



■ 阅读提示

4月中旬,我省各地菜市场正在恢复往日的热闹。菜市场的商户们大多数以零售为主,批发为辅。其中,有不少商户还向饭店供应蔬菜、肉类。在复商复市中,商户们做好疫情防控同时,通过积极调整对策,销量和收入逐步上升,进货量逐渐增大。

生鲜市场: 暖意回归, 创新上路

□ 河北日报记者 赵泽众

■ 记者观察

买卖都有了新规矩

4月17日,住在石家庄市长安区幸福公馆的张大爷,乐呵呵地拎着两个烤鸡腿往家走。张大爷告诉记者,家门口的副食店正常开门已经有些天了,想吃点什么随时下楼就能买到。两个月前,买菜买副食还真有点费劲。”张大爷回忆说,往常小区附近街道两旁,有十来家蔬菜店、水果店、副食店,想吃点什么做什么,一下楼就能买到。可是二月份时店面也都关着。去大超市要坐公交车,公交班次又减少了,左等右等都不来。“多亏小区门口监测点的工作人员告诉我,在片区内西北角有一家生鲜小超市开着门。”

小超市,在疫情防控方面保不保险啊?张大爷说头一回去买菜的时候,心里一路“敲着小鼓”。直到到了超市门口,他的心才放了下来——原来,超市只允许十人同时购物,并在门口发放一次性手套。出来一位顾客再放进去一位,超市内的顾客人数始终不超过十人。3月份买菜,张大爷又看到了不一样的光景,街道两旁的商铺开门营业了。与以往不同的是,每家商铺门口两米外拉了一条警戒线。在警戒线一旁,有防控人员监督,任何顾客只能在线外购买,由店家称重打包好后,把商品送到顾客手里。

“不进店,店主送出来的方式在一定程度上减少了人员聚集,虽然沟通起来有点费劲,但是非常时期还是谨慎点好。”张大爷说,“买菜卖菜都有了新规矩。”4月16日,在石家庄市裕华区怀特综合市场入口处,工作人员正在给顾客测量体温,并指导顾客手机扫码登记。“我们从正月初七就开门了。为保障疫情防控期间的生活必需品供应,市场管理部门启动了应急管理预案,进行封闭管理,对所有进出的人员,进行体温测量,信息登记,工作人员每天上午、下午分四次进行消毒。”怀特综合市场经理王

冰说,“我们这个市场有较好的通风条件,蔬菜区贯穿市场南北两侧,通透,没有密闭空间。”王冰告诉记者,对商户的要求更为严格。“商户每天早晨批发来的蔬菜都有凭证,市场的工作人员会逐一核实,实物和凭证信息必须一致。”石家庄桥西蔬菜批发市场,外地车辆进出频繁,疫情期间,也有了不少“新规矩”。市场的东西入口处均设有测温消毒点,对司机测温,对货车消毒。”石家庄桥西蔬菜批发市场蔬菜区经理张立辉说,“每天进出市场的车辆来自省会及邢台、衡水、保定

等多个城市。车辆排队消杀、人员测温合格后才能进入市场。每天工作人员上午、下午分别对市场内路面、公共场地进行消杀,这些措施现在依旧在实施。”不仅商户、顾客进入市场严格,菜品进入市场也有“码”可循。“有了二维码溯源系统,所有蔬果安全性都有了保证。”住在华药三区的小李说,他在东亚市场买菜时,发现摊位右下角都张贴着溯源码。用手机扫描摊位二维码就能了解蔬果种植、加工、包装、检测、运输等关键环节的信息,实现农产品来源可查、去向可追。

更多中老年人加入生鲜线上购

受疫情影响,扫码出行、社区团购、线上支付等一系列需要通过互联网完成的“衣食住行”,吸引一大批中老年人加入了网购群体。“我觉得中老年人还是很想用外卖平台订购生鲜的。”住在华药三区的小李说,“上次我在小区门口取生鲜外卖时,被同小区的大叔大妈询问订购App的名字,还让我重复了两遍,他们要回家下载App,尝试网络订菜。”相比较自行下载App、注册账号登录购买的方式来说,微信群里的社区团购最先被中老年人接受。

“亲人们,今天新鲜的西红柿3块钱一斤,五斤起卖,大家开始接龙。”4月21日上午,张女士在小区团购群里发出信息。“这是小区业主群,大家都是前后楼的邻居。刚开始接龙的时候,买的人并不多。后来先购买的邻居反馈不错,蔬菜水果都十分新鲜,每日接龙便热闹了起来。”

中老年人对生鲜质量很在意,而且对价格也敏感。记者调查发现,在去年外卖平台辐射范围内没有连锁超市的居民小区,今年已经可以覆盖1—2家连锁超市。配送距离在增加,配送费合理,增加了对中老年人群的吸引力。

