

# 便利店餐饮企业都来试水“全民卖菜”风口渐起 - 经济观察网

## — 专业财经新闻网站

EE0 eeo.com.cn/2020/0218/376572.shtml



**经济观察网 记者 郑清心** 2月18日，眉州东坡相关负责人对记者称，近日眉州东坡上线了菜站功能，并推出小程序，消费者可以线上买一篮子菜，次日顺丰到家。这让受疫情影响的餐饮公司除了外卖和团餐方式外，又找到的自救新方法。

疫情期间，餐饮公司的生意备受影响，卖菜满足了消费者买蔬菜的需求，也解决了餐饮公司大量食材浪费问题。

日前，老乡鸡董事长束从轩也对记者称，会在新零售、线上外卖、线上团队工作餐等多方面寻找新的发力点。老乡鸡已经在安徽试点，在线上（外卖、电商等）平台上卖起了米面土鸡蛋等新零售。

在卖菜热潮下，电商纷纷抓住机会花样百出，商超和便利店也乘风而起在线卖菜，连餐饮公司也抢滩这一生意。

### 餐饮公司也来卖菜

春节对于餐饮公司是最重要的节日。眉州东坡相关负责人对记者称，为了迎接春节，节前备了很多货，比如说蔬菜肉蛋等食材，准备大干一场。然而到春节前感染新冠肺炎人数逐渐增加，越来越多顾客退订年夜饭，最终退订了一万多桌年夜饭，大量的食材都放在门店里。

于是，有门店店长想到百姓买菜很难，库房里都是好的食材，蔬菜也不能存放，店长便摆摊开始卖蔬菜，很受周围居民欢迎，一开始北京居民有囤货心理，萝卜、白菜、姜葱都是畅销品。之后，眉州东坡的其他门店也开始学习卖菜，又能解决食材周转问题，也能保障周围居民的蔬菜需求。

之后，眉州东坡从集团层面，向供应商下单，做好供应链管理，使得卖的蔬菜都是新鲜的、平价的。

眉州东坡相关负责人对记者称，来眉州东坡买菜的人越来越多，这段时间集团就给门店规定流程，优化设计，增加培训，做成了菜站、卖一篮子菜，除了蔬菜以外还有半成品的东坡肉、肘子也在售卖。

不仅是眉州东坡，老乡鸡也在售米面土鸡蛋。老乡鸡方面对记者称，2月13日老乡鸡上线新零售项目，联合国内一线食材的品牌供应商，甄选好的食材，在线上售卖。记者注意到，老乡鸡售卖的有大米、小米、面、土鸡蛋等，产地均为优质产区，目前，安徽已经上线。

## 电商卖菜热潮

26岁的王梅返回北京工作后，需要在家隔离14天，只能自己做饭网上买菜，快递会把菜送到小区门口。在疫情爆发前，她很少使用电商购买蔬菜，现在每周使用三至四次。不仅是王梅，新冠肺炎改变了很多消费者购买蔬菜的习惯。

新冠肺炎疫情影响，全国各大城市都采取了严格的管控措施，限制居民外出等，这使得互联网“云买菜”开始受到关注。半夜抢菜、预约爆满等现象催生生鲜电商运用共享员工、分时段下单、大量备货等手段来应对疫情下爆满的订单。据记者不完全统计，目前有叮咚买菜、每日优鲜、京东到家、苏宁小店、盒马鲜生、美团买菜、天猫超市、饿了么等十几家电商均可以买菜，大家纷纷发力，抢滩这波机会。

为保障北京市场供应，美团买菜增加供应商，加大采购量，并到山东、河北等产区直采，拓展进货渠道。还增加了净菜和半成品类商品，全力保障新鲜蔬菜、肉禽蛋奶等生活必需品的充足供给。

此外，美团闪购平台还全面支持并动员在京连锁品牌超市保证线上营业时间，并与平台上的生鲜运营商家保持紧密配合，共同应对市民线上购买生鲜食材需求暴增的情况，在保持供给的同时维持价格符合市场平均价。

不仅是电商卖菜，电商也赋能小商户帮助其在这样的特殊时期卖菜。

“一边是居民买不到菜，一边是农户手里有菜卖不掉、运不出。我能做的就是将他们的菜品上到我的店铺来卖。”吴强在京东开放平台上经营着一家农副食品的店铺，因为受春节和疫情影响，店铺的销量有了明显下降。

