

每日优鲜“休克”后,农贸市场又“复活”了

此前双方合作一年生意日渐冷清,如今重走平民路线人气开始回拢

每日优鲜“休克”,它在青岛合作的农贸市场咋样了?近日,记者调查发现,虽然2020年5月每日优鲜就打造了优鲜菜场全国首家旗舰店,跟鞍山二路农贸市场合作,但合作一年后,本来生意红火的市场逐渐失了人气,顾客少了,商户撤了,摊位空了很多。直至今年6月,鞍山二路农贸市场的经营权重回城运控股集团,逐渐去“每日优鲜”化,重新走上平民路线,引进平价蔬菜,市场人气才逐渐向好。

文/片 本报记者

当初两家相恋 确是你情我愿

要说每日优鲜和青岛的渊源,要追溯到2020年。青岛看中的是,每日优鲜可以在青岛落地全国生态链总部产业园及智能供应链中心;每日优鲜看中的是,青岛是一个创业、创新又富有“独角兽”基因的城市。双方互相青睐,从开始洽谈到底约用时不到5个月,当时青岛市和城阳区两级政府的政府性产业引导基金,一期就投资达20亿元,创下了当时青岛政府产业基金单笔投资的最高纪录。不得不承认,当时的每日优鲜已经围绕着生鲜流通经济,布局生鲜-农业全产业链,横跨四大千亿级领域,再次获得政府的投资后一时风光无两。

彼时的每日优鲜已经不是一个单一业态的生鲜企业,通过已有的前置仓极速达,每日优鲜已经在全国16个城市有了极具竞争力的市场份额。城运控股集团看中的就是这点,在青岛国资平台20亿元战略投资入股每日优鲜第二天,2020年12月10日,青岛城运控股集团就与每日优鲜集团在北京达成了全面战略合作。合作内容就是每日优鲜以青岛为样板,用数字赋能的方式升级传统农贸市场。双方约定,先期共同完成城运控股范围内四座农贸市场的智慧化、标准化升级,打造数字化农贸市场。其中鞍山二路农贸市场就是样板工程,2021年5月28日,由青岛城运控股集团与每日优鲜集团联合打造的优鲜菜场全国首家旗舰店——鞍山二路店在青岛正式开业,标志着双方的数字化农贸市场样板工程开始试水。



每日优鲜经营一年后,市场内很多商户退出,空着很多摊位。

“高富帅”不接地气 入岛城“水土不服”

但是每日优鲜全面接管市场运营后,试水的结果却明显“水土不服”。升级后的鞍山二路农贸市场虽然焕然一新,粉色的门头以及整个菜市场功能区划分清晰,通风、冷库等硬件设施也进行了升级,市场门口还专门设置了“食安检测”点。总的方面来看,硬件方面“每日优鲜”标识清晰,但原来合作内容中打造数字化的市场却并没有给市场带来本质的改观。城运现代物流集团一位工作人员表示,开业后的前几天可能是人们图新鲜,市场人气还不错,可好景不长,周边的居民开始不买账了。

“每日优鲜确实有厉害的地方,就是他们在数字化方面确实做了一些工作,比如市场测温、客流分析等,但是也有很多没落实,比如统一进货渠道,蔬菜、水果的产地溯源等等。”鞍山二路农贸市场负责人表示,每日优鲜入驻后商户还是原有的进货渠道,承诺打通线上服务渠道也没兑现,市场并没有大的改观。自今年3月以来,每日优鲜屡屡传出欠款、断供、投诉等消息,7月28日,更是传出每日优鲜已经“休克”。每日优鲜的潮水开始退去,优鲜菜场全国首家旗舰店“踩了雷”。

记者了解到,自今年3月开始,优鲜菜场全国首家旗舰店——鞍山二路店就陆续有商户撑不住而撤出,到今年5月就已经有很多商户撤出了。日前,记者来到鞍山二路农贸市场,如今市场上仍有近四分之一的摊位空着,有些摊位虽然商户租了下来,却仍然空着并不经营,而前来购物的顾客并不多。“每日优鲜进来之后承诺老业户摊位费不涨钱,很多商户因看好市场前景,都扩大了摊位面积,有的一个摊位扩大成了好几个,而这些摊位扩大却没有带来相应的销售量增加,这

