



线上线下的生意各占一半，外地客户也有不少。

在菜场经营这么多年，兜兜熊做过传统菜市场，也做过 2.0 版菜场，安顺市场就是典型的 2.0 版菜场，这里不仅卖菜，还提供印章、修锁、配钥匙和家电维修等便民服务，整个菜市场整洁卫生，就像一家超市，收银也是统一的。

在兜兜熊看来，传统菜市场已经不符合当下人们的消费趋势，不过她也期待入驻 2.5 版本菜场，“2.5 版本菜场由摊位自己收银，客人的等待时间缩短，购物体验更棒”。

小菜场也有春天

黄毅和兜兜熊都是菜场经营户中的佼佼者，他们的共同点是产品足够好，服务能够满足顾客的个性化需求。这在美天副食品公司总经理顾志君看来，并不意外，深耕菜场业态十余年，他对媒体鼓吹的各种概念都能一笑而过，“新零售、回归实体、智慧菜场、市集……概念背后，本质并没有改变——满足消费人群的消费需求”。

在中国，菜市场的历史比商超久得多。在形态上，上海小菜场经历了马路菜场、室内菜场和超市型菜场的转变；在体制上，小菜场经历了“合作化”“统购统销”“双轨制”和“租赁经营”的转型。

小菜场曾经历过繁荣的时期，但随着市场经济的发展，小菜场也经历着改革的阵痛。顾志君所在的美天副食品公司，自 2000 年开始，实行所有权和经营权分开的改革探索。在传统菜

市场的经营上规范出租柜台的经营之外，又在 2017 年推出 2.0 版本标准化示范菜场，当时顾志君是美天平塘菜市场的经理，也是这一改革的亲历者，统一收银，所有菜品可追溯生产地乃至生产日期、批次的模式得到市商务委的肯定，2.0 版本菜场在全市得到推广。“美天从未放弃过菜场经营管理权限，我们不愿做简单的物业管理，靠着出租摊位做个吃老本的二房东，通过 2.0 版本菜场，我们不仅为消费者提供了一个更加安全、平价、可靠的市场，也将我们和经营户捆绑在一起，共享发展的红利——2.0 版本菜场的摊位租金不再是固定数额，而跟经营户的营收绑定，根据品类不同进行不同点数的提点。”

后来，美天又在 2.0 版本菜场基础上推出了“一生一市一铺”的 2.5 版本菜场，在设计上着重便捷性、体验感、邻里关系的再塑造，不仅有菜市场的功能，也设计了集市这样的社区商业，得到了经营户和消费者的认可。

2021 年底，美天副食品公司还开始从源头着手，搭建自己的供应链，在上海本轮疫情期间，这条供应链发挥了巨大的作用。“疫情暴发后，买菜成了大家都十分关心的问题，商品运输的最后一公里和最后 100 米出现了问题。美天是长宁区的区属国企，在区里一共有 19 家菜市场，占长宁区菜市场总数的 70%，参与了区里的保供任务，在疫情零星散发的时候，我们上线了美天菜小睿这一全新的线上渠道，随着城市按下暂停键，我们将下属三个市场设置为美天菜小睿的前置仓，而此前设置的供应链，则为我们解决了商品配送的堵点。”顾志君介绍，整个疫情封控期间，仅美天菜小睿这一线上平台就配送了 30 多万单生鲜货品，特殊时期保证商品价格的同时，他们甚至坚持为消费者提供售后服务。

上海进入常态化疫情防控以来，菜市场按照防控要求对市民进行开放，客流量在一定程度上受到了影响，面对来自线上线下多个平台，甚至还有周边无证摊贩的竞争，顾志君心中另有一番打算：“疫情期间，美天菜小睿帮助许多市民买到了救命菜，未来我们打算在机制理顺后，将美天菜小睿打造成独立的运营平台，深化供应链和菜市场之间的合作，不仅为普通消费者提供采购渠道，也为经营户提供价格合理的生鲜供应，让天下没有难做的生鲜生意。”

1995 年，家乐福正式进入中国，后来沃尔玛也进场了，当时有专家学者预言，菜市场会在不久的将来被超市所取代，但 20 多年过去，菜市场并没有就此消失。从业者说：市场很大，小菜场有自己的春天。■

线上平台“美天菜小睿”在上海疫情封控期间发挥了重要作用。

