

产业观察



天津姑娘王羽在廊坊设计“站产城”

记者 宁广婧

7月12日早上6时多,王羽汇入向廊坊北站涌去的人潮。7时01分,G8821次列车准时发车,1个小时23分钟后到达天津西站。

王羽,廊坊市投资控股集团有限公司京廊城际项目副总经理,天津姑娘,主要从事TOD(以公共交通为导向的开发模式)商业综合体设计及招商工作。她的公司距离廊坊北站走路10多分钟,从她家到天津西站只需乘坐一站地铁。

每周六,她都会从廊坊回到天津。这次回来,她除了陪陪家人,还带着任务——拜访一些天津的商户。

“廊坊北站的南广场、北广场及周边的商场、公寓、写字楼、酒店等TOD项目都是我们设计修建的。目前,商场主体建设已完成,预计2027年年初开业运营,现在处于招商阶段。”王羽告诉记者,她最近对接了30多家京津冀商户,其中好几家来自天津。

在王羽看来,这些距离机场、火车站、地铁站3至5公里,车程5至10分钟的TOD项目是未来商业综合体发展的趋势。“我们通过连廊及涵洞设计,使火车站周边各地块建筑与交通枢纽无缝衔接,实现5分钟进车站,出门即城轨,将枢纽与城市功能进一步融合,实现‘站产城’一体。”谈到自己设计的廊坊北站TOD项目,她打开了话匣子。

从业20余年,王羽从普通设计师做到了管理层,经手了十几个TOD项目。回顾来时路,她感谢曾经那个奋不顾身的自己。

2004年,王羽大学毕业后去了房地产公司上班。2019年,房地产市场下行,她萌生了去杭州打拼的想法,但话刚冒头儿,就遭到了父亲的反对:“家里有吃有喝,跑那么远干嘛!”

梦想和热爱在那个时候占了上风,她还是背着行李上了飞机。“那时候太拼了。”王羽回想起在杭州的那几年,感叹道:“我两年多拿下了16个项目,每周出差两三次。”

正是那时候的拼搏,使她在圈子里小有名气。2022年,廊坊市投资控股集团有限公司为廊坊北站项目找到了她,由此,这个身份证120开头的天津姑娘开始了津冀通勤的双城生活。

“G8821次列车是去年12月开通的,在此之前,我都是打独享顺风车往返津冀,用时跟坐城际差不多,但费用比火车贵一倍多。”王羽说,“把大铁(城际铁路)当地铁坐”的大有人在,她身边就有好多朋友跨城通勤。

她给记者举了个例子,以此佐证跨城通勤的人数之多。“从天津到廊坊或北京的火车票,早晨的最难买,尤其是周一,好多通勤的人买不着到北京的票,就买到廊坊的,上车再补票。我都是提前一个礼拜买。”她说,现在交通四通八达,早晨在北京,下午到天津,晚上坐高铁回廊坊,“一天跑三城”不是梦。

王羽喜欢搭乘早班的通勤列车,有时会碰见熟悉的通勤者——有个长发姑娘习惯在车上吃早餐;还有个喜欢穿西服的精神小伙儿常跟同伴计算着能否在早上9时前赶到单位顺利打卡……“虽然不总在一个车厢,但也碰见过好几次。”她说。

和这些通勤者一样,王羽早已习惯用这1个多小时“熨平”两座城市的距离。“我家住在洪湖里,到了天津西站,基本就算到家了。天津人的这顿早点,得留着回家吃。”王羽细数着她的早餐“心头好”——煎饼果子、老豆腐、锅巴菜、炸糕……

在采访结束前,王羽给记者展示手机里的一款天气类App(应用程序)——两个常设的定位,一个是廊坊,一个是天津。“其实看一个就够了,京津冀‘同城化’,连空气质量指数都差不多。”她笑着说。

信息速递

天津发布新指引“点数成金”有了“路线图”