前,市场摊位出租率在90%以上,运营一年下来,这个出租率可能也就60%多。”鞍山二路农贸市场的负责人表示,每日优鲜进入市场后,其原本的优势并没有充分发挥出来。

“每日优鲜没来之前,大家经营都不错,市场人气也高,就是每日优鲜进来后,就开始走下坡路了。我对面这个店铺是今年5月刚撤出去的,以前是一位卖水果的老板,没有客流,进的水果销不掉都烂了,扔都扔不迭。”市场东北角的一位商户告诉记者,自从每日优鲜入驻后,市场的人气一天不如一天,客流越来越少。

每日优鲜来了 市场人气没了

为什么之前好好的市场人气逐渐就少了?有商户告诉记者,“价格贵!”连市场里的商户自己都这样觉得。“自从每日优鲜进入市场,有些商户就开始跟着涨价了,有的是因为摊位成本高了,价格高了周边居民来买的欲望就低了,顾客少很多商户赚得就少了,这样就逼着商户再涨价,越涨价人越少,慢慢就没人了,这是恶性循环。”一位常年在鞍山二路农贸市场卖菜的商户告诉记者,前一段时间,市场的蛤蜊卖15块钱一斤,便宜也卖13元一斤,外面便宜的都15块钱两斤,连她自己都从外面买。“我也卖过蛤蜊,我知道批发价,这里卖得确实太贵了,赚钱没这么赚的,都把顾客吓跑了。”这位商户说,“每日优鲜进来后承诺老业户摊位费不涨钱,很多商户因看好市场前景,都扩大了摊位面积,有的一个摊位扩大成了好几个,而这些摊位扩大却没有带来相应的销售量增加,这



城运控股集团重新接管市场后,引进产地直销蔬菜,市场客流量大增。

也导致商户的摊位成本高了不少。”一位商户说。

记者了解到,有的商户本来只有一个摊位,但是因为看好每日优鲜入驻后的前景,一下子拿下了三个摊位,商户摊位成本高了,销售量却没有成正比地增加,商户只能将货品销售价格提高。“现在附近不仅有早市,还有一个刚开业的生鲜超市,人家东西便宜,人都跑那里去了。”商户张先生说,因为他做面食制品生意,一直没涨价,加上都是些老客户,客源比较固定,尽管单日的流水量也不如以前了,但总算能勉强维持生意。但那些卖蔬菜和水果的商户就撑不住了,很多商户开业就亏钱,最后只能无奈退出。“我前面这个摊位是坚持到今年5月才刚刚退出,水果蔬菜扔一半,最后也是实在坚持不住了。”

重走平民路线 或能蹚出活路

近日,记者探访了城运的另外三座农贸市场,像兴城路农贸市场、康定路农贸市场、大连路农贸市场这三座市场没有和“每日优鲜”合作,市场上熙熙攘攘,一片红火,丝毫没有受到每日优鲜“休克”的影响。“现在市场在搞活动,很多蔬菜确实很便宜,我买了5样蔬菜才花了不到10块钱。”14日,在鞍山二路农贸市场购物的市民李女士表示,以前市场卖的东西比周边的早市价格要贵,有一段时间她经常去稍远的早市去买,现在听说市场有活动又过来看看。

现在市场里的商户还是有所期盼的。有商户表示:好在现在市场又重新回到了原来的经营模式,最近市场又开始走平民路线了,也陆续在引进“产地直供”的

平价蔬菜,并推出了一些优惠活动,市场人气又高了起来。“西红柿2.2元、土豆1.6元、冬瓜1.2元、洋葱1.5元、尖椒2.2元。”8月7日,在鞍山二路农贸市场的直销惠民活动中,不少蔬菜都打出了“亲民价”,此外还有“满18.8元送三根胡萝卜,进群再送大头菜一个”的活动,首日市场客流量增加了35%,一上午时间,黄瓜脱销,土豆卖光……这是自6月份,城运现代物流集团全面接管鞍山二路农贸市场采取的“救市”措施。

“现在市场确实不景气,为此城运与我们平度仁兆镇签订了产地直供合作协议,也是希望我们能给市场带来生机。”和美仁兆蔬菜合作社的张先生说,此次推出的“惠民直销”活动为期一个月,菜价总体与批发市场持平,有的比抚顺路批发市场的还便宜,确实吸引了人气。

