



买买买·贴心的服务

“便民代炒”:蔬菜6元起加工

朱泾镇万安里市场这项服务大受附近居民欢迎

工作日的中午11时许,烈日当空,记者刚踏入金山区朱泾镇的万安里市场,一阵清凉便迎面扑来,瞬间驱散了户外的燥热。首先映入眼帘的是明亮整洁的空间,各个功能区划分清晰,水果区、蔬菜区、肉品区等依次排开,摊位整齐划一,货物摆放井然有序。最引人注意的,是左侧的“便民代炒”摊位,锅铲碰撞的叮当声、油烟机的嗡鸣声与饭菜的香气交织,四五个

顾客正在排队,等待现场烹制的家常美味。

“天太热,懒得开火,这里炒得又快又好!旁边买好菜,直接过来加工,口味还能按我们的要求调,贴心!”一位刚接过餐盒的大爷笑着告诉记者,他一个星期至少要来加工三次。

一旁的价目表清晰地写着“代炒”的价位,蔬菜类6元起,小炒类12元起……另外,摊位旁还有就餐

区,支持堂食。记者也忍不住体验了一番:买了三个鸡蛋、两个西红柿、两根茭白,称了点五花肉和肉丝,请老板现做西红柿炒蛋、茭白肉丝和回锅肉。刚递过菜,老板就热情地询问:“有忌口吗?西红柿炒蛋喜欢偏甜还是偏酸?回锅肉要辣吗……”说话间,他动作娴熟地清洗、切配,起锅烧油,一气呵成。

等候间隙,现场工作人员介绍,午市顾客以往在附近的老年人

为主,到了傍晚,会有不少刚下班的年轻人顺道过来,“有些是自己买菜过来加工,也有一些直接在这儿买现成的”。正坐在就餐区用餐的李大哥告诉记者,自己在附近上班,是这里的常客。“中午一般就从旁边买好菜,拿到这里加工,老板还提供米饭,一顿花费三四十元,每天换着花样吃,比外卖划算,也比饭店吃得自在。”他特别强调,“关键是整个制作过程透明,从洗

到切到炒,全部看得见,吃起来特别放心。”

不过一刻钟左右,三道菜陆续上桌。西红柿炒蛋红黄相间、油润诱人;回锅肉片薄透亮、微卷带焦;茭白肉丝青白嫩滑、香气扑鼻。配上两碗米饭,记者与同伴的这顿午餐,总共花费55.5元(其中菜钱25.5元,加工费30元),吃得心满意足,实惠又美味。

本报记者 赵菊玲

买买买·便宜的好物

500克冷冻澳洲牛尾49.9元,20枚装鲜鸡蛋13.2元,950毫升悠白鲜牛奶9.9元……

狂吹“低价风”超市开始“卷”价格

500克冷冻澳洲牛尾从69.9元降到49.9元,降幅30%;20枚装鲜鸡蛋从16.5元降到13.2元,降幅20%;还有9.9元950毫升的悠白鲜牛奶、17.9元200克的冷鲜进口牛肉片……奥乐齐超市近日宣布,再次精选超50款消费者高频复购的日用品“长期降价”,最高降幅30%。

低价战火烧向多个超市,新老玩家一边往下调价,一边加速开店,争抢消费者。谁能保证质量、健康盈利,成为真正的“长跑健将”?

民生爆品 无条件低价

自2024年提出“新低价”以来,奥乐齐已累计推出超700款长期降价日用品。这次新一波降价更聚焦一日三餐核心场景,覆盖肉菜蛋奶、米面粮油、水果零食等,每款都是马大嫂“复购王”。值得一提的是,这波新低价主打无条件:不是限时促销,无需凑单满减,不设会员门槛,小包装也同低价……

“奥乐齐是全球硬折扣零售的开拓者。”公司相关负责人表示,当业界都在“玩低价”,无条件就是奥乐齐折扣的独特竞争力。“没有额外条件,没有隐性成本,消费者不必为省钱牺牲商品品质,或大费周章跑去郊区买更大的包装。”