近日,《天津市企业数据资源价值化资产化实施指引》(以下简称《实施指引》)正式发布,为企业开展数据资源价值化资产化工作提供详细“路线图”。

当前,数据已成为推动社会进步和经济增长的重要引擎。企业数据资源价值化资产化是通过对企业全生命周期的系统管理,推动企业合法拥有或控制的数据资源实现高效配置与合规流通,进而创造直接或间接经济收益的重要实践。该《实施指引》阐述了数据价值化的五个必要阶段,即“业务数据化、数据资源化、数据产品化、数据资产化以及数据资本化”,描述了企业数据资产化实施的详细路径、流程步骤以及必要保障措施。其发布标志着天津在数据要素市场化配置改革中迈出关键一步,将为激发数据要素潜能、培育新质生产力提供重要支撑。

《实施指引》是在天津市数据局指导下,由天津市大数据协会数据资产服务专业委员会组织行业协会、企业、高校及相关专业服务机构共同编制。天津市大数据协会数据资产服务专业委员会将携手各方共推企业数据资源价值化开发,并将组织发布天津市企业数据资源价值化资产化案例集,为行业提供可借鉴的实践经验。

记者 袁诚

果香“串”起致富路 茶淀葡萄打造农文旅融合场景

盛夏时节,瓜果飘香。随着滨海新区的茶淀葡萄陆续上市,不少京津冀地区游客前来采摘。为了将茶淀葡萄这一特色农产品与文旅消费进一步结合起来,不久前,茶淀街与滨海文投集团正式签署《文化产业发展战略战略合作协议》。

根据协议,双方将充分发挥茶淀街特色农业与非遗文化“双特色”资源优势,深度融合滨海文投集团文化运营与产业孵化平台功能,通过资源互补、模式创新与效能提升,协同构建“文化+农业+旅游”三产融合新体系。双方合作重点聚焦区域文化品牌共建、惠民服务提质、产业生态优化三大方向,推动文化传承创新与乡村振兴深度融合。

据茶淀街道办事处副主任张莹介绍,茶淀葡萄的采摘期一般从每年6月初到10月底。其中,8月和9月是茶淀葡萄采摘高峰期。届时,众多游客将从京津冀以及其他周边地区前来体验采摘的乐趣。

“我们每年八九月能迎来约2万名游客,其中,八成来自京津冀地区。”张莹表示,“下一步,我们将深度挖掘茶淀葡萄的文化内涵,策划开发葡萄主题的文化旅游、研学体验等项目,推动葡萄文化从一产向二产、三产延伸,形成‘文化+农业+旅游+商业’的特色产业融合发展模式,助力乡村振兴和农民增收。”

记者 郝一萍

把“新鲜”装进百姓菜篮子 资源共享助力供应链升级

日前,盒马鲜生正式进入天津市场并成立区域结算中心,首店位于天津大悦城,为天津乃至整个京津冀的生鲜市场增加了更丰富的选择。已经提前在天津布局线下门店的京东七鲜,则计划在天津新增20家仓店。不久前,美团的小象超市也在天津部分核心商圈发起了地推活动。随着京津冀数字化供应链协同不断升级,三地百姓能将更多的“新鲜”装进菜篮子。

记者 刘宇

线下门店加速落子

“进入天津市场是我们期待已久的事。将不同地方的饮食特色与天津本地的食材、饮食习惯融合,也是天津餐饮市场的特色之一。”对于进入天津市场,盒马鲜生区域负责人宏荣介绍说。

记者在店内注意到,天津首店里既有沙窝萝卜、渤海湾海鲜等本地特色食材,也有煎饼果子、椒盐皮皮虾等现场制作的本地美食。该店面积超过3000平方米,引入了7000余种全球及本地特色商品,为天津市民打造了“从产地到餐桌”的生鲜购物体验。

在距离盒马鲜生首店不远处的京东七鲜门店,同样是周围市民选购生鲜的热门场所。“之前在这买过几次荔枝,和我在广东出差时买到的一样,都很新鲜!”来采购食材的市民王女士告诉记者,虽然现在网购很方便,但对于水果、海鲜之类的商品,她还是习惯到现场挑选购买。

