

探访北京特色菜市场

新发地:转型升级从社区做起

随着非首都功能疏解工作的推进,京城不少菜市场将搬离。但生鲜消费满足居民生活刚需,小区门口的菜店成为居民日常基础消费支撑,市民仅需走出家门就能买到生鲜食材,价格优惠。新发地布局菜篮子直营店,以新鲜实惠打动北京社区居民。



现场:政府补贴显实惠

在商超经营堪忧、面临实体纷纷关店时,新发地菜篮子直营店却如雨后春笋般拔地而起,发展到如今200多家直营店的规模,是什么让它得到消费者的认可?

在50多平方米的新发地菜篮子直营店(以下简称“直营店”)内,经营上百种商品,包括干货、粮油、饮品、零食、水果、蔬菜、水产、家禽肉类,这其中还有不少进口水果,但直营店内部销售烟酒,商品全都整齐地摆放在货架上,价签悬挂在商品的上方,较大字体标记,老年人的老花眼也能看清楚。店内工作人员每隔半个小时就会打扫一次地面,保持地面整洁。据工作人员介绍,后续再开业的直营店营业面积在不断扩大,目前在望京的直营店面积超800平方米,品类齐全,像极了百货超市。

部分门店还推出充值优惠以及特价菜推荐等活动。

北京商报记者走访时发现,蔬菜看上去都很新鲜,据门店老板介绍,店内销售的所有商品均为商家凌晨两点从新发地批发市场进货运到店内,所有商品全部从新发地采购。

周边小区居民几乎每天都会购买蔬菜,居民中还有不少外国人,老人也会带着家中宝贝儿时常逛逛。市民张阿姨表示,直营店的菜很便宜,一天来一次,每次来都准

备出一天的食材。而这时,来买鸡蛋的李大伯说:“既便宜又新鲜,不来这去哪儿?”多数进门购物的消费者出店时都会拎着两个装得满满的大袋子,平均客单价在30元左右。直营店工作人员表示,50平方米的店每天营业额在8000-1万元之间,“毕竟菜价便宜,但购买量大,多数都是常客”。在整个交流过程中,因结账人数较多,直营店老板只能断断续续回答北京商报记者的问题。

店内工作人员统一着装绿色的“新发地”印字工作服,大部分店内都支持现金、刷卡、微信支付、支付宝支付,部分店面因网络原因,刷卡支付可能受限。电子支付方式为外国顾客提供了不少便利。

据直营店工作人员介绍,租赁店铺时政府会给予房租补贴,商品单价普遍低于其他超市的销售价格。

店面由门店老板自主经营,直营店以加盟的方式,但在开店之前需要交一定的管理费用,门店老板、聘请的员工都需要经过新发地公司的统一培训,而且在开始营业之后,每周一店长要到公司接受培训指导,并汇报一周内的经营状况。

据了解,直营店内都配备电子监控,在新发地市场就可以观察到店内的销售及供货概况。

模式:北京菜篮子到社区菜篮子

开进社区的菜店,直营店采取私人加盟的方式,用有“新发地菜篮子直营店”的名衔,但店内工作人员、加盟者需要按照新发地公司的规定规范经营。

加盟直营店,需缴纳一笔加盟费,据门店工作人员表示加盟费并不多,但具体金额不愿透露。另外,直营店聘请的员工在上岗之前需要到公司总部接受技能培训,正式上岗之后,店长每个星期还要到新发地

公司总部接受定期的培训学习,全部采用统一的管理模式。

菜篮子定位于解决社区买菜难、买菜贵的问题,主要经营生鲜,以粮油、干货为主,满足社区居民一日三餐的生活需求,提升居民生活品质将新发地市场的缩小版以菜篮子直营店的方式带到社区居民身边。

北京商报记者 吴文治 实习记者 王维祎

历程:逐渐布局

王牌的崛起经历了一个渐变、发展的过程。

北京新发地农产品批发市场成立于1988年,当时还是小型农贸市场,建设初期只有15亩面积、管理人员15名、启动资金15万元,连围墙都是用铁丝网围起来的。后来逐渐扩张、营业面积增大。

疏解非首都功能政策下达后,新发地发声,“民以食为天,是首都的核心功能,而不是非核心功能,我们不会搬迁”。新发地留住了自己“首都菜篮子”的核心功能。

新发地菜篮子工程早就被北京市政府部门提上日程。这其中不仅有新发地菜篮子直营店,较早开展进社区的还有社区菜店、社区直通车,目前北京已经有超300个社区菜店和菜车。新发地菜篮子相关负责人曾表示,新发地菜篮子社区连锁直销是新发地市场提档升级的一个重要项目。

早在2012年,北京市政府出资1.8亿元入股新发地。如今,新发地菜篮子直营店的经营模式是菜篮子工程中的一种,日后还将推进更多类型的蔬菜流通模式。



■链接

秋季养生多喝汤

■山药排骨汤:山药适合跟肉类一起煲汤,不但能使肉汤营养加倍,还有利于肉汤中营养素的吸收,有增强人体免疫力、益心安神等保健作用。

■罗宋汤:把土豆、胡萝卜、紫菜头、洋葱、牛肉一起煲煮,酸甜开胃,鲜味十足,还能健脾养胃。

■白萝卜羊肉汤:白萝卜益胃、顺气、消食,能促进胆汁分泌,帮助消化脂肪,白萝卜跟羊肉一起煲汤,不但补气顺气,还能减轻油腻感。

■海带汤:海带含褐藻胶、海藻酸等物质,可以降压降脂,对动脉出血也有止血作用。