

51家品牌集结 四成首进北京

# 首届丽泽甜品节“甜蜜”启幕

本报讯(记者 袁阳)“特意和朋友过来打卡,既能吃甜品又能拍美照,关键还是免门票!”4月16日上午,首届丽泽甜品节在丽泽天街启幕,也标志着2026丰台消费季正式迎来消费旺季。市民王女士手里举着云朵蛋糕,还没来得及品尝第一口,先忙着在5米高的Q萌奶酪装置前找角度拍照。这场为期4天的甜品盛宴,汇聚了51家中外顶流品牌,其中40%为首次进京。

走进丽泽天街,甜品节展区前人头攒动。蛋糕、面包、曲奇、冰激凌、巧克力……琳琅满目的商品让“甜品爱好者”们挪不动脚步。

“前两天在小红书上刷到甜品节的消息,今天特意和朋友做了攻略来现场逛逛。”陈女士手里拿着刚买到的焦糖牛角包,满脸满足。她告诉记者,自己平时就是甜品爱好者,这次能一次性尝到这么多不同城市的品牌,“感觉特别过瘾”。

这场甜品节的“含金量”远不止于此。来自杭州的MSMZ慢熟麦子主打乳酪碱水,为市民带来不一样的春日味觉;来自上海的巧国源记,主推非遗浮雕巧克力;红星前进的现打鲜奶面包……天南海北的爆款品牌纷纷亮相,让消费者无须舟车劳顿,在家门口就能一站式解锁在小红书、抖音上被“种草”已久的各地爆款,实现甜品自由。

“这次共有51家品牌参展,其中40%都是从江浙沪地区首进北京,争取让消费者能够在家门口吃到平时要专程坐火车、飞机去打卡才能吃到的美食。”龙湖北京丽泽天街总经理张健指着中庭巨大的奶酪装置介绍道,“不仅如此,我们在场景内使用了很多黄色元素,希望用这种香甜的氛围让大家能够吃好、拍好、玩好,通过活动来助力丰台的消费。”

“我买的是gluglu家的司康,从小红书上种草很久的上海的品牌,特意过来尝尝。”王女士告诉记者,“现场可以试吃,氛围特别热闹。”

现场,“主厨河马”亲临现场烘焙星级美味,酸汤折耳根烤红薯、非遗浮雕巧克力、广东拖鞋烧等创意爆款同步上线,好吃投票、试吃官招募等互动玩法让市民从“被动品尝”变为“主动参与”。

“今年,丰台区将围绕‘春季踏青、夏季活力、秋季品质、冬季暖冬’四季主题,聚焦六大商圈,推出31项主题、千余场促消费活动,打造贯穿全年的消费热潮。”区商务局相关负责人表示,“4月至5月,丰台区消费热点将集中于丽泽商圈,不仅有首届丽泽甜品节,4月28日至5月30日,2026北京国际花展将落地丽泽金融商务区。”



摄/牛琛



摄/原梓峰



摄/王一淳

## 新发地水果交易大棚 A 厅投用

作为首都最大的“菜篮子”和“果盘子”,新发地市场最近大动作不断:水果交易大棚 A 厅日前投用,B 厅即将开工,蔬菜交易楼预计今年6月底完工……一系列硬件设施升级改造,不断为市场保供能力加码。

水果交易大棚 A 厅位于市场大农门内,是东西两排连栋钢架大棚,高度超过17米,装满水果的大货车在里面都显得很小巧。

在市场露天经营柑橘32年的蒋林,特意选择了大棚门口处的摊位。“以前要么是露天停车,要么是搭个遮阳帐篷,下雨天、大风天,都很难

受,尤其是下雨天,动不动就浇一身湿,采购商都不愿意来,货卖不出去干着急!”蒋林告诉记者,现在进厅交易,再也不怕刮风下雨,下雪了。

“我们经营西瓜,大多是半挂车,没有车厢,夏天就怕变天,顶部的西瓜本就晒得发烫,要是突然下雨,根本来不及遮上防雨布,一浇上雨,特别容易烂。如今进厅交易,再也不用担心变天了。”经营西瓜的商户高齐,指着刚刚进场的一车34吨西瓜告诉记者,现在进厅了,通风又防晒防雨,能够大幅提高西瓜的保鲜期。

新发地市场总经理张月琳介绍,

目前建成投用的是水果交易大棚 A 厅,共有280个车位,主要经营西瓜、哈密瓜、柑橘类水果。B 厅紧挨着 A 厅,围挡已搭建完毕,即将开工,预计今年年内投用,C 厅预计明年“五一”前建成,届时将极大改善市场水果商户经营条件和环境,确保交易不受雨雪天气干扰。

此外,市场蔬菜交易楼 B 座目前已经完成主体工程,正在进行外墙施工和内部设备安装,预计今年6月底整体完工。

文/孙颖

(原文刊载于北京日报客户端)

## 方庄市场从“菜篮子”到“生活圈”的更新之路



动漫感十足“泊狗位”,“指谁谁发财”的招贴画,“水果”造型的休闲座椅……经营了20多年的方庄市场,近期被网友称赞“变可爱了”。

从南三环方庄桥向北,过一个红绿灯,右手处就是方庄市场。刚刚完成升级的白色格栅外墙,“幸运爆棚”“桃你欢心”“好食材汇聚咱市场”的巨幅招贴画,透着时尚。靠着路口的一侧,是新升级的互动空间,一人多高的“购物袋”,橘子形状的座椅,半人多高的“石榴”雕塑……有年轻人在拍照打卡,有老人带着孩子在这里玩耍。

提起方庄市场,它的前身可追溯到清代乾隆年间的忠佑寺,历经百年变迁,从露天早市发展为四层综合市场。作为服务周边十万居民的核心便民枢纽,不少南城人都来过这里采购,原因就是“齐全”!