目前看,各地大部分生鲜超市,均进驻了外卖平台。2月5日,家乐福“1小时达”接入“苏宁易购”App,距门店3公里内的用户下单可享1小时极速送达。在石家庄,可以通过美团、饿了么、京东到家等多个平台订购家附近的北国超市、永辉超市的产品,不同门店价格统一,折扣统一。疫情期间,原来的外卖平台积极将生鲜配送作为新卖点,饿了么和口碑疫情期间有10万家新增门店。京东到家等原有电商平台也吸纳更多的商超入驻,提供更丰富的即时配送服务。

除了社区团购、外卖平台可以订购生鲜外,生鲜电商平台也越来越多。疫情防控以来,每日生鲜的中老年用户出现大幅增长,相对应的蔬菜、肉禽蛋食材销售也增长加快。如果能服务好中老年顾客,那么,这意味着复购率可能会持续提升,流量成本会下降,因为中老年人是买菜主力人群,食材则是刚需高频品类。疫情环境下,中老年客群很多都有了线上消费习惯。疫情之后,是否还能留住中老年客群,还需要电商平台进一步研究这部分人群的消费习惯和使用习惯,采取提升服务质量,保证产品品质,完善配送等一系列措施。

文/河北日报记者 赵泽众

销量正慢慢回到常态

“有花生、毛豆吗?”4月16日下午,市民王女士在石家庄市裕华区怀特综合市场摊位前询问商户。“有,今天早晨进的,来几斤呀?”怀特综合市场B区3排4—7老板李明魏回答。“这些天,蔬菜水果种类已经丰富了。”刚从市场采购出来的王女士说,她住在附近小区,“前一阵为了少出门,买菜和水果一买一大堆,什么耐放买什么。现在可以天天来,一次少买点,每顿吃新鲜的。”李明魏告诉记者,像王女士这样开始询问时令菜的顾客越来越多,他们也会根据顾客需求,适时增加时令菜的进货量。李明魏的摊位在市场内算是比较大的,共摆放着50多种蔬菜,蔬菜上方悬挂着收款码,摊位北边的柱子上挂着经营牌照。“不但蔬菜品种多了,量也上来了。”李明魏说,2月初市场刚开门的时候,他们进货的量比以往少一半。一方面是因为批发市场的种类少,另一方面考虑到人流量会大量减少,为了保证新鲜,宁可每天少进点,也不能卖隔夜菜。”

顾客的需求也发生了变化,2月份一整月,卖的都是土豆、萝卜、白菜等储存周期长的蔬菜,叶菜类的销量减少。李明魏告诉记者,那时候顾客买菜就走,不多停留一分钟。菜的品种少,销售方式就必须跟着变。“主要靠薄利多销,把生意撑住再说。”比方说很多年轻人来买菜,会给自家老人也买上,一买就是一满筐。商户们说,菜市场的难日子延续时间并不长。“虽说一开始收入不比往日,但一直在一点一点地回升。”商户们说,随着天气逐步回暖,蔬菜的主要供应地又北移到山东、河南、河北、江苏一带,冷棚蔬菜集中上市,“蔬菜品种多了,量也上去了。现在零售已经基本恢复到正常水平。”在居民小区的终端市场销量在涨,作为源头的蔬菜批发市场,又是怎样的光景呢? “市场几乎没有闭过市。2月初,每天就有一辆运有15吨左右蔬菜的大挂车到店。”4月22日,石家庄桥西蔬菜批发市场商户绿丰园特菜经营部经理李志鹏说,“2、3月份市场内的蔬菜都是从云南运过来,以往高速必

经湖北。疫情期间车辆绕行,途经重庆、四川、河南,最后到河北石家庄。”李志鹏告诉记者,绿丰园特菜经营部主要销售芥蓝、上海青油菜、罗马生菜等叶菜,客户大部分来自石家庄周边县市。“2、3月份饭店和食堂没有开门,销量也因此减少了一些。”李志鹏说,“现在4月底了,开始逐步有饭店来进货了。”受疫情影响,绿丰园特菜经营部人力成本增加了30%左右。以往蔬菜都是与当地联系好,发物流回来。疫情期间当地车辆不好找,李志鹏直接派了两辆空车到云南,运回蔬菜。“4月26日(正月初二),石家庄桥西蔬菜批发市场就开始组织商户采购货源,大部分商户恢复了经营状态,当时蔬菜、果品上市量在2800吨左右。”张立辉说,目前,蔬菜、果品上市量在4600吨左右,已经与去年同期基本持平。蔬菜,只是生鲜市场的一个侧面。距离李明魏摊位不远处的老韩肉店,有两三个顾客正在挑选肉产品,老板韩春辉正忙着过秤。韩春辉销售的是生鲜肉食,平时

