

# 创建邻里商业品牌 服务社区“老街坊” 石景山区加快推动蔬菜零售网络建设

近年来,石景山区先后实施了两个蔬菜零售网络建设三年方案,下大力度优化全区蔬菜零售网络布局,完善蔬菜零售网络体系。在2016年7月启动商品交易市场调整疏解工作的同时,区商务委坚持“保障先行”、“拆补结合”,着力推动老旧商业网点、社区商业设施回租回购,加快关停市场周边蔬菜零售网点布局,启动蔬菜直销车应急部署,并提高存量网点蔬菜供应水平。以“老街坊”邻里社区商业为定位,以“双百创建”为统领,多项措施推动区域蔬菜零售网络建设,全力促进全区生活性服务业规范化、连锁化、便利化、品牌化、特色化发展,努力实现全区151个社区“一刻钟服务圈”商业便民服务全覆盖。



立足民生、保障先行,重点布局关停市场周边蔬菜网点

随着区内市场疏解工作不断推进,为了保障居民“菜篮子”需求,区商务委密切联合社工委、属地街道,逐一走访各个社区,了解蔬菜网点现状和补建需求。针对每一个关停市场制定蔬菜网点补充和保障方案,做到“一市场一方案”,努力实现蔬菜零售网点与关停市场周边无缝对接。今年以来,已在关停市场周边,培育建成了国安社区、首钢超市等多个规范化连锁果蔬店,价格实惠,品类齐全,受到了周边老百姓的欢迎。截至目前,全区蔬菜零售网点已达到131个,较疏解前网点总量基本实现翻番,连锁化率由30%提高到48%,蔬菜零售网点近半实现连锁化、品牌化提升。

深挖资源、引导回归,保障社区商业设施使用

联合国资、住建等部门,积极引导国有老商业网点回归“菜篮子”功能;推动新建小区配套社区商业设施回租、回购,实现规划用途,确保服务民生。发挥国有企业作用,推动网点布局建设,统一标识、统一管理,统一运营,打造我区特色的社区商业服务品牌,巩固蔬菜零售网点建设成果。同时,鼓励驻区社会单位,挖掘自有载体,引进连锁化、规范化蔬菜零售企业,首钢、瑞达等单位主动腾退,率先布局,引进“一公里果蔬”等连锁品牌,开辟蔬菜直通车驻社区绿色通道,共同推动区域蔬菜零售网络布局建设,保障“菜篮子”需求。

强化利用、融合搭载,优化社区商业布局结构

为了做好部分菜市场关停后,消费客流的引导和消费方式的转变,区商务委研究提出社区商业全方位、高端化搭载式的生活性服务

业品质提升新思路,推动大型商业、转型市场、旅游景点等资源与社区商业互相搭载。日日生鲜入驻当代商城,“一个鲜果”果蔬连锁店亮相古城公园,物美超市主动适应市场变化,调整卖场格局,扩大蔬菜销售面积,提升蔬菜供应能力,扩充品种、降低价格,探索生鲜超市转型、超市变“早市”等新模式、新转变,着力向社区生活性服务业综合体转型。

规范管理、强化监督,保障菜篮子“品质、价格、安全”

对关停市场周边不具备补充条件的社区,区商务委积极部署蔬菜直通车临时性保障居民购菜需求。联合工商、食药、街道、社区等多部门建立工作机制,形成了行业指导、属地管理、部门监管的立体化管理模式。出台《石景山区蔬菜直通车经营管理规范》等规范性文件,要求蔬菜直通车统一标识、统一着装、统一运营,售价不得高于全市价格监测中心零售价,并统一张贴“蔬菜价格公示牌”,做到明码标价。目前,蔬菜直通车已覆盖全区30余个社区,辐射服务近20万居民。

便利百姓、创新模式,促进蔬菜零售网络智能化发展

探索便民服务百姓新模式,创建石景山区“菜篮子”地图,全面展示我区蔬菜零售网络布局。目前,在“开放北京”平台上已实现我区蔬菜零售网点的查询功能,下一步还将开发定制微信公众号,在互联网端、移动端实现实时查询、价格比对、满意度评价等功能,并向其他消费者公示,为提升网点品质、激励网点做优做强提供一手资料,便利百姓生活。并探索社区商业电子商务平台建设,适应消费者的新潮流,实现网上购买、就近配送等快捷消费新



序号	名称	距离	评价	价格
1	家乐福超市	50m	4.8分	250元
2	石景山区便民菜站	80m	4.9分	110元
3	鲁谷一期便民菜站	90m	4.8分	95元
4	物美超市鲁谷店	80m	4.9分	490元
5	便民小菜	50m	4.8分	50元

需求。物美、永辉等老牌连锁化超市创新开拓了O2O电子商务模式,开发出线上购菜、送货上门等便利化、精细化服务,先进的现代化蔬菜零售业态蓬勃发展。

提升“双百创建”品质,打造“老街坊”邻里社区商业品牌

到2018年底前,石景山区将重点开展“双百创建”规范活动,计划利用两年时间,新建、补建、提升100家规范化蔬菜零售网点和100家社区便民服务网点,相互搭载、互为补充。积极创建我区特色的“老街坊”邻里型社区商业品牌,联合社工委、各街道(社区),以服务百姓为宗旨,统一建设标准、统一标识形象,对符合标准要求的网点,加挂“老街坊”邻里型社区商业标识牌,着力推动生活性服务业规范经营、提升品质,努力营造街里街坊互相帮的和谐社区商业环境。