以长期主义给予消费者无条件的低价,源于奥乐齐一套成熟的运营逻辑。对品质与价格的严格把控是核心抓手,目前已推出自有品牌15个,占比高达90%。与生产商合作,不仅去除了中间溢价环节,更能深度参与产品研发与品控。

针对中国消费者对生鲜产品的需求,奥乐齐不断优化供应链结构,超过80%的商品来自本土优选供应商,缩短运输半径,让食材上架周期大大缩短,新鲜度显著提升。

在选品策略上坚持“少而精”。每个品类仅保留少数几款“高性价比精选商品”,既能减少消费者的选择成本,又能通过“集中采购”形成规模效应,与供应商议价时更具优

势,省下成本转化为终端售价优惠。运营端高效降本,为长期低价提供持续支撑。门店采用整箱上货减少人工成本,智能订货系统精准预测需求避免库存浪费,数字化收银提升结账效率,再搭配高效物流运输,全链路压缩运营成本。

新老玩家 性价比之卷

当下硬折扣零售已成为全球零售市场的增长引擎:尼尔森IQ数据显示,2024年全球折扣零售渠道增速达8.2%,折扣产品增量销售份额增长61.1亿美元;聚焦中国市场,《2025中国零售行业展望》亦指出,2024年中国硬折扣市场规模已突破2000亿元。这股热潮的核心驱动力,是消费者对性价比的迫切追求——中国消费者协会报告显示,2025年性价比跃居消费者首要关注点,超七成人群期待“好品质不买贵”,“高端消费不手软、日常开支算得细”成为年轻人的主流生活准则。

去年起,各大超市开始“性价比之卷”。以950毫升的鲜牛奶为例,盒马、叮咚、奥乐齐、永辉超市都推出了低于10元的产品;清美集团新开的品上生活超市出现了1元多一份的蔬菜。还有上过热搜的9.9元一瓶的奥乐齐纯粮浓香酒等,低价优品越来越多地出现在市民购物车中。

低价风愈刮愈烈,引来更多人入局者。8月29日,“超盒算NB”十城17家店同开,包括上海、杭州、湖州、嘉兴、宁波、苏州、南京等,由原“盒马NB”改名而来,强化社区平价超市的概念;同一天,美团自营“硬折扣”超市“快乐猴”首家门店——杭州拱墅大关路店开业;8月30日,京东折扣超市在宿迁4店齐开。

虽然都追求低价,但不同的商业模式和供应链管理会导致不同的结果。从一窝蜂做“会员制”到打“低价牌”,“卷”起来的超市能否走出一条高质量发展之路,有待市场检验。

本报记者 张钰芸

买买买·合作的硕果

日喀则20家企业带着70多种特色产品亮相上海高原珍品 见证沪藏一家亲

展会现场展示毯毯制作工艺 本报记者 刘歆媛



高原上的鲑鱼是什么味道?“毯毯”是什么?9月5日至8日,西藏日喀则市江孜、亚东、拉孜、定日、萨迦五县20家企业带着70多种特色产品亮相“第八届上海市对口地区特色商品展销会”,让你在体验独特藏地风情的同时,感受“沪藏一家亲”。

在展销会上,游客可以买到来自高原的亚东鲑鱼罐头。这个小罐头可谓来之不易。亚东鲑鱼是全世界唯一能在高原冷水环境下生存的鲑鱼,必须在无污染且不含沙土的山间活水中才能生存。据介绍,野生的亚东鲑鱼生长速度慢,又因为缺少技术,早前难以实现人工繁育。上海科研力量的加入,使鲑鱼

人工繁育有了可能。2015年4月,在上海援藏联络小组的帮助下,亚东县与上海海洋大学签订产学研合作协议,突破了人工繁育技术瓶颈,亚东鲑鱼产业从无到有。2020年8月,亚东县又与中国水产科学研究院黄海水产研究所签订合作协议,亚东鲑鱼的饲料营养、病害防控、疫苗研发、健康养殖得到科技保障,孵化成活率大大提高。

