

“十五五”新丰景

# 新发地市场向“公园式市场”转型升级

本报讯(特约记者 王维祯)随着蔬菜交易“进楼”项目持续推进,北京新发地市场的转型战略轮廓逐渐清晰。北京新发地市场董事长张玉玺近日在接受记者专访时表示,蔬菜交易“进楼”不仅是交易环境的改善,更映射出果蔬批发市场内的商户从单一批发交易向全产业链的升级。在商户转型过程中,市场推动业态升级、商文旅跨界,向多元化农产品流通中心转型。

按照构想,商户进厅、棚后,北京新发地市场将释放出大量露天土地,可用于绿化美化和其他建设,助力传统批发市场转型为“公园式市场”,以适应消费升级新需求。

## 分阶段转向室内

“露天交易”“大集式经营”是北京新发地市场长期以来留给外界的印象。随着新发地蔬菜综合交易大楼的建成与投用,这种模式将逐渐被替代。张玉玺表示,蔬菜综合交易大楼B座,

预计今年7月全面投用。

据介绍,新发地蔬菜综合交易大楼建筑面积达36万平方米,分为A、B、C三座,其中B座先行建设。在果品交易方面,果品示范大棚A厅将于今年春节前全面投用,B厅于2月13日招标,预计今年7月投用。届时,目前进行露天交易的商户将采用轮换制,分阶段入厅或入棚。

对于推进交易“进楼”“进棚”,张玉玺表示,“车进厅”意味着装载农产品的货车入场后可快速装卸和交易,减少二次搬运及露天损耗,还能降低极端天气对交易的影响。

值得注意的是,蔬菜综合交易大楼将集中供需两种业态,该经营模式有助于推动供应链建设。其中,蔬菜综合交易大楼B座为地下两层,地上三层,将集中实现“车进厅”交易,并招商引入集采集配(城市配送)、中央厨房及电商直播等多种服务功能商户。张玉玺解释称,立体空间布局与

产业链上下游的全面招商,使得农产品供应链各环节能够在楼内实现物理空间的紧密衔接,形成“楼内循环”,缩短流通过程并加快商品周转速度,流通效率的提升将进一步带动蔬菜价格的下降。

## 商户迭代带动市场升级

北京新发地市场的“空间”变革,还关系到市场发展规律与商户代际变迁。

据张玉玺回忆,市场成立之初,入驻市场的多为初入市场的农民或尝试经商的职工,作为初代商户,他们对简陋、开放的交易环境耐受度较高。如今,北京新发地市场已成立约40年,初代商户逐渐“退休”,子女们开始接班。

新一代商户拓展新的销售渠道、增设经营业务,精细化的市场供给让他们对经营环境提出不同且多元的要求。张玉玺直言,市场改善交易环境,

在提供档口的同时增加办公室、直播间等配套空间,才能留住人才。建设交易楼、交易棚是市场实现可持续发展的必然要求。

交易楼与交易棚的建设、投用促进了服务配套集成与产业升级。据介绍,新建的蔬菜综合交易大楼将统一配备先进的冷链仓储设施,保障农产品尤其是高端果蔬的品质与鲜度。同时,市场方面主动整合电商直播、社区团购、集采集配等新业态并进行集中管理,形成规模效应和协同优势。

张玉玺透露,目前,北京新发地市场已有300多个电商直播账号,去年市场电商总销售额达33亿元,集采集配(城市配送)企业超300家,服务北京地区的单位、学校及餐饮企业。

## 打造“公园式市场”

北京新发地市场通过升级,尝试打破传统市场的固有印象,这背后不

仅是经营空间的变化与改良,更持续开拓消费新业态、新模式、新场景。

对此,张玉玺有着清晰的构想,“当商户的交易逐步转入现代化的厅、棚之后,释放出的大量露天土地可用于绿化美化,北京新发地市场将从一个传统的批发市场转型为一座‘公园式市场’。”

张玉玺进一步解释称,北京新发地市场对首都农产品保供的重要功能不会改变。在此基础上,其将跨界融合成为“科普教育中心”“文旅中心”等。北京新发地市场计划在市场周边或内部开辟种植展示区。“让城市里的孩子知道,花生是长在土里、榴莲生长在高树上。”张玉玺表示。

据悉,北京新发地市场方面正与旅游机构探讨开发特色文旅线路。随着“公园式市场”从图纸变为现实,新发地将不仅是北京的“菜篮子”,将逐渐发展成为北京市内一座充满生机与特色的消费地标。

## 盒马“封神”礼盒受青睐 首航保供服务暖人心

# 年货采购热 丰台商超年味浓

本报讯(记者 袁阳)春节临近,丰台区各大超市迎来年货采购高峰。2月11日,记者走访多家超市发现,市民选购年货热情高涨,超市也推出各式促销活动与特色商品,满足市民一站式购齐年货的需求。其中,盒马鲜生推出的“封神”系列年夜饭礼盒因其便捷与品质受到关注,而首航超市则凭借丰富的商品供应和周到的服务赢得周边居民好评。

在盒马鲜生店内,年夜饭预制菜专区人气颇旺。今年,盒马联合四位知名厨师推出的“封神”系列年菜礼盒被摆放在显眼位置,吸引不少市民驻足挑选。礼盒内含烧椒鲈鱼、江南红焖小牛肉、笋衣元宝蹄等8道菜品,主打“大师手艺、在家还原”。

