

消费视窗·培育和壮大消费新增长点

不仅卖商品，还办餐饮，一些超市推出餐饮服务，受到顾客欢迎——

“超市开食堂，方便又实惠”

林丽鹂 厉 焯 付一凡

木耳炖肉、西红柿炒鸡蛋、红烧茄子……60余种菜品色香味俱全，琳琅满目、热气腾腾。

近日，我们走进北京海淀区中关村一家超市新开的食堂，看到许多顾客端着餐盘挑选午餐，人气十足，高峰时段，这里可容纳100多人同时就餐。

“价格这么亲民，能吃到这么多菜品，感觉营养全面。”顾客杨娜的餐盘里盛了六七种菜，她觉得这家食堂采用自助的形式，让就餐选择更加多样化，比单调的盒饭更健康可口。

食堂是该超市推出的经营新模式，目前供应午餐和晚餐，采用自助形式，面食、炒饭等主食类自助13元，炒菜类自助19.9元，素菜、荤菜、糕点、水果等种类丰富，顾客可自主选择。

前来就餐的顾客络绎不绝，有老人、孩子，也有工薪族、学生。该超市店长钟晓英介绍：“我们店所在的中关村写字楼密集，周围还有居民区和高校。在超市内开设食堂，为周边顾客提供了方便快捷的就餐新选择，顾客反响良好。特别是暑假期间，经常有家长带着孩子光顾。”

“超市开食堂，方便又实惠。”在附近某公司上班的官伟说，超市食堂基本能满足日常就餐需求，“这是公司食堂之外，我经常来的另一个食堂。”

“食堂的菜咸淡适中，挺适合我们老年人。”74岁的顾客袁香玉经常来超市购物，顺便在食堂吃饭，“中午和晚上都来过，有时也带着家里人一起吃。”

在附近工地工作的孙峰说：“13元自助的炒面味道不错，而且量大管饱，超市开的食堂很实惠。”不久前，他来超市购物时偶然发现了新开的自助食堂，之后几乎每天都和工友们来这里吃饭。

走进食堂的后厨，我们看到自动炒菜机、自动洗碗机等设备齐全，只需将切好的食材和调料放入机器中，稍等片刻，一道菜就能迅速出锅。自动化设备提高了效率，现制炒菜更加健康美味是该食堂的优势。

在超市中开设食堂，是超市多业态混合经营的新尝试，顺应了实体店转型升级的趋势。钟晓英介绍，“经营超市本身就具有蔬菜、肉类的供应链优势。我们精心挑选供应商，每日提供新鲜净菜，绝不使用前一天超市

剩余的食材，能保障食材的安全，也提高了出餐效率。”

为筹备食堂，这家超市新招聘了12名工作人员。他们经过严格的培训，专门负责食堂的后厨、清洁等工作。所有餐具都需要严格的清洗和消毒，并定期接受监督和检查。

“保障食品安全必须用好食材，决不在食材成本上做文章。”钟晓英说，“食堂以惠民为核心，目的是服务好周边居民，让老百姓满意，愿意到我们超市里来，我和超市的员工也都在食堂就餐，让大家吃得放心。未来，我们的食堂将与养老助餐、社区服务结合，合力打造一刻钟便民生活圈。”

菜香四溢、红红火火的食堂区域曾是这家超市售卖大饼、面条等主食的常规摊位，“变身”为食堂后，消费者反响热烈。今年6月，该超市食堂开始运营，截至目前，日均客流量600—1000人次。不久前，食堂上线外卖，试运营期间日均单量为120单。

钟晓英说：“有些顾客吃完饭顺便买些日用品，我们调查发现，目前超市和食堂的顾客约有67%重合。食堂也激活了超市的消费新动能。”

实际上，不少商超早已跨界涉足餐饮领域。比如盒马鲜生自开业起就采用了“超市+生鲜餐饮”的商业模式。近期，永辉、物美、华联等多家品牌超市，也纷纷开设便民食堂。经济实惠的餐饮增加了超市的客流量。超市刮起“食堂风”，更具“烟火气”，满足了人民群众的生活需要，培育壮大了消费新增长点。

专家分析，目前很多传统超市都在努力优化线下门店的消费场景，融合多元业态。引入平价食堂，正是超市转型升级的一种尝试。快餐属于高频消费，消费者在超市购买快餐可以促进超市其他商品的销售，特别是饮料酒水、零食等关联商品。同时，电商平台很难售卖现制快餐，商超可以与电商平台形成差异化竞争。