“没合作前,鞍山二路农贸市场是盈利的,自从跟每日优鲜合作,市场经营权就交给了他们,因为我们成立合资公司他们占了七成股份,但是一年下来,经营并不尽如人意。以前是想将鞍山二路市场打造成样板的,后面还有三个市场也要合作,但是现在来看根本不可能了。”城运控股集团现代物流集团的相关负责人介绍,自从今年6月1日开始,他们重新接管了市场,推出了市场营销活动,给商户配备统一工装,市场现在已经比5月份好了很多,目前双方的合作已经停止,正在对账。但是由于每日优鲜离职人员太多,对起账来也是困难重重。“现在市场里很多装修还是每日优鲜的,下一步,我们计划将每日优鲜的一些元素逐渐剔除,目前领导也在积极为市场洽谈招商,希望能重新盘活这个市场。”

快来山东临沂 买遍全球好品

第二届RCEP区域(山东)进口商品博览会明日开幕

本报临沂8月17日讯(见习记者 高松) 8月19日-21日,第二届RCEP区域(山东)进口商品博览会(以下简称“RCEP博览会”)将在临沂开幕。本届RCEP博览会以“新时代、新格局、新平台、新机遇”为主题,展览面积共计2.53万平方米,折合国际标准展位1232个;共计512家企业参展。

据主办方介绍,本届RCEP博览会以展示RCEP区域国家、城市、商协会与山东省经贸人文交流,展销RCEP区域知名品牌和优质商品为主要内容,旨在通过举办RCEP博览会,进一步优化临沂乃至全省对外贸易布局,

巩固全省在RCEP区域产业链、供应链中的地位,深度融入“双循环”新发展格局,利用RCEP综合效应,助力山东省、临沂市全方位高质量发展。

博览会设立了RCEP国际馆,RCEP品牌馆,RCEP优质商品馆等3个展馆;柬埔寨、韩国、泰国、越南、澳洲等5个RCEP区域国家设立国家馆,设立了匈牙利、英国等2个域外国家主题馆,韩国军浦、韩国仁川、韩国群山、韩国忠清北道、日本山形县、日本大阪府等6个境外城市馆。同时,还有绿地贸易港、韩国中小企业商会、温州进口食品商会、天津进口商会、威海进

口商会等12家商协会,韩国福库、泰国芝芙莲、菲律宾欧可可、韩国啵乐乐、澳大利亚可莱尼、挪威奥卡拉、保加利亚玫瑰等知名国际品牌企业参展。

本届RCEP博览会由临沂市人民政府、山东省商务厅、山东省人民政府外事办公室主办,临沂市商务局、临沂市人民政府外事办公室、兰山区人民政府承办,并得到中国-东盟中心支持。



扫码下载齐鲁壹点

找记者 上壹点

编辑:马纯潇 组版:刘燕

夏日高温,你的车上藏有这些“炸弹”吗?

应急公开课

主办单位:山东省应急管理厅

炎炎夏日,车辆免不了要遭受烈日暴晒。香水、打火机、玻璃瓶、放大镜等物品遇到高温或者明火时极易引起燃烧或爆炸。这些“炸弹”千万不要放在车里!

老花镜:老花镜随意放在车内,暴晒后镜片会长时间聚焦光线,导致焦点温度过高,有可能引起车辆自燃。类似的近视镜、墨镜等,最好放到眼镜盒等见不到光的地方。

打火机:打火机属于易燃易爆品,若将打火机放在前挡风玻璃前面,一旦被阳光强烈照射,打火机可能会爆炸。

碳酸饮料:碳酸饮料稍微晃一晃,瓶子就会胀起来,再放到车里热胀冷缩,容易发生爆炸。

矿泉水:中午车内密闭空间温度将近70℃,光线从车窗进入车内,透过水瓶边缘将光点聚焦后,温度能达到120℃,易点燃车内的防滑垫等物品。

充电宝:夏天气温高,车厢内密不透风,在高温暴晒的情况下,充电宝里面的电池会有爆炸的危险。

塑料玩具:塑料玩具多数采用PVC聚氯乙烯材料制成,材质不耐热,最高只能承受81℃,遇到高温容易产生有害物质,扩散到空气中会对车内人员造成一定的健康危害。

香水:有些汽车香水在高温下会大量挥发有毒物质,从而损害人体健康。密封车厢内,气体无法排出,随时会有爆炸的危险。特别是外包装为玻璃材质的香水,爆炸后会弄伤人。

(来源:中国应急信息网)