

“五五购物节”，记者来到哈尔滨食品厂淮海中路店做了一天的见习店员，深刻感受到——

一袋袋甜蜜点心传递着幸福味道

记者在现场

做满12小时 蹲下起立400次

哈尔滨食品厂里有两条队伍，一条是现烤蝴蝶酥的玻璃房前，一条是摆着几十种特色点心的零售柜台，一字摆开的四台电子秤背后，站着四位营业员，“师傅”郝明霞就在其中。

换上工装，站到柜台后，郝明霞开始手把手教导记者：“右手先戴上一次性手套，左手取纸袋子，再用右手撑开，顾客要什么，你就给称什么，蝴蝶酥、蜜桃排卖得最快，要及时补货。”

称分量和包装也是技术活，几十个产品的单价在收银屏幕的第几页、哪个位置，她全都熟记于心，轻点几下就能找到。纸袋子的收口有专门的手法，她拿出一个空袋子演示给记者看：拉平袋口，左右叠叠，再把尖角折进去，一袋挺括的点心就装好了。最后要装进马卡龙色的提袋里，再递给顾客。

一套教学流程下来，记者在“师傅”的协助下“上岗”了。戴好一次性手套，抓起一只纸袋，面对的第一位顾客是老爷爷。“爷叔要称点什么？”“一斤蝴蝶酥，25元沙琪玛。”记者立马弯下身，往一个个格子里找，装袋之后还要称分量，沙琪玛只有20元钱，再往里补了三块。

送走了老爷爷，又来了小姑娘。手忙脚乱地脱下接触过POS机的手套，记者再套上新的手套。“一斤蜜桃排，一斤抹茶蝴蝶酥，再给我称点苔条。”这次记者索性蹲下来，往纸袋里装点心。装好一包，称一次分量，就这样上下下了三四回。如果从早上9点到晚上9点，做满一整天，蹲下起立的动作大约要做400次。

顾客一位接着一位，别看只是在柜台后上下腾挪，但没多久，记者就出了一身汗，就连手套也有些黏连。“我们这里是比较热，旁边就是现烤蝴蝶酥的炉子，再加上打开门做生意，所以空调的作用也不大。”在哈尔滨食品厂工作了22年的郝明霞早已习惯，她告诉记者，除了快速地给顾客称好点心，还要瞅着空隙及时补货。“每个格子里都加到饱满，顾客看上去也舒服。一天下来，大概要加个几十次吧。”

恢复能力强 销售额同比有增长

相比2、3月的冷清，进入5月的哈尔滨食品厂已经基本恢复到了往日的客流。哈尔滨食品厂有限公司总经理曾茯林介绍，五一假期叠加“五五购物节”，哈尔滨食品厂也做

淮海中路有一家老字号，让人闭着眼睛也能找到。距离它还有十来米，就会闻到黄油香，越往前越浓郁，那就是哈尔滨食品厂。刚到门口，一时还走不进去，有心急的顾客捧着刚到手的蝴蝶酥，站在外面吃了起来。五一假期的哈尔滨食品厂，人气高涨，产品热销。5月5日，记者换上蓝色长袖衬衫，扎上深蓝色的头巾，体验了一天柜台后的营业员工作。递过一袋袋的甜蜜点心，也是传递一份份的幸福味道。

了点促销，销售额同比去年增长了15%，其中这家总店的单日销售额最高达到了8万元。

郝明霞记得很清楚，尽管疫情期间，店铺没有关过门，但来买点心的市民确实是少了，门口的长队更是无影无踪。“时不时会有顾客来买，有的人觉得来一次不容易，会买好几种，但确实生意淡下来了，有时候我们站在柜台后面没事做。”

曾茯林说，往年春节是销售旺季，公司备足了货源，准备在春节大干一场。没想到大年夜这天，淮海路上的人一下子没了，销售遭遇断崖式的下滑。“这样的情况维持了3天，我开始担心了。我们的西点只有45天保质期，这么多库存怎么办？”

一方面调整生产计划，另一方面发动门店打折促销。老字号的恢复能力真的很强，2月中下旬，库存压力基本没有了。等到4月，哈尔滨食品厂的销售额已经和去年同期持平。“老店的销售恢复了八九成，像淮海店的



记者张钰芸正为顾客挑选的商品称重 本报记者 陈梦泽 摄



哈尔滨食品厂店员正将蝴蝶酥送进烤箱 本报记者 陈梦泽 摄

销售额即便在疫情还比较紧张的2月，也能做到两三万一天，然后逐步回升。再加上我们去年开的新店，所以总盘子拉平了。”

疫情期间，哈尔滨食品厂还推出了新品，巧克力蝴蝶酥和抹茶蝴蝶酥，逐渐为顾客所知，销售稳步上涨。“到这里来的顾客，大部分不需要我们介绍产品，他自己就很熟悉，蝴蝶酥和蜜桃排是最火的。就算是外地来的游客，也会事先在网上查好推荐品种。”郝明霞说，当他们想换换口味时，才会问一问其他产品。“前两周有个90多岁的老奶奶来买点心，一个人买了6包带回去，她说自己吃，就喜欢这个味道。”

