



## 超市开食堂 方便又实惠

**本报讯** 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，在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宫伟说，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约为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。

(据《人民日报》)

## 中国连锁经营协会： 24小时便利店占比逐步提升

**本报讯** 杨召奎 中国连锁经营协会日前发布的2024中国城市便利店发展指数显示，24小时便利店占比逐步提升。指数数据显示，今年的名单中包含40个城市，比2023年多1个城市。

整体看，各城市便利店发展基本保持稳定。厦门、太原、长沙、东莞、福州的便利店发展指数名列前茅。其中，前4个城市连续三年位列前五，第5个城市福州今年替代了广州。样本城市便利店总体发展指数均值为79.8、中位数为80.9，比去年分别下降0.9和0.7。

调查发现：2024年，增速最高的城市是贵阳(4.9%)，增速最低的城市是石家庄(-4.4%)，中位数为0.63%，均值为0.92%。2023年，增速最高的城市是合肥(11.8%)，增速最低的城市是天津(-5.3%)，中位数为1.0%，均值为0.9%。2024年相较于2023年，增速变化区间收窄，差异度减小。2024年，24小时便利店占比最高的城市是温州(76.9%)，占比最低的城市是银川(24.2%)，中位数为58.0%，均值为54.6%。2023年，24小时便利店占比最高的城市是广州(79.2%)，占比最低的城市依然是银川(12.1%)，中位数为52.6%，均值为48.1%。

随着技术的发展，部分连锁品牌便利店依靠互联网技术支持的夜间无人值守模式，依然可以做到24小时、低成本营业。南北方的自然气候条件虽然对便利店24小时经营产生一定客观影响，但不是决定因素。一些南方城市，比如昆明、重庆、中山等南方城市，24小时便利店占比都低于50%。

## 盒马顺应节日上架商品 “银发消费”氛围浓

**本报讯** 为顺应团圆和睦、感恩敬老的节日氛围，今年我国传统佳节重阳节，商家陆续上架了“银发族”特色商品。盒马鲜生的重阳糕、滋补养生礼盒、茱萸香囊花束等也摆放在醒目位置，门店里的重阳氛围浓郁。

“好吃和健康是当下消费者对于糕点类产品的核心需求，而重阳糕本身就是孝敬长辈的传统美食，所以今年盒马的重阳糕都做了减糖处理，并且为了让这个传统节日更有仪式感，盒马今年还推出了限定款的重阳糕新品。”负责糕团点心的盒马研发采购张丽敏表示。

这款“缤纷多彩松糕”的新品在造型上制作成了彩虹蛋糕的样式，使用南瓜粉、紫薯粉、牛油果绿豆沙等果蔬粉充当染色剂，大黄米面、粳米粉、糯米粉制作米糕胚，顶层再点缀红枣和核桃仁提升口感，让糕体呈现层层彩虹的视觉效果的同时，也符合广大“银发人群”的健康需求。“我们发现，其实老年消费者也喜欢追‘新’，我们希望能通过开发各种时髦又好吃的商品，让老年消费群体也能吃点儿不一样的，开心过节。”张丽敏说。

而今年新推出的栗子布朗尼松糕，则更符合年轻消费者的偏爱，在重阳节迎来一波热卖，很多年轻人给家里长辈买重阳糕的时候会顺手买一款自己喜好的口味，与家人一起分享。这款栗子布朗尼松糕，复刻自海外知名巧克力甜点布朗尼，精研糕体中加入可可粉与黑巧克力，同时将板栗仁研磨成泥加入，米香、巧香、板栗香完美融合，多重风味相得益彰，风味绵长，巧用“中点西做”的方式赋予了传统美食更多新意。

除了在特色糕点上下功夫，今年盒马在其他品类上也开辟了重阳节专区。生鲜品类不仅有鲜活的阳澄湖大闸蟹，还制作了醉蟹、热出等多种吃法；鲜花品类上架了茱萸香囊花束、登高赏秋手提花篮……养生品牌盒补补的即食燕窝、西洋参这类滋补礼盒为敬老爱老提供更丰富的消费选择，营造出浓浓的节日氛围。

(中国网)

