263.8万观众热捧线上 第25届四川新春年货购物节

□本报记者 赵蝶 文/图

为贯彻落实四川省委省政府扩内需，促消费工作部署，结合落实商务部、工信部等部门开展“2021全国网上年货节”活动要求，在疫情防控常态化情况下做好春节市场促销工作，由四川省商务厅、四川省经济和信息化厅、四川省农业农村厅、四川省文化和旅游厅、四川省政府驻重庆办事处、成都市商务局、成都市博览局支持，四川省供货商商会主办的“第25届中国(四川)新春年货购物节”于1月23日至2月6日在线上成功举办。

直接下单促成交，线上办展新突破。线上年货节借助云计算、人工智能、大数据等技术，依托微信小程序，首次搭建起可以直接下单成交的线上展会平台。会期，通过官方微信公众号矩阵、主流媒体新闻报道、网红直播等多平台及丰富内容和活动引流，不断转化形成复购、裂变。会期，上线参展企业530余家，上线观众达263.8万人次，实现总成交额2330.6万元。

线下展馆搬线上，线上逛展好亲切。线上年货节最大限度发挥线下展会的时效性和体验优势，首先是延续了线下年货节的时间安排，并通过举办布展日、预展日、开幕式、网红直播等活动，增强了线上展会的聚焦效应。其次是延续了线下年货节的展馆划分，分别设置了川渝扶贫产品馆、进口商品馆、名酒糖果馆、特色农产品馆、肉制品休闲食品馆、市州精品馆、茶叶茶具馆、5G时尚生活馆、品牌服装馆等九大主题馆，以及成德眉资展区、社区惠民购物专区等两个特色展区。通过醒目的指引标识引导观众进入每个展馆、展区，选购对应的年货商品“加入购物车”，点击“立即购买”，通过网络支付、快递配送，让观众体验到逛线上年货节的便利；在熟悉的展商、熟悉的展馆、熟悉的年货节氛围中，更让人们感受到年货节带来的浓浓年味。

质量服务双把关，提升下单成功率。线上年货节以线下展会的标准，严格审核每家参展企业的资质，严格把关入驻展品的质量。本次展商约有一半来自市州、区县，为广大观众提供了包括圣洁甘孜的野生菌、核桃、蜂蜜、藏香猪；净土阿坝的雪梨、花椒、牦牛肉；大凉山的苹果、脐橙、美酒、苦荞；遂宁的黑猪肉、广安的藤椒油、攀枝花的水果、绵阳的风干肉、青川的木耳、通江的银耳、丹棱的椒麻油、德阳的酱油、剑门的土鸡、自贡的冷吃兔等上万种优质又新鲜的产品。同时成立馆长负责制的客服工作专班，全天候服务观众和企业，及时解决销售事宜，使得本次线上年货节下单交易的成功率达到97%左右。

拓宽采购交易面，线上交易效率高。线上年货节打破了时空局限，时间上，每日24小时均可下单采购；空间上，全国各地的消费者均可上线采购。本次线上年货节销售商品，通过快递发送至北京、上海、广州、深圳、珠海、杭州、南京、天津、福州等发达城市，发送至重庆、拉萨、西安、长沙、昆明、兰州、咸阳、贵阳、遵义、安顺、毕节等周边城市。据不完全统计，本次线上年货节省外消费者占到四成以上，有效拓宽了采购交易面，大大节约了交易成本，提高了交易效率。

相关新闻

年货丰 年味浓 2021成都惠民年货节万种优质年货惠民直销

因疫情防控首次改线上举办的四川新春年货购物节，于1月23日开幕，历时15天，于2月6日晚24:00闭幕。线上年货节闭幕后，市民还可以去成都市中心顺城大街富力广场1楼，逛2021成都惠民年货节。本次惠民年货节将一直持续到2月10日结束。

据悉，作为岁末最后一场年货节——2021成都惠民年货节，是为贯彻落实中央“六稳六保”工作部署，在春节前夕深入开展惠民生、促消费市场拓展活动，满足广大市民春节消费需求而举办。惠民年货节以“促消费·惠民生”为主题，主要展销腊味肉制品、名酒名茶、粮油调味品、农副土特产等优质年货，此外还有服装服饰、生活家居等热卖商品，品种共计近万种，绝大部分都是厂家和市州农合社参展，价格实惠，产地直销，产品新鲜。

逛年货节已成为成都人过年的重要仪式，是老成都采购年货的绝佳去处。记者现场看到，本次惠民年货节年货丰、年味浓，琳琅满目的年货展台，围满了办年货的市民，受到广大市民热烈欢迎。