随着疫情防控逐步平稳，哈尔滨食品厂的扩店计划继续开始。这两年，哈尔滨食品厂已经在全市各大商圈开出了50家左右的门店。到今年年底前，要在空白点里加紧布局，进入更多的购物中心。

本报记者 张钰芸

豫园“海上梨园”的戏台上，民族乐器一厂乐师带来悠扬的民乐，来自大白兔、回力、凤凰、三枪、恒源祥、老凤祥、老庙、上海丝绸、沈大成、哈尔滨等15个老字号的新品一一亮相。作为上海“五五购物节”的重要组成部分，“国潮老字号”是促销的重要力量，从打造网红产品，到投入直播为品牌引流，老字号的情怀与新潮并重。

在“五五购物节”期间，第一波美食已上新：光明集团带来了让人一口尝到童年滋味的大白兔雪糕和超萌衍生品，第二食品商店为消费者呈上的是二食肆手作玉兰酥，哈尔滨食品厂推出的则是“竹报平安”非遗礼盒，童涵春堂推出营养可口的石榴参冻和21天参茶……

直播带货也在进行中。蛋黄肉松青团的发明者、杏花楼食品股份有限公司餐饮部技术副总章吉泉在湖心亭茶楼里，与“网红”女主播搭档直播带货。上海老饭店本帮菜第六代“非遗”传承人邢逸翔也在4月30日完成了职业生涯中的第一次直播，在线教学三道时令菜肴——春色宜人、梨膏露小龙虾、猴头菌菇酥。他所带的货就是3斤上海老饭店特制的梨膏露小龙虾。

记者了解到，“国潮老字号”活动将贯穿全年，以“游园会、发布会、博览会、品鉴会”的模式促进“买买买”不停歇。5月15日，上海将组织举办“国潮游园会”老字号文化集市，结合老字号“进景点”，围绕老字号承载的中式美学、文化记忆、工匠精神，运用新玩法推广上海特色美食、老字号文创购物、非遗工匠技艺和中式美学服装体验，营造吃、游、购、娱全方位消费体验。

新品也不断档。购物节期间，老字号将在各大电商平台举办“国潮新品”发布会。根据市商务委的统计，全市各类老字号170个品牌将在天猫、拼多多、京东、盒马等平台发布“老牌新品”2152余款。本报记者 张钰芸

做网红直播带货 推新品老牌发力

沪上老字号变身新国潮

逛市集，逛出一份好心情

本报记者 张钰芸

市集，是一种特别古老的商品交易活动。过去是“乡僻之地”固定地点的定期贸易活动，如今却成为一种带着文艺范儿的时尚。五一假期，一度沉寂的户外市集好像雨后春笋一般，重新启动了人们的“逛吃”模式。

很多人爱逛市集，大概和它热闹又轻松的氛围有关。去大商场买东西，叫做“血拼”。优惠抢到手，大包小包的“战利品”拎出来，虽然钱包“大出血”，但心情很激昂。到市集上买东西，叫做“赶集”。逛一逛，看一看，爱侃的还能和摊主聊一聊，能买的东西也不少，价格却不高，满足感很强。

贴着第一百货商业中心而开的“六合路上小尖顶”市集，就让人很舒服。河南女孩棉花拖着两大行李箱的手机壳来了，向日葵、小雏菊、草莓、橙子等鲜花果被固定在透明壳子里，鲜艳活泼，最适合夏季。上海女生小吕是一名独立设计师，她为疫情后消费设计的新款手链，也用上了彩绳和彩色珠子。这两样好看的东西，都只要几十元。

大学路上的后备箱市集，一辆车就是一家店，销售的东西从手工艺品到各色首饰服装都有，有的摊主是大学路上的沿街商户，有的则从其他地方特地赶来，甚至还有玩票性质的大学生和白领。“今天就是来

玩的，大家开心就好”。弹弹吉他、唱唱歌，大学路就是这样一个个随时能遇到艺术和创意的地方。

BFC外滩金融中心的周末市集，好吃的特别多。45个特色摊位里，有25个是餐饮摊位，除了BFC自己的明星餐厅，还有芝士汉堡、眷村牛肉面、烤玉米冰淇淋、澳洲葡萄酒等世界美食。无论是大人还是小孩，都爱移动餐车。黑色餐车专供啤酒、红色餐车负责面食、粉色提供冰淇淋、蓝色则是汉堡车，有一种寻宝的感觉。

还有静安嘉里中心的“Fell Good市集”，兴业太古汇的“感官市集”，幸福里的

“依好集市”等，五一假期，遍布全市的活力市集成为了“网红打卡地”，与周边大型商场成为互补，无处不在。

市集为什么这么火？记者想，爱热闹大概是人的天性，好天气更是不容辜负。在阳光下逛市集，偶遇自己喜欢的手工艺品，认识志同道合的朋友，花不多的钱享受到购物的乐趣，就是逛市集的好处。能逛、能买、能玩，还能讨价还价，人间烟火气就在此地。它可以是浪漫文艺的，也可以是摩登时尚的，还能是市井热闹的，在市集里，仿佛更有生活的滋味，更有魔都的气息。

购物节 日记