“上下楼不方便”“环境杂乱”“业态太单一”……岁月流转中,方庄市场也渐渐暴露出诸多短板,在去年的丰台区“街镇向群众报告工作”活动中,不少居民提到了市场使用中的不方便。

随后方庄街道累计征集商户、居民、设计方等500余人次意见,明确锁定适老化改造、停车需求、活动场地、业态升级等核心诉求。“我们没有搞‘大拆大建’,而是走‘精细治理、温情保留’之路,把群众的‘槽点’变成改造的‘着力点’,群众缺什么,更新补什么!”方庄街道相关负责人介绍。

其实最开始,方庄市场的改造并非一帆风顺。产权方和部分商户觉得

“现状尚可、不愿折腾”。街道没有硬推硬改,而是选择了一条更艰难却更扎实的路径:上门走访算清“长远账”,建立“成本共担、收益共享”机制。

带着产权方和商户实地走访“网红”菜市场,让他们看到一个“环境升级带动客流增长、业态优化提升盈利空间”的实例,让产权方看到改造红利。租金不涨、老商户不走,引入线上商城、会员体系等数字化工具,为市场赋能……最终,市场全部商户主动参与改造,实现了从“要我改”到“我要改”的转变。

记者了解到,整个方庄市场的改造项目总投资约719万元,形成了“政府引导+产权方实施+商户参与+社会资本投入”的共建模式:政府投资191万元用于公共区域改造,产权方投资333万元用于建筑硬件升级,社会资本投资195万元用于充电桩建设。

于是,焕然一新的方庄市场,有了电动汽车充电桩,有了地下一层上下行扶梯,有了街角的休闲空间,有了门口的“泊狗位”……

在改造过程中,有个动人的细节——留下修车摊!方庄市场南侧街角有一家经营了近三十年的露天修车摊,是老方庄人的共同记忆。改造前,不少居民都在询问:“修车摊还在吗?”而这个答案,就是方庄更新最温暖的回应——将修车摊位融入市场改造,增设了一处开放式的修车亭子,让这个街角修车摊不仅保留功能,更成为一景。

文/孙颖 (原文刊载于北京日报客户端)

### 未来企业家故事

## 从收银台到科技总裁的破局之路

北京集美科技有限公司 赵婧

2010年冬天,我还在集美家居卖场敲着收银键盘,从没想过十三年后自己会成为集团运营总裁,并带领一支内部团队蜕变为市场化科技公司。这段从收银台到科技总裁的破局之路,每一步都刻着探索与坚守的印记。

一次核对IT部门年度项目清单与预算时发现:IT部门成本连年攀升,业务部门却抱怨不断。深挖后发现,超过60%的IT项目是“一次性定制”——为短期活动或特殊报表开发,活动结束后便沦为数字废料。

2016年夏天,网络企划营销部总监与市场部副总裁带着近五十人核心团队集体出走,集团数字神经系统近乎瘫痪。已升任财务部副总监的我,因主导“业财一体化”系统与留下的技术骨干建立了信任,选择站出来承担责任。我与IT负责人彻夜长谈并立下承诺:技术团队拥有独立技术路线规划权,我全力保障过渡期预算,共同设计以产品影响力衡量价值的职级体系。没有空话,我稳住了技术团队,为后来的变革埋下了第一块基石。

2016年到2023年,是一场系统的“内部创业”准备。前两年的核心

是稳定与重建:不谈创新只谈“活下去”,我恶补技术研发与团队管理,从财务旁观者变成懂业务懂技术的参与者。2018年至2020年最难的是统一思想:工程师抗拒市场化,集团高层也有顾虑。我带着团队参加行业峰会、组织内部分享会,让持续学习成为共同成长的必修课。2020年,零售业务遭受重创,我们开发的线上营销系统、会员管理工具撑起了业务半壁江山,三年的共克时艰消解了信任顾虑。2023年,时机成熟,我正式向集团提出IT部门独立,成立集美科技。

成立集美科技后,年轻员工摩拳擦掌,老员工却满脸焦虑。我推出“首战激励计划”——第一笔外部订单净利润的50%直接作为奖金发给团队。当新疆那家家居市场的订单签下,团队收获了第一份市场认可。集美科技首款产品是重构会员管理系统,新增智能数据分析、用户画像、精准营销等功能。首战告捷后,我带领团队开启“三级跳”的战略转型:从服务集美家居到赋能整个家居卖场产业链,再拓展到商业物业管理领域,最后跨界到充电桩数字平台运营。跨界时技术骨干啃

了几个月专业书,现金流曾紧张到发不出奖金。2024年初,充电桩数字平台成功签约一家大型物业公司;2025年,我们先后获得国家高新技术企业和科技型中小企业认证。

随着企业越做越大,商业模式创新和外部资源对接成为新的瓶颈。我报名参加了北京未来企业家实训营,导师的一句话点醒了我:“不要总想着你是什么行业,要思考你沉淀了哪些可迁移的核心能力。”在实训营的这段经历让我对企业家素养有了更清晰的思考:创新思维是破局的核心武器,责任担当是远航的压舱石,持续学习是成长的永动机。同时也为我们的“第二次破壳”提供了三条清晰的行动思路……我们正启动战略更名、构建生态合作模式、主动对接产业政策与创新资本,以全新的姿态,驶向更广阔的商业数字化海洋。

有人问我女性创业者的优势,我的答案是共情力、细腻感和对关系的重视。而我们始终不忘初心——每一个数字背后都藏着一份需求,每一次技术创新都应为价值而生。我们的创业故事,永远在路上。