京津冀地区在经济、文化等方面联系紧密,市场具有较高的协同性,因此,京东七鲜8年前就将北京、天津、廊坊三地作为一个整体进行开店规划。今年,其在天津计划新增的20家仓店,也将配合天津已有的十余家门店,完成对市内六区、环城四区以及滨海新区的全覆盖。

品控升级实现“优质优价”

随着越来越多的生鲜平台在京津冀开启实体店面,三地的特色产品也以“东道主”的身份成为店面的主力产品。据宏荣介绍,盒马鲜生通过订单农业模式推动区域农业现代化转型,在京津冀地区同时挂牌了4个“盒马村”。

其中,该品牌在天津市宝坻区新安镇大赵村的韭菜基地,专门打造了绿色韭菜品牌,同时还主推当地的“三辣”特色,即天鹰椒、六瓣红大蒜和宝坻大葱;在北京市平谷区马坊镇太平庄村的蔬菜定植基地,聚焦高品质红苕豆等蔬菜种植;在河北省保定市阜平县城南庄镇大岸底村的蜜薯种植基地,通过标准化生产将山地蜜薯推向全国餐桌;在河北省保定市顺平县蒲上镇辛庄村的蛋鸡基地,则凭借无抗鸽子蛋打开高端市场。

作为“盒马村”的运作核心,“以销定产”的订单农业模式能够通过大数据分析消费趋势,从而指导农户进行精准种植和养殖。平台可以根据用户喜好反馈,动态调整韭菜的种植周期和采收标准,确保全年稳定供应,同时也能为蛋鸡基地定制生产标准,推动鸽子蛋从传统商超渠道转向高频复购的精品生鲜渠道。以数据驱动生产链的重构,让农

把“新鲜”装进百姓菜篮子 资源共享助力供应链升级

日前,盒马鲜生正式进入天津市场并成立区域结算中心,首店位于天津大悦城,为天津乃至整个京津冀的生鲜市场增加了更丰富的选择。已经提前在天津布局线下门店的京东七鲜,则计划在天津新增20家仓店。不久前,美团的小象超市也在天津部分核心商圈发起了地推活动。随着京津冀数字化供应链协同不断升级,三地百姓能将更多的“新鲜”装进菜篮子。

记者 刘宇

线下门店加速落子

“进入天津市场是我们期待已久的事。将不同地方的饮食特色与天津本地的食材、饮食习惯融合,也是天津餐饮市场的特色之一。”对于进入天津市场,盒马鲜生区域负责人宏荣介绍说。

记者在店内注意到,天津首店里既有沙窝萝卜、渤海湾海鲜等本地特色食材,也有煎饼果子、椒盐皮皮虾等现场制作的本地美食。该店面积超过3000平方米,引入了7000余种全球及本地特色商品,为天津市民打造了“从产地到餐桌”的生鲜购物体验。

在距离盒马鲜生首店不远处的京东七鲜门店,同样是周围市民选购生鲜的热门场所。“之前在这买过几次荔枝,和我在广东出差时买到的一样,都很新鲜!”来采购食材的市民王女士告诉记者,虽然现在网购很方便,但对于水果、海鲜之类的商品,她还是习惯到现场挑选购买。

京津冀地区在经济、文化等方面联系紧密,市场具有较高的协同性,因此,京东七鲜8年前就将北京、天津、廊坊三地作为一个整体进行开店规划。今年,其在天津计划新增的20家仓店,也将配合天津已有的十余家门店,完成对市内六区、环城四区以及滨海新区的全覆盖。

品控升级实现“优质优价”

随着越来越多的生鲜平台在京津冀开启实体店面,三地的特色产品也以“东道主”的身份成为店面的主力产品。据宏荣介绍,盒马鲜生通过订单农业模式推动区域农业现代化转型,在京津冀地区同时挂牌了4个“盒马村”。