年逾古稀的於先生和刘女士是展销会常客,8年来从未缺席。这次,西藏日喀则展区的毯毯让他们驻足观看了许久。毯毯上精美的图案,明亮的色彩,让两位老人家赞叹不已。

毯毯,是藏族地区的手工毛织品,以结实耐磨、御寒挡风、色彩浓烈闻名。但毯毯编制这项具有两千年历史的非遗技艺,因为产出样式品种单一、手艺人传承难、产量不足等,曾一度濒临消亡。

转机出现在2022年。经上海市第十批援藏干部牵线搭桥,上海沙涓时装科技有限公司(下称沙涓)与江孜县达成合作。公司总经理兼技术总监郭秀玲表示,沙涓主要帮助改良传统纺织机器,研发设计新的款式,“改变原始的生产方式,把更多样的产品带到全球。”过去两年,沙涓邀请了300多名藏族妇女来沪培训,还通过原材料融合、手工艺融合实现创新。据介绍,沙涓此前曾尝试以青海的牦牛绒作为毯毯的原材料,今年又将云南傣族的织锦工艺与毯毯相结合,在“设计上海”2025首发。这些都是他们融合上海对口支援的各个地方产品特色的尝试。

原本濒临消亡的毯毯,正焕发出新的生命力,在2024年、2025年法国巴黎时尚家居设计展,2024年联合国会议期间第一夫人午宴等各种场合多次登上世界舞台。

本报记者 曹博文 实习生 唐茹粤

买买买·订单的纪录

昭通市特色商品产销对接会意向订单创历年之最

昭品入沪 市民尝鲜热情高

本报讯(记者 解敏 通讯员 王笛) 昨天,“沪滇协作·昭品入沪”昭通市特色商品产销对接会在上海展览中心举行。活动现场,昭通市与沪滇协作相关企业签约,达成包括昭通苹果、昭通天麻、昭通黄牛肉等产品的总意向订单金额超过1.5亿元,同比增加59%,创下昭通市在上海市对口地区特色商品展销会上的签约新纪录。

自2021年普陀区与昭通市鲁甸县、巧家县结对帮扶以来,普陀援滇干部紧抓产业协作,探索“上海市场+云南产品”协作模式,实现从帮扶到协作、从“输血”到“造血”的转变。

在展销会现场,昭通各大展位前人头攒动。脆甜多汁的昭通苹

果、药食同源的天麻产品、香气扑鼻的青红花椒、肉质鲜美的盐津乌骨鸡、高原黄牛肉、火腿等畜禽精品、竹笋深加工品……让人眼花缭乱。“开展不到1小时,就卖了50多箱苹果。”昭通供销社柜台工作人员笑着说,“这苹果比超市里卖的便宜1/3。”周末来逛展的市民徐明说。

普陀区援滇干部、昭通市商务局副局长薛海波说,今年展会上,昭通市有鲁甸县、巧家县等县区的23家优质企业带来了259种特色商品。上海市援滇干部联络组昭通市小组组长葛钧介绍,近年来,通过投入东西部协作资金,上海与昭通两地共建产业基地126个,培育农业龙头企业68家,带动12.6

万农户增收致富,成功引进东部企业119家到昭通投资兴业。

昭通市位于云南省东北部,拥有得天独厚的自然条件,是孕育优质苹果的理想之地。昭通苹果首批纳入全国“农业品牌精品培育计划”。2023年,上海投入3000万元援建资金建设4000平方米的苹果产业园冷库,其中的智能苹果分选线和高标准气调保鲜库大大提高了苹果的附加值,助力当地果农增收2000万元以上。

4年来,上海市、普陀区围绕昭通市苹果产业累计投入东西部协作资金超2亿元。去年,昭通苹果产量达130万吨,实现综合产值150亿元,今年销量预计将再创新高。