化自信、国风回潮的大背景下,将踏青游园与时尚潮流相融合,推出“丰宜福台,芳菲满园”北京园博园首届国潮艺术节活动。活动以戏曲、赏花、国潮、民族四大元素为主题推出40余场文化展演,向市民朋友们呈现出一场具有丰台范儿国潮浪漫的主题游园活动。

传统文化+现代表达 打造文化国潮新体验

北京园博园首届国潮艺术节独具匠心,将传统文

化与现代表达方式相结合,把非遗、戏曲、民族等文化符号融入时尚走秀、沉浸体验和音乐表演中,巧妙地结合带给人们身临其境的体验,真正让传统文化深入人心、走进生活。

来自中国西南深山的民族手艺人,唱起山歌演唱、跳起竹竿舞,将民族传统服饰纹样带进国潮节,讲述最动人的传承故事,向市民朋友们近距离展示了传统手工艺的美学价值与文化内涵。山东沂水非遗传承人、活字印刷体验馆创始人于为园园活字印刷活动授课,讲解活字印刷的历史起源,“定制”印刷机首次亮相国潮节,直观展示和传播活字印刷技术。“园林中的戏曲、戏曲中的园林”,作为最具国粹代表性的戏曲,在园林美景中开展了常态化演出,京剧、昆曲、越剧精彩演绎,为市民朋友们搭建了近距离接触戏曲、

感受戏曲国韵的平台。阳光芳菲剧场的《大圣归来》将传统戏曲与舞台互动相融合,进行创作表演,吸引了9000余名或是亲子游园、或是票友打卡的市民游客欣赏精彩的表演,沉浸式参与到戏曲体验互动中。

“中华文化博大精深,传承民族文化势在必行,我们用戏曲的形式演绎传统文化,致力文化的传承是我们这一代人的使命。”戏曲爱好者董先生说。

自然美景+表演show 畅享绿色国潮生态空间

四季有景三季有花。作为一座城市园林,绿色生态是根和魂。“赏花、听泉、运动、休闲”的园博特色,在首届国潮艺术节中全面呈现给市民群众。

月季园草坪区域的露营基地涌动着勃勃生机与

活力。“心里种下一颗种子~啦啦啦啦~”,火爆全网的《勇气大爆发》原创团队土豆王国小乐队2023年首场音乐秀快乐开唱,大小朋友在天然氧吧中或席地而坐,或伴随着音律舞动,或在花间自由奔跑,享受畅快惬意的休闲时光,吸引了超过1.5万名游客前来观赏体验。鹰山区域的露天芳菲剧场,小朋友们自由落座在草坪木椅间,一场由中国木偶艺术团打造的儿童木偶剧在自然景衬托下精彩上演,为大小朋友们打造了一段纯净自然的亲子休闲时光,两天的演出吸引了8000余名游客观看,现场掌声、欢笑声不断。随着春日园区花卉依次绽放,前来踏青打卡拍照的市民游客络绎不绝,处处可见身着汉服年轻群体,在游园赏花、踏青观景的过程中与市民群众互动拍照,传播和展示我国汉服文化。“平时就钟情于国风类的穿搭与手办,尤其热爱汉文化,得知国潮艺术节的开幕,一定要去感受国风的魅力与风采,作为‘00’后的我们,要坚定民族自信,争做国风文化的守护者。”汉服爱好者张女士说道。

同时,碧桃、连翘、海棠、丁香等花卉点缀下的园博园“半马绿道”美不胜收,深受市民群众的喜爱。

合作友好+协同联动 共同塑造南城文旅新地标

北京园博园积极发展合作伙伴关系,整合园区企业资源,打造一体化产业链。不仅携手北宫镇和依文集团共同布局国潮艺术节各项活动板块,还联合奇石馆推出了京津冀首届国兰奇石书画展,200余盆国兰、近千方大小不一的奇石与百余幅书画家专门创作的兰花主题作品融合绽放,为国潮艺术节增添了些许雅趣,展现多种艺术形式的国风之美。协同北京园博大酒店推出超级侠侠主题乐园,为国潮艺术节融入了更多的童趣与乐趣。会同追星迹360°球幕、中消联盟、竹外书院等项目推出权益包体验,促进消费升级,形成全员参与、合作共赢的经济发展新格局,呈现出高品质优质服务供给。据悉,本届国潮艺术节共吸引游客近15万人次,为我市清明节假期创造文旅消费94万元。在网络和社交媒体平台受到了市民游客的高度关注,在国潮艺术节期间,北京园博园微信公众号粉丝增长1.8万人,活动相关文章总阅读量高达84478人次。主流媒体聚焦国潮节,人民网、中国网、中国新闻网、大公报、首都之窗、千龙网、北京电视台、北京广播电视台、北京日报等数十家主流媒体对活动进行了现场报道。各大媒体纷纷对国潮艺术节开幕式以及各项精彩活动进行直播,仅1日、2日两天直播观看量就达到近40万人次。

看来,北京园博园将持续探索“文旅+”新模式,依托得天独厚的自然景观优势和我区丰富的文化底蕴,借助当下的国潮流行消费趋势,塑造北京南城文旅新地标,全方位升级旅游体验感受,在进一步满足市民多元化消费需求的同时,推动消费提质升级。