加入京东快递“移动菜篮子”计划后，京东快递对吴强店铺的蔬菜订单实行优先揽收、优先配送的专项保障方案，并实行产地直采直销服务，搭建起“产地直销+快递运输”的直供通道，减少中转流通环节，确保当日24点前下单，最快次日中午12点前就能收到新鲜蔬菜。有了稳定又高时效的快递服务保障，疫情期间，吴强的店铺生意又旺起来了。

京东快递移动菜篮子计划已在全国近50个城市落地实施，一天揽收近350吨农产品。

## 便利店、商超加码卖菜

线下的商超和便利店也不甘示弱。日前，家乐福中国在苏宁易购上线“1小时达”服务之后，凡是在家乐福门店生活圈3公里范围内的消费者，都可享受苏宁易购APP下单，由家乐福门店发货，1小时急速到家，覆盖时令生鲜、粮油调味、酒水饮料、休闲零食、母婴用品、个护清洁等商品。

苏宁家乐福CEO田睿对记者称，根据数据，家乐福到家业务订单春节期间增长了三倍多，蔬菜订单量同比增长680%，大白菜、土豆、长白萝卜、西红柿订购量最多。

田睿称，对于家乐福来说，经营原则始终是更好满足用户需求，比如在商品规划方面，会增加更多健康类、有机类产品；在用户体验方面，一方面是针对到店购物人群会对门店购物环境的健康舒适度进行升级；二是对产品进行升级，生鲜品类的比重会加大，消费者到店可以购买、可以堂食、可以打包带走；第三，针对居家用户或者特殊时段（如恶劣天气等），家乐福会在IT技术、配送履约等方面进行大量投入发展到家业务，在家乐福门店周边3公里甚至未来更大的辐射半径内实现1小时送达，从而更好地满足用户的多元需求。

物美集团也与多点Dmall合作，推出“物美多点社区抗疫提货站”。目前，北京市479个社区已经确定开通，下一步将推广到全市4000多个社区。

多点Dmall目前采用多模式、多渠道混合作业的方式联动各方。比如服务站售卖的套装产品，是在消费者下单后，按需安排生产加工，从大仓直接运输到社区站点，而O2O、全球精选的自有选购订单，仍然通过门店进行拣货、配送。这是在多点的全面数字化基础上，实现的线上线下一体化。整个供应链的各环节，包括订单、库存、运力等数据，都是打通的，可以做到实时调配，节约供应链和配送资源。其中，多点Dmall之前与合作商超共同推动的生鲜标准化，也起到了很大作用，标准化的菜肉单品以及由此组成的套装，大大提升了拣配效率以及安全标准。

不仅如此，社区便利店已摆脱传统的副食品供应，目前以社区为中心，以果蔬、副食、快餐配送等为主体的新业态，正在打造小而美的周边一公里社区生活圈。除了生活必需品以外，原来便利店并不具备的果蔬等产品需求也逐渐走旺。这是在疫情之下便利店行业出现新的变化。

便利蜂2月14日宣布，通过公开竞牌方式，获得位于天津市武清区的30亩土地使用权，并将用于建造中国最大规模的鲜食供应基地，规划一期工程面积30000平方米。建成后将按照标准化的生产流程，制作运送到华北门店的鲜食。

据便利蜂执行董事薛恩远介绍：“目前，便利蜂在北京已经拥有两家基地，由于门店的持续扩张，再新建一家大型供应基地以满足未来3-5年内的华北需求，是便利蜂一直在推进的事情。”

根据规划，在接下来的18个月周期内，便利蜂将依托天津的丰富食品原料供应优势和区域交通优势，建设满足3000家门店的特大型供应基地，建成后该基地将是全国规模最大、自动化水平最高、设施最先进的鲜食供应基地。该项目建成后，结合便利蜂在北京的供应基地，便利蜂在华北的整个供应能力将能够满足5000家便利店的需求。

本文经「[原本](#)」原创认证，作者[经济观察报](#)，访问[yuanben.io](#)查询【VK1TVYMR】获取授权信息。

DNA VK1TVYMR

商业授权

版权声明：以上内容为《经济观察报》社原创作品，版权归《经济观察报》社所有。未经《经济观察报》社授权，严禁转载或镜像，否则将依法追究相关行为主体的法律责任。版权合作请致电：【010-60910566-1260】。