“超市+食堂”的新业态让消费者耳目一新，但能否保持吸引力，还要看商家的经营能力。超市在持续做好平价食堂相关产品和服务的同时，还要评估自己的盈利能力，实现可持续经营。当前，消费者的需求日益多元化，对产品和服务的要求也在提高，超市不能只靠平价食堂产生的客流来拉动销售，还要不断创新，提供更多消费者需要的产品和服务，如此才能发展得更好。



图①：消费者在北京海淀区中关村一家超市开办的食堂里用餐。
图②：消费者在该食堂自助取餐区挑选菜品。
图③：该食堂主食区品类多样，为消费者提供了丰富的选择。

马永玲摄
付一凡摄
付一凡摄

市场漫步

利用新技术推动业态和模式创新，建成更多城市便民生活圈，满足即期消费，激发潜在消费

在浙江嘉兴经开区城南街道金穗社区，依托数字化服务，城南街道所有公共文化设施及服务项目都在“15分钟品质文化生活圈”微信小程序中呈现，辖区居民只要动动手指，即可了解“圈内”设施、活动、社团、志愿服务等信息，参与感兴趣的文化活动。这种创造性建设一刻钟便民生活圈的做法，受到社区居民欢迎。

一刻钟便民生活圈，是以社区居民为服务对象，服务半径为步行15分钟的范围，以满足居民日常生活基本消费和品质消费等为目标，多业态集聚形成的社区商圈。近日，商务部等11部门办公厅（室）确定了全国第四批城市一刻钟便民生活圈试点地区60个、城市一刻钟便民生活圈首批全域推进先行区试点地区15个。随着一刻钟便民生活圈建设扩容升级，越来越多市民将享受到便利、高品质的社区生活。

柴米油盐、针头线脑等都是民生需求，民生无小事，事事关民心。在居民家门口，购物、餐饮、家政、快递、维修等基本保障类业态要齐全，推动一刻钟便民生活圈建设，可通过引进品牌企业、扩充现有网点功能等方式，完善社区服务功能，补齐配优业态种类，让消费更便捷；可因地制宜引进知名品牌连锁企业，发展文化、娱乐、休闲、社交、康养、健身等品质提升类业态，让消费更舒心。

这些年，我国稳步推进一刻钟便民生活圈建设，取得积极成效。为进一步提高便民生活圈服务便利化、标准化、智慧化、品质化水平，更好满足人民日益增长的美好生活需要，一刻钟便民生活圈建设要“因地制宜、一园一策”，创新社区消费场景，提升居民生活品质，将一刻钟便民生活圈打造成保障和改善民生、促进消费的重要载体。

一刻钟便民生活圈建设，要根据社区人口结构、消费习惯以及商业网点底数等情况，增强资源整合能力和统筹协调能力，把便民生活圈建设与城市更新、老旧小区改造、腾退空间利用等城市治理一体谋划、统筹推进。要营造有机的社区商圈生态系统，推动一刻钟便民生活圈与养老托育圈、文化休闲圈、健康健身圈、金融服务圈、快递服务圈等相融，丰富多元化、多层次的消费场景，改善居民消费体验。

眼下，许多社区借助大数据、人工智能等新技术，加速探索智能化管理和数字化服务，高效又惠民。各地要坚持守正创新，在提升实体商业服务质量与水平的同时，充分利用新技术推动业态和模式创新，构建一刻钟便民生活圈智慧服务平台，实现线上线下互动，满足即期消费，激发潜在消费。希望各方共同努力，加快建成更多布局合理、业态齐全、功能完善、智慧便捷、规范有序、服务优质、商居和谐的城市便民生活圈，在服务基本民生、促进消费升级、畅通城市经济微循环方面发挥更大作用。

市场资讯

市场监管总局加强数据共享服务小微企业

本报电 国家市场监督管理总局与人力资源和社会保障部不断优化数据共享工作机制。截至今年7月底，双方在经营主体营业执照信息、小微企业名录信息、经营主体参保信息、大学生就业信息等方面，累计共享数据32.9亿条。

据介绍，人力资源社会保障部利用市场监管总局提供的经营主体营业执照信息、企业年报社保信息等数据，开展多维度的数据统计，分析参保经营主体发展状况，通过比对分析未参保的经营主体情况，为风险研判、参保扩面等提供决策参考。在服务小微企业方面，通过信息共享，开展小微企业参保登记时社保减免资格核验工作，累计为19万户小微企业完成查询服务。通过数据“多跑腿”，让群众“少跑路”，进一步优化资源配置，促进小微企业的健康发展、提升小微企业市场竞争力。

(林丽鹂)

