



·稳增长总动员·

# 蔬菜直通车如何进社区

一辆满载蔬菜水果的长四米左右厢式货车，是封控区居民的白月光。“哪里有需要我们去哪里”，蔬菜直通车的工作人员将这句话挂在嘴边，更将其视为行动标准。接到通知后的蔬菜直通车，2人1车组成了“行走”的菜篮子和“米袋子”，只需3.5小时就能到达北京市区的任何社区。据了解，4月25日至今的31天内，蔬菜直通车出动了1007辆次，平均1天发车30余次，以“填空”方式为首居民的一日三餐时刻待命。



能到达北京市区的任何社区”。几天前，东城区新菜市场关闭，马俊超接到北京市商务局指派，下午1点开始准备，4点前一满载蔬菜水果的直通车就开到了东城区巷上嘉园小区。

崔亮也是行家。有着6年的工作经验的他熟悉每一种蔬菜水果的秉性，更是将它们装车的时间掌握得恰到好处。每晚8点，崔亮和同事会先将米面油、根茎类等可以长时间储存的蔬菜、水果和生活物资装车，新鲜的绿叶菜则在次日凌晨最后装车。这样是为了保障给居民提供的菜品足够新鲜。”崔亮深谙其道。

北京商报记者了解到，一辆蔬菜直通车每天携带的蔬菜品种近70种，水果则有20多种，同时还包括米、面、油、蛋、奶等。

“一个蔬菜包能包括12种品类，价格在30-40元。”马俊超介绍，北京优鲜生活有农业基地，还有来自新发地和周边地区的直供蔬菜，因此做到了平价；近期北京本地蔬菜也成熟了，成本上就占了优势，价格自然不贵。”

马俊超坦言：蔬菜直通车供应的蔬菜一般都是大路菜，能够满足老百姓的一日三餐。”

为了确保蔬菜直通车万无一失，北京优鲜生活的各项防疫检查都不敢马虎。崔亮介绍，除了每天的人员佩戴N95、核酸阴性的要求，车辆一日多次消杀之外，每周还有1-2次的环境样本核酸，这样才能保障整个闭环的安全。

## 哪里有需要就去哪里

“我们在不同区域尝试了多种订购模式，居民能直接订购蔬菜包，还能通过社群内接龙等方式订购。”百舸湾蔬菜直通车”负责人

韦桂坪表示。据了解，优鲜生活、菜篮子运输、百舸湾、新发地果蔬等企业以现场售卖、蔬菜包和线上订单线下配送等多种方式，服务着各个社区居民。

特殊时期，每一辆蔬菜直通车都是“行走”的菜篮子和“米袋子”。5月21日，百舸湾在保证日常服务社区不断供的情况下，出动应急保障车辆5辆，将近100吨农副产品分散至海淀区各处；真正做到哪里有需要我们去哪里”。韦桂坪和同事们时刻待命，指哪打哪。

韦桂坪向北京商报记者透露，百舸湾蔬菜直通车在北京全市有51辆，进驻了129个社区。本轮北京疫情暴发以来，百舸湾蔬菜直通车共为朝阳、丰台、东城和通州提供应急保障，每天应急保障车辆10辆以上，同时利用1万平方米的仓储周转中心，存储日常三倍以上

的农副产品，确保了货品充足，不断货。”

“我们为保供专门组建了一支快速反应队伍。”马俊超介绍，目前北京优鲜生活共有35辆直通车，本轮疫情暴发以来，已经服务了朝阳、通州、海淀、东城、西城等的多个社区。从5月15日-25日，优鲜生活服务了48个社区，供应蔬菜包20510个，蔬菜超120吨。

北京市商务局提供的数据显示，4月25日以来，累计向东城、西城、朝阳、海淀、通州等区派出蔬菜直通车达1007辆次，服务点位近1000个，运输蔬菜、水果、禽蛋和米面粮油调料等物资达2万余吨。按此计算，蔬菜直通车平均1天发车30余次。

目前，全市蔬菜直通车领域已有15家备案企业，300余辆服务车辆，每周2-3次走进全市500余个社区服务。

北京商报记者 刘卓澜  
图片来源:企业供图

## 2人1车服务1社区

5月26日下午，北京优鲜生活保供稳价现场负责人崔亮正在清点当天的剩余库存。“才过了小半天，蔬菜水果只剩下三成左右，预计下午三四点就可以收工了。”最近一个月，崔亮和这辆四米多长的厢式货车成了亲密无间的战友，一天至少有18个小时都待在一起，一起走遍了海淀、朝阳、东城等多个区域的社区。这辆四米多长的厢式货车，能装载至少1吨、多至5吨的蔬菜水果。

时常深处一线社区的崔亮，同众多的蔬菜直通车的一线人员一样，每天睡眠不足五个小时；凌晨2点开始工作，晚上8点多才能收工休息”。这样常态化的节奏，让崔亮形成了新的生物钟。