一天销量在80公斤左右。下午3时许,韩春辉冷藏柜里的肉只剩20来公斤了。“等到五点左右,下班的顾客来买点,这肉就卖完了。”韩春辉告诉记者,他忙碌的时间和往日一样固定了:一般在上午10点半开始,陆陆续续就有顾客来买肉,一直忙到下午1点左右;下午主要是五六点钟,忙两个小时。“现在来买肉的都是老顾客,他们说前一段时间吃冷冻肉多,现在还是愿意买点生鲜肉。”韩春辉说,市场刚恢复营业的时候,店里每天的销量仅能达到45公斤,只有平时的一半多一点,现在则已恢复到每天60公斤左右。每天进的肉都能卖完。菜市场不只为附近居民提供着日常所需,同时也为石家庄市区大大小小的饭店供货。“早晨7点到9点我老和我公负责给饭店客户送货,饭店闭餐后,后厨会盘点菜品,列出清单给我们发过来。”李明魏说,“第二天一早,采购完就给饭店送去。现在饭店开业了,订购量也在一点点回升。”

李明魏告诉记者,饭店三月份刚开始复工时,主要以外卖为主,定菜量较往日相比,下降了很多。“平时一周能定15公斤的大白菜,三月份的时候一周只订购了6公斤。”李明魏说,“现在在四月份了,订购量逐步趋平,进货的面包车一天比一天‘沉’了。”“年前我们多准备的菜,2月份的时候都低价卖给附近小区居民了。”石家庄市裕华万达广场三楼的峨嵋小镇店长马建说,“现在随着客流量的增加,蔬菜订购量逐日递增。配合着店铺推出新菜品,订购的种类也有所增加。”



怀特综合市场蔬菜种类丰富,应季蔬菜供应充足。
河北日报记者 赵泽众摄

积极寻找销售新模式

不同于居民小区附近的菜市场,位于石家庄市长安区的金碧由由水鲜城,虽然也做零售,但主要客户是餐饮行业,主打为餐饮行业提供一站式购物服务。水鲜城内的产品种类十分丰富,不仅有鲜活的水产品、海鲜类的冷冻产品、蔬菜肉禽产品,还有西餐烘焙原料、调料,以及餐具、围裙等餐饮业周边产品。

金碧由由水鲜城部门经理告诉记者,水鲜城内丰富的产品吸引着石家庄市各大饭店采购员来这进货。但就目前来说,大批的、大宗的需求还是弱的。餐饮行业的客流量还是处于低位,整个市场供过于求。“现在店里零售的客人多了起来,但是每天的流水和往常没法比。”水鲜城内一家西餐烘焙原料供应商说,“我们的主要客户还是饭店。现在

饭店的订购量小了,对我们的收入影响比较大。”该供应商告诉记者,他们与一些饭店都是十几年的合作伙伴,有的是按季度结账,有的是按年终结账。因此,饭店受疫情影响,年前囤的货大部分又退回给供应商。“人家没有结账,这个货等于还是我们的。”参照往年的销售情况,除了鲜活水产品的商家外,其他商家们在年前

会或多或少地囤点货。受疫情影响,年后销量陡降,必然会导致一些损失。“销售过期食品是违法的,对于过期的产品,我们只能扔掉销毁。”供应商无奈地说。店铺的货架上摆放着各式各样的烘焙原料,大多数都是大分量的产品。疫情期间,西餐烘焙在网络上十分流行,也带动了一部分消费者愿意购买半成品,回家简单烘焙就有一顿美味的西餐。“我们也在积极想办法,借助网络平台进行销售。”该供应商说,“但是,网络销售平台针对的客户都是家庭客户,购买多以小分量产品为主。就拿意面来说,一般一家买一斤装的意面就够吃了。但是我们的意面都是三斤装五斤装的,再加上厂家也刚开始准备生产小分量的产品,产量跟不上销售,进货也因此受影响。”

“等着回暖的过程既有期待又有煎熬,得益于抖音、快手等网络视频平台,来店购买的零售客户多了起来。”有供应商说,“这是一个好现象,虽然销量不比大宗购物,但是每天都有钱进账,卖一点就能有收入。”疫情防控期间,很多消费者都开启了在家做饭的生活模式,不仅西餐烘焙受欢迎,方便快捷的冷冻食品也



2月18日,石家庄市新苑小区菜市场的售货员在为市民交付购买的货物。该菜市场推出“不接触购物”“门外点购商品”等服务。
河北日报记者 田瑞夫摄