腊味肉制品，年味飘香。北川羌寨老腊肉、天台山老腊肉、大凉山土猪老腊肉、北川黑猪香肠腊肉、黑土猪拱嘴、藏香猪、山林跑山猪、彭州九尺板鸭、重庆白市驿板鸭、曹哥缠丝兔、马边跑山鸡、剑门土鸡、甜烧白、咸烧白、大凉山手撕牛肉、思奇香手撕牛肉、西藏那曲高山牦牛肉、宣威火腿风吹肉等腊味肉制品，充满了浓浓的年味，最受市民和消费者欢迎。

惠民年货节名酒荟萃，以泸州老窖、红楼梦酒为代表的优质白酒，以意大利、法国、澳洲为代表的进口葡萄酒，均以特价促销，生意火爆。

各地农副土特产也是一大亮点，值得一逛。浙江舟山的带鱼、大连的墨鱼、云南的野生菌、鲜花饼，宁夏中宁的枸杞、甘肃的中药材滋补炖品、新疆伊犁骆驼奶粉、河南铁棍山药粉条、江西妹贡品年糕王、内蒙古的奶片、黄金亚麻籽油，青川木耳、蜀南竹海嫩筒笋、峨眉山雪竹茶、马边云雾茶、蒙顶山牛碾坪茶、德阳酱油、寻食记火锅底料、建华香油、山妹子蜂蜜园、剑门关羊角豆腐干、刀口辣子、中江挂面、眉山龙眼酥、优月坚果、山里缘山珍、俄罗斯糖果、台湾珊瑚玉、泰国乳胶枕等等，吃的用的应有尽有。

过新年，穿新衣，穿出牛年旺运。惠民年货节上，内蒙古出口级高端羊绒服装、浙江的貂毛貂绒、深圳的精品羽绒服、上海的纯羊毛衫、江苏的鸭绒大衣、竹炭绒蓄热裤等服装服饰品牌，一律厂家直销，比市场上便宜三成以上。

过年的脚步越来越近，年味越来越浓。买年货，穿新衣，就去2021成都惠民年货节。

太和村：依托园区建农场 既赏花来又吃果

近日，位于四川省乐山市沐川县富新镇太和村五马坪服务区旁的“袁园家庭农场”里，来了几位休闲观光的游客。袁修华一边麻利地收拾桌椅，一边向游客道歉：“响应疫情防控号召，这段时间就不开了，以后开了再来喝茶。”

“袁园家庭农场”位于富新镇太和村小地名“财神坳”，背倚林木葱郁的五马坪森林公园，面向连绵起伏的茫茫群山，视野开阔，景色优美。灰瓦木窗的农家小院，搭配原木竹编，池塘亭楼，处处弥漫着质朴的乡间田园味道。

“农家乐于2020年7月建成，占地400平方米，含休闲区和水果种植区，可以打牌喝茶、钓鱼娱乐、吃农家菜、赏乡村风光，一天可接待30多桌客人。”袁修华说，家庭农场风景优美，空气清新，紧邻五马坪服务区，春赏花夏纳凉秋摘果冬玩雪，距离县城仅30分钟的车程，开业期间每月接待游客1000多人，到了李花开放和李子采摘的季节，每天游人爆满。

将家庭农场建在太和村产业园区，袁修华的底气何在？近年来，太和村瞄准产业发展方向、挖掘先天优势，选定适宜本地生长的脆红李品种，以独特的自然条件为基础，将“小李子”作为“大产业”进行培育，用三年时间集中连片发展李子、猕猴桃、大红桃3600亩，把名不见经传的“小李子”做成了村民增收致富的“大产业”，让村民尝到了生活的“甜头”，有了发家致富的“奔头”。

致力水果经济的太和村，依托产业园区和五马坪森林公园，打造生态农业观光园区，积极引进第三方业主对农业园区的土地进行承包，让园区变景区，拉长“农业+”产业链。

“当时，我们考虑仅仅凭借我们村上的力量来发展，会面临人手不够和资金不足的问题，所以就有了引入外来力量的想法。”太和村党支部书记赵碧银告诉笔者，2018年，在产业园区内配套建设灌溉池、生产道、观景亭、果苗园等，以土地流转方式，引进“外地人”袁修华开办家庭农场，先期种植大红桃、蜂糖李等50亩，前五年支付土地租金，5年后村上按照家庭农场营业额的20%享受分红。

50亩水果采摘体验区建成后，2020年袁修华又投资100多万元建成集餐饮、休闲、垂钓于一体的农家乐，搭上产业园区农旅融合发展的“顺风车”。“50亩果子种植管护期间，要聘请10多名村民务工，除草、修枝、摘果、施肥和农家乐帮厨等，村民每人每月有2000多元的务工收入。”袁修华说。

“听说五马坪以后要开发打造森林康养、避暑休闲等旅游业态，到时会有更多的游客到农家乐耍，我的生意肯定会越来越好。”谈到家庭农场发展的前景，袁修华充满信心。

产业进园区，园区变景区。太和村立足李子产业，大力发展乡村旅游业，让“花果园”成了八方来客休闲观光的“大公园”。目前太和村已有家庭农场9个，农家乐2家，先后荣获四川省旅游扶贫示范村、四川省实施乡村振兴战略工作示范村、市级“四好村”、乐山市城乡基层治理示范村等殊荣。 **崔前东 杨宝 王荣钢 谢铃叶**