家住华威里社区的杜先生，在小区管控

期间也是盼着蔬菜直通车“一般早上7点就到了小区门口，只要看到蔬菜车的影子，就赶紧下楼，希望买到新鲜的蔬菜水果。”事实上，蔬菜直通车确实没让杜先生失望，一周来2次，平均30多元一个的蔬菜包能有十斤左右蔬菜，还会单独售卖水果、鸡蛋等日常所需的食材。

当然，为了确保蔬菜直通车7点准时出现在小区，崔亮以及一线工作人员已经准备了5个小时。凌晨2点，当多数人还在睡梦中时，为蔬菜直通车备货的工作人员就已经开始上货、装车了；5点，完成装车后，司机就要开车从位于海淀东北旺的农业基地出发，要在6点准时到达封控管控区的社区门口。

到了社区门口，蔬菜直通车的司机和另一位帮手就要马不停蹄地卸货摆放，他们只有1个小时的时间摆放好所有的蔬菜包。到了7点，蔬菜直通车的考验才算开始，居民之间

免不了对价格与质量进行讨论，他们要忙着报价、装袋、称重、收钱，还要忙着回答居民抛出来的各种问题；今天的蔬菜包怎么比上次贵了点”今天几点收摊儿”下次几点来”……

这样的忙碌要持续到当天下午的4点多甚至是5点。等售卖结束之后，他们还要对现场进行清理及消毒，再返回基地对车辆进行消毒。直至晚上8点，蔬菜直通车才算正式熄火，崔亮一天的工作才算正式结束。

## 买菜无需漫长等待

调动一辆能满足一个社区居民一日三餐的蔬菜直通车并不是一件难事，也不需要漫长的等待。

从接到通知开始准备再到开车进社区，北京优鲜生活社区配送服务有限公司总经理马俊超向北京商报记者强调：“我们用3.5小时就

# 升级新品金标陈酿问世 牛栏山提质完善产品矩阵

1952-2022年，70年弹指一挥间。在成立70年之际，牛栏山酒厂推出了重磅塔基核心产品——金标陈酿，让牛栏山酒友的酒桌上再添一款新品。

实际上，金标陈酿不仅是牛酒顺应消费升级趋势，满足广大消费者对高品质生活追求而推出的升级产品，更是牛栏山酒厂在“五·五”战略下，充分发挥传统酿造工艺优势与新技术领先优势，实现在光瓶酒领域“纯粮固态”与“新技术”双轮驱动的关键举措。

## 金标陈酿亮相

牛栏山酒厂成立70年之际，金标陈酿的亮相让这一关键节点更具纪念意义。

牛栏山酒厂相关人士指出，金标陈酿的推出是牛栏山酒厂顺应消费升级趋势，满足消费者对高品质、美好生活的追求，在总结传统陈酿这一超级大单品优越性的基础上，精心研制的纯粮固态升级产品。

升级，是金标陈酿问世以来提及频次很高的词。在传统陈酿卓越品质的基础上，金标陈酿在工艺技术、外观设计等方面进行了全方位升级。

工艺技术方面，金标陈酿融合了传统酿造工艺与现代微生物发酵技术，通过固态法基酒进一步提升了酒体的醇厚度。在地域独有的发酵菌群、发酵环境和满富岁月积淀的发酵设施的帮助下，金标陈酿具备了牛酒特色的浓郁窖香。计算机自动化组合数据的准确性与严谨性实现了规模化生产，利用规模效应提升产品性价比，实现最大程度让利消费者。在此工艺下，牛栏山酒厂确保每一批次产品品质的内在稳定性，实现了规模化生产下的原粮精酿品质。

值得一提的是，金标陈酿充分继承了传统



陈酿适口性强、饮用后舒适度高的特征。入口柔顺不辣喉，饮后过劲儿快。酒体无色透明，窖香悦人，口感柔顺，醇厚饱满，柔甜兼净，香味谐调，具有牛酒特色的浓淡浓香风格。

在外观方面，金标陈酿瓶身通体透明澄澈，贴标左下角一眼便可以看到识别纯粮固态发酵白酒的“金标”标志，极具辨识度。金标陈酿延续了牛栏山酒厂的光瓶路线，践行环保理念的同时，最大程度降低生产成本，实现酒体价值的最大化。

金标陈酿的亮相是对“青出于蓝而胜于蓝”的完美诠释。对于消费者而言，金标陈酿的推出意味着酒库中又将再添一瓶好酒。而对于企业而言，金标陈酿的推出有着更为深刻的意义。

牛栏山酒厂相关人士表示，金标陈酿的面世，是牛栏山酒厂“五·五”战略下充分发挥传统酿造工艺优势与新技术领先优势，实现在光瓶酒领域“纯粮固态”与“新技术”双轮驱动的关键举措，同时也是牛酒践行“关注民生，服务大众，酿造高品质生活”企业使命的有力呈现。