丰收节全国供销合作社主题日活动举办

本报电 近日，2024年中国农民丰收节全国供销合作社主题日活动在湖北省荆门市举行。本次活动以“盛世丰年‘荆’秋同庆”为主题，充分展示供销合作社改革发展成果，设置了“改革篇”“耕耘篇”“丰收篇”“欢庆篇”四大展区。活动期间还举办了签约仪式，通过开展供销合作社系统内外的联动合作，助力抓好粮食和重要农产品生产流通。

近年来，湖北省荆门市供销合作社持续深化综合改革，形成种植、收储、加工、销售粮食的为农服务模式。2023年以来，共开展粮油种植全托管服务47.85万亩，平均每亩农田降低生产成本105元，水稻亩产增加50斤，助力农民增收增效。

(齐志明)

本版责编：林丽鹂 版式设计：张芳曼

“业态混搭”成为实体商业新趋势

林丽鹂 付一凡 厉 焯

逛逛超市，顺便在超市里的食堂吃一顿便餐；在书店品读一本好书的同时，喝上一杯香浓的咖啡；在照相馆等待修片时，顺便做一次美甲……近年来，“超市+食堂”“书店+咖啡馆”“照相馆+美甲店”等实体店“业态混搭”的案例越来越多，创造了新的消费场景，升级了消费者体验，激发了消费潜力。

“业态混搭”，也称为多业态混合经营，是一种将两个及两个以上的业态集中在同一空间内的经营模式。通过提供多样化的产品和服务，满足消费者多元化的需求。国家发展和改革委员会经济体制与管理研究所研究室

主任王琛伟认为，“业态混搭”既是场景创新，又是模式创新。其本质是功能的集成，能达到“1+1>2”的效果。其实，购物中心就是“业态混搭”的经典实体，一个购物中心可能包括商店、电影院、健身房、儿童游乐场和美食广场，结合了购物、餐饮、娱乐和休闲等多种业态。这些年，越来越多的实体店开始多业态混合经营，“业态混搭”让原本单一的消费体验变得更加新颖、多元，满足了人民群众多样化的消费需求。

“业态混搭”何以成为新趋势呢？这是因为实体店需要寻找差异化的竞争策略，突破传统经营模式。现代消费者的需求日

益多元化，希望在一个地方享受到不同类型的产品和服务，部分消费者也更倾向于社交化的消费场景。“业态混搭”不仅能提供一站式购物体验，还可以创造出有趣、新鲜或更具社交属性的产品和服务，促进消费者之间互动。在此背景下，“业态混搭”已成为一种提升品牌竞争力、推动市场创新的新模式。

多业态混合经营也得到了相关政策支持。今年6月，国家发展改革委、商务部等五部门联合印发《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》，鼓励培育购物消费新场景，推动购物消费多元融合发展。在上

助力品牌建设，开拓新兴市场

畅通特色农产品出海通道

本报记者 欧阳洁

通道，助力农产品高效便利通关。

依托跨境电商拓展出口新渠道。在甘肃静宁县陇原红果品经销有限责任公司，外贸经理谢丽玲不时刷新电脑，查看有没有新订单。“现在跨境电商平台已经成为‘静宁苹果’开辟海外市场的新渠道，我每天会看看跨境电商平台网站的信息。”谢丽玲说。

近年来，凭借线上交易、非接触式交货、交易链条短等优势，跨境电商与农产品电商、农村电商创新融合，越来越多的国内农产品通过跨境电商走进国际市场。

“此前只做国内市场，销量难有新突破。

兰州海关了解情况后，向我们介绍可以通过跨境电商企业对企业直接出口，或者通过出口海外仓出口。这样，通过跨境电商平台，我们先后打开中亚和欧洲市场。”甘肃千里丝路国际贸易有限公司负责人张钰娅说。

据兰州海关统计，今年前7月，甘肃出口农产品19.4亿元，增长24.3%。上半年，经兰州海关监管，苹果、核桃、枸杞等50余种农产品通过跨境电商模式出口至菲律宾、印度尼西亚、马来西亚等20个国家和地区，出口贸易额8436.2万元，同比增长2.13倍。

加强品牌建设，提升农产品出口竞争

力。广东东莞依托粮油加工产业集群，支持本土企业打造具有国际影响力的粮油品牌；中山通过质量监管和市场推广等措施，不断增强区域水产品品牌价值；揭阳打造农产品出口示范基地，加强品牌建设和质量监管，实现农产品出口持续增长。

这两年，得益于共建“一带一路”倡议深入实施和《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)正式生效，广东农产品出口迎来较快发展。海关总署广东分署发布的数据显示，今年1—6月，广东农产品出口632.2亿元。

消费万花筒