市民购饰品 欢乐迎新年

近日，四川省广安市民在城北大市场内选购新年饰品。随着新年的脚步越来越近，商家们及早备好红灯笼、对联、中国结等具有传统文化元素的新年饰品供应市场，吸引众多市民挑选购买，节日的喜庆氛围越来越浓郁。 **特约记者 张国盛 摄**

“智慧”农贸市场走俏西北

春节临近，内蒙古自治区呼和浩特市福海兴农贸市场内熙熙攘攘，市民们一大早来这里置办年货。与往年不同的是，今年该市场启用了“智慧溯源农贸”系统，从挑选菜品、称重、支付，消费者都能在大屏幕上实现，扫“二维码”还可以追溯产品信息。

市民张慧准备买白虾，她走到一家海鲜产品摊位前，通过摊位上方的显示屏挑选食材，在显示屏上单价、总价、重量一目了然，她打开手机，扫码、支付、打印凭条，整个流程仅用了6分钟。

“过去来农贸市场，环境嘈杂脏乱，买菜体验不是很好。有了智慧化系统后，整个过程变得简单明了，买菜也变得舒心多了。”张慧说。

在人们看来，农贸市场是最具烟火气的地方，但中国的农贸市场似乎一直没摆脱“脏乱差”的固有形象，污水横流、噪音污染、蚊虫滋生等一系列问题无法得到有效解决。近年来，方便、快捷、干净的“智慧”农贸市场在中国西部走俏。

张慧结算成功后扫了扫“二维码”，白虾的上市时间、上游商户、原产地等信息记载得清清楚楚。“扫码除了可以查到食材的产地，如果买回家食用出现异常，还能打农贸市场的电话和监管部门的电话，这系统真是让我们买得舒心、吃得放心。”张慧满意地说。

农贸市场智慧化改造不仅方便了消费者，也方便了商户。通过溯源电子系统的统计数据，商户可以根据每种产品的销售量确定第二天的进货量，在数据的指导下更合理地经营。

商户周小妮两个月前入驻这个“智慧”农贸市场，经营水果蔬菜摊位。她说：“这里环境干净整洁，摊位整齐规范，智慧化改造后消费者更多，年前来买果蔬的市民络绎不绝，生意更好做。”

疫情期间，农贸市场在门口设立了测量体温机器，消费者主动来到测温仪器前测量体温后有序进入市场。在市场门口左侧的大屏幕上滚动播放着接触冷链食材后该如何清洗消毒等宣传片及冷链食材的追溯信息。

呼和浩特市新城区市场监督管理局食品流通股股长李巨乾介绍，疫情以来，“智慧溯源农贸”系统将进口冷链食品涉及的生产加工、销售、贮存、餐饮等环节，以及接触的人员、车辆、货物、检验检疫证明、核酸检测报告、消毒证明等追溯数据全部纳入平台管理，形成清晰的追溯链条，方便了监管部门管理和监督。

据新华网

春节临近 水果市场琳琅满目

近日，四川巴中市南江县集州街道朝阳社区农贸市场的水果摊位，摆满了琳琅满目、品种齐全、货量充足的水果品种。春节临近，南江县水果市场的水果品种琳琅满目，价格平稳，既有苹果、桔子、草莓等普通常见的应季水果，也有香蕉、菠萝、榴莲等南方热带水果。

特约记者 肖定怀 摄

稳定市场价格 贵州向市场投放冻猪肉

日前，记者从贵州省商务厅获悉，贵州2021年春节期间冻猪肉储备市场投放工作启动，于2月1日至2月11日在75个投放网点进行投放。

据介绍，为充分发挥冻猪肉储备预期调节作用，保障猪肉市场价格稳定，维护猪肉市场秩序，满足广大人民群众节日猪肉消费需求，确保吃上“放心肉”，贵州省发展改革委、省商务厅、省财政厅联合制定《2021年春节期间冻猪肉储备市场投放方案》(以下简称《方案》)。

《方案》明确，省级冻猪肉储备在批发和零售市场同步投放，采取最高限价(低于市场价20%)向市场投放省级储备肉。承担投放任务的企业可在最高限额以下，自行定价销售。

同时，省级冻猪肉总体投放后，仍然确保留有余量，根据市场供需变化，择机将投放出库的缺额补充入库，应对后一阶段可能出现的异常情况。

《方案》要求，各市州参照省级冻猪肉投放工作，结合当地特点和实际情况，做好市级冻猪肉储备投放省市联动工作，在本地市场猪肉供求关系变化时，及时投放冻猪肉储备，保障本地猪肉市场供应和价格稳定。

据贵州日报