## 民酒战略升级

作为“陈酿”系列产品新成员的金标陈

酿，最稳的地基仍是传统陈酿。据了解，于2003年上市至今的牛栏山陈酿，早就成为业界现象级大单品。数据显示，上市第十年，牛栏山陈酿便实现年销量2000万箱。此外，2021年，牛栏山陈酿系列销售量超43.53万箱，其中，42度陈酿销售量就达到了39.5万箱，相当于8亿瓶。要知道，无论是民酒定位还是价值导向，都与牛栏山陈酿成为业界现象级大单品有着密不可分的关系。

值得一提的是，虽然成本有所增加，但金标陈酿的定价依旧亲民，仍走的是民酒路线。这背后是牛栏山酒厂雄厚科研实力和规模化效应带来的有效成本控制，力求价格与品质的平衡是牛酒坚持民酒定位，坚持价值导向的不渝追求，也让金标陈酿的酒体品质成为了同价位段的佼佼者。

“民酒战略是牛栏山酒厂民本情怀一脉相承，植根于最广大消费者是牛栏山酒厂始终如一的战略定位。此外，民酒战略定位符合白酒行业发展的大趋势——中国白酒行业进入以理性消费趋势回归为标志，以大众消费为基础的民酒消费时代。另一方面，民酒战略定位以价值为核心属性，以最广大消费者为目标群体，以品牌支撑、品质保障，是对行业发展与消费升级的前瞻性把握。”牛栏山酒厂相关人士如是说道。

牛栏山酒厂相关人士进一步指出，金标陈酿的推出与全国化推广，将是牛栏山酒厂民酒战略落地的又一重要里程碑。

坚定民酒战略的牛栏山酒厂作为中国民酒企业的领袖之一，不仅产销量位居行业前列，更收获了广泛的基层消费支持。资料显示，2021年，牛栏山酒厂以613.22亿元品牌价值荣登第13届华樽杯中国酒类品牌价值200强榜单，并在2020年获得CCTV“中国民酒价值典范”称号。

业内人士指出，京津冀一带的消费者对于牛栏山酒厂有着消费情节，这种情节不仅来源于企业长期以往的品质，更来自于牛栏山酒厂品牌生命力与影响力。而牛栏山酒厂重磅推出的金标陈酿则充分继承了这一点。

## 完善产品矩阵

对于牛栏山酒厂而言，金标陈酿的上线不仅是推出一款新产品，更令牛栏山酒厂产品线得到进一步丰富。

目前，牛栏山酒厂在高端、中端、低端酒类市场均实现多款产品布局。超高端领域，牛栏山酒厂有魁盛号·樽玺。高端领域，牛栏山酒厂拥有极具品牌形象的经典二锅头系列产品。中高端领域中，“珍品30年”“百年”“国牛”

等产品比比皆是。而“牛栏山一号”陈酿”传统二锅头”等塔基产品则为牛栏山酒厂在低端酒类赛道打下坚实基础。几十元至上千元中，消费者都能买到牛栏山酒厂产品。

牛栏山酒厂已经在高中低三个市场实现全面布局，而新核心单品——金标陈酿的上市则为牛栏山产品结构升级提供了新助力。

据牛栏山酒厂母公司顺鑫农业披露2021年年报数据显示，2021年，顺鑫农业白酒业务实现营业收入102.25亿元，同比增长0.4%。从业绩上不难看出，作为顺鑫农业白酒业务的主力军，牛栏山酒厂业绩稳中有进。

业绩上稳步前进，产品结构持续完善，2022年的牛栏山酒厂发展态势令人期待。业内人士指出，金标陈酿的推出令牛栏山产品矩阵进一步完整。在此背景下，牛栏山进入到结构升级周期中，将稳步推进企业高质量转型发展。

据了解，金标陈酿铺市至今，已经在试点市场收获的广泛好评。要知道，这与金标陈酿打出的响亮口号——“纯粮陈酿更地道”背后的深刻内涵息息相关。

“纯粮”，代表了金标陈酿以两仪（高粱、小麦）三米（大米、糯米、玉米）为优质原料与固态发酵的酿造工艺。不过，“纯粮”仅是入门标准，金标陈酿的优良品质和价值内涵还需要“陈酿”与“地道”来进一步诠释。

“陈酿”，是指在贮存容器中贮存一定时间，使白酒酒体协调、口感柔和的生产中必要工艺过程。但作为产品名称，“陈酿”不仅突出了优化酒体口感的酿酒工艺，更是对牛栏山酒厂坚守匠心精神、坚持严苛工艺的生动呈现，这也是牛栏山酒厂对全体经销商与广大消费者不变的承诺。

“地道”，不仅代表了牛栏山品牌所蕴含的京味文化价值取向，还代表了牛酒以厚德包容满足最广大消费者多元化与价值最优化消费需求的精神内核。而一个“更”字则凸显了金标陈酿在人民生活水平不断提升与消费升级大背景下，满足更广泛消费者价值消费需求能力的提升。

据了解，金标陈酿的下一步，是在全国化市场实现规模化推进。金标陈酿再创造传统陈酿在业界创造的辉煌，是行业和消费者都在期待的。

图片来源:企业供图