“平时工作忙,没时间准备一大桌菜,但又想年夜饭有点仪式感。”正在选购礼盒的市民刘女士表示,这种半成品菜既节省时间,又能保证菜品水准,适合像她这样的双职工家庭。

“礼盒自上市以来销售表现良好,尤其是30岁至45岁之间的家庭顾客格外青睐。”盒马鲜生相关负责

人介绍道,今年年菜产品的开发充分依托前期市场调研。数据显示,超过60%的消费者愿意选择成品或半成品菜来组合年夜饭,但大多数人仍希望保留自主搭配的灵活性。记者在卖场也注意到,除了整套礼盒,消费者也可单独选购其中的某一道菜,自由搭配更适合自家口味与需求的年夜饭组合。

与此同时,以社区服务为首航超市七里庄店也洋溢着浓浓年味。春联、福字、生肖挂饰等春节装饰品红火醒目,生鲜区肉类、蔬菜、水果供应充足,礼盒类商品堆放整齐。“我们提前备足了货,特别是生鲜和节日礼盒,确保春节前后供应不断档。”店内工作人员表示,超市还推出打折促销、线上拼团等活动,部分商品价格“非常劲爆”。

除了商品丰富,首航超市的服务也受到居民认可。家住附近的王大爷告诉记者:“他们给周边老人提供免费送货服务,我买米买油直接送到家,很方便。”超市还针对团购客户提供专项服务,吸引了不少单位采购福

利礼品。

记者观察发现,市民年货采购清单日益多元,既包括传统的零食干果、酒水饮料,也涵盖生鲜食材、半成品年夜饭、清洁用品等,性价比和健康成为不少消费者的关注点。“现在买年货更看重实用和健康,不会盲目囤货。”带着孩子选购坚果礼盒的赵女士介绍道。

“目前,除礼品类商品外,日常所需的生鲜、副食、清洁用品等同样畅销。”首航超市店长孙辉介绍道,“春节期间,我们将继续做好商品调配与服务保障,让市民安心囤年货、开心过佳节。”

此外,永辉超市旗下调改店推出“30支千万级品质爆品”,并搭配数百支单品形成了动态供给体系,对消费者从节前筹备、节日欢聚到节后过渡需求进行精细供应。

据悉,丰台区各大商超和连锁门店结合春节消费特点,实行“除夕提早打烊、初一初二灵活调整、后续逐步恢复”的模式,除除夕至大年初三有所变动外,其余时间基本回归正常。

## 中关村丰台园企业中铁建工设计院 2025年营业额同比增幅20%



本报讯(记者 赵智和)日前,记者从中关村丰台园企业中铁建工集团有限公司设计院(以下简称“设计院”)了解到,2025年,设计院团结带领全体干部职工真抓实干、攻坚克难,发展步伐更稳、业绩指标更佳,市场空间更广、履约品质更优,圆满完成了年度各项任务目标,一系列设计成果充分彰显履约品质,营业额同比增幅20%,利润同比增幅104%。

记者了解到,一年来,设计院依托建工集团EPC,在京央企老旧小区、北京铁路局技改等项目,通过组织优化、架构调整、业务整合,逐步积累了一定的团队优势、业绩优势、专业优势,“小而美”的框架雏形基本形成,“专而精”差异化优势初步显现。

2025年,成功落地央企在京老旧小区改造项目,以技术赋能城市更新行动的亮丽名片。匠心打造山东城市服务学院、青田技工学校、济南实训基地等标杆项目,塑造校园设计产品线优势。同时,深度参与长沙西站设计优化、北京铁路局工务提升项目,全力攻坚九里城项目,稳步推进廊坊安置房、京铁房地产等高品质住宅项目,全面推进BIM技术在重点工程的应用。

设计院参与的高低地形建筑基础防水收口工艺获工程建设行业高推广价值专利大赛三等奖,基于支护结构的地下室抗浮节点及其施工工艺荣获工程建设行业高推广价值专利大赛三等奖。设计院参与设计的长沙西站项目荣获建工集团优秀设计优化创新案例,雄安城际站项目荣获“卓越杯”BIM大赛银奖。设计院先后荣获中建材流通协会第五届新基建杯一等奖,中建协第九届建设工程BIM大赛一等奖、工程管理数字化竞赛(数据集成应用)一等奖,中施企第六届工程建设行业BIM大赛二等奖。

设计院负责人表示,2026年,设计院要紧密围绕“打造更具竞争力的设计咨询服务商”愿景目标,坚定不移地走“依托主业、融入主业、赋能主业”的发展道路,将自身发展深度嵌入建工集团全产业链价值创造过程。强化经营龙头地位,坚持以内为主,内外并重的经营策略,筑牢设计院发展的市场根基,确保设计院行稳致远。

## 南中轴成长记

# 南中轴面积最大室内中庭亮相



本报讯(记者 赵智和)日前,南中轴核心区面积最大的室内中庭——大红门数智产业大厦室内中庭惊艳亮相。

站在大厦三层仰望天空,只见,天

空湛蓝,上午的阳光透过彩釉玻璃穹顶,经过木质格栅的梳理流转成序,将中庭雕琢得光影交织、金碧辉煌……

据了解,中庭顶部面积从四百多平方米跨越式扩容至一千多平方米,

相当于两个篮球场,跨距从16.4米延伸至24.55米。在这一开放场域中,温润的木质格栅重构了空间美学,同时巧妙隐匿了结构梁柱与设备管线,提升了空间舒适度。



## 关爱未成年人

关爱未成年人 关爱祖国未来  
关爱儿童;强化师德师风,开展多样教育;  
慈善捐助,支助助学;用心关爱,呵护成长。

丰台区创建全国文明城市领导小组办公室