其中,该品牌在天津市宝坻区新安镇大赵村的韭菜基地,专门打造了绿色韭菜品牌,同时还主推当地的“三辣”特色,即天鹰椒、六瓣红大蒜和宝坻大葱;在北京市平谷区马坊镇太平庄村的蔬菜定植基地,聚焦高品质红苕豆等蔬菜种植;在河北省保定市阜平县城南庄镇大岸底村的蜜薯种植基地,通过标准化生产将山地蜜薯推向全国餐桌;在河北省保定市顺平县蒲上镇辛庄村的蛋鸡基地,则凭借无抗鸽子蛋打开高端市场。

作为“盒马村”的运作核心,“以销定产”的订单农业模式能够通过大数据分析消费趋势,从而指导农户进行精准种植和养殖。平台可以根据用户喜好反馈,动态调整韭菜的种植周期和采收标准,确保全年稳定供应,同时也能为蛋鸡基地定制生产标准,推动鸽子蛋从传统商超渠道转向高频复购的精品生鲜渠道。以数据驱动生产链的重构,让农

把“新鲜”装进百姓菜篮子 资源共享助力供应链升级

日前,盒马鲜生正式进入天津市场并成立区域结算中心,首店位于天津大悦城,为天津乃至整个京津冀的生鲜市场增加了更丰富的选择。已经提前在天津布局线下门店的京东七鲜,则计划在天津新增20家仓店。不久前,美团的小象超市也在天津部分核心商圈发起了地推活动。随着京津冀数字化供应链协同不断升级,三地百姓能将更多的“新鲜”装进菜篮子。

记者 刘宇

线下门店加速落子

“进入天津市场是我们期待已久的事。将不同地方的饮食特色与天津本地的食材、饮食习惯融合,也是天津餐饮市场的特色之一。”对于进入天津市场,盒马鲜生区域负责人宏荣介绍说。

记者在店内注意到,天津首店里既有沙窝萝卜、渤海湾海鲜等本地特色食材,也有煎饼果子、椒盐皮皮虾等现场制作的本地美食。该店面积超过3000平方米,引入了7000余种全球及本地特色商品,为天津市民打造了“从产地到餐桌”的生鲜购物体验。

在距离盒马鲜生首店不远处的京东七鲜门店,同样是周围市民选购生鲜的热门场所。“之前在这买过几次荔枝,和我在广东出差时买到的一样,都很新鲜!”来采购食材的市民王女士告诉记者,虽然现在网购很方便,但对于水果、海鲜之类的商品,她还是习惯到现场挑选购买。

京津冀地区在经济、文化等方面联系紧密,市场具有较高的协同性,因此,京东七鲜8年前就将北京、天津、廊坊三地作为一个整体进行开店规划。今年,其在天津计划新增的20家仓店,也将配合天津已有的十余家门店,完成对市内六区、环城四区以及滨海新区的全覆盖。

品控升级实现“优质优价”

随着越来越多的生鲜平台在京津冀开启实体店面,三地的特色产品也以“东道主”的身份成为店面的主力产品。据宏荣介绍,盒马鲜生通过订单农业模式推动区域农业现代化转型,在京津冀地区同时挂牌了4个“盒马村”。

其中,该品牌在天津市宝坻区新安镇大赵村的韭菜基地,专门打造了绿色韭菜品牌,同时还主推当地的“三辣”特色,即天鹰椒、六瓣红大蒜和宝坻大葱;在北京市平谷区马坊镇太平庄村的蔬菜定植基地,聚焦高品质红苕豆等蔬菜种植;在河北省保定市阜平县城南庄镇大岸底村的蜜薯种植基地,通过标准化生产将山地蜜薯推向全国餐桌;在河北省保定市顺平县蒲上镇辛庄村的蛋鸡基地,则凭借无抗鸽子蛋打开高端市场。

作为“盒马村”的运作核心,“以销定产”的订单农业模式能够通过大数据分析消费趋势,从而指导农户进行精准种植和养殖。平台可以根据用户喜好反馈,动态调整韭菜的种植周期和采收标准,确保全年稳定供应,同时也能为蛋鸡基地定制生产标准,推动鸽子蛋从传统商超渠道转向高频复购的精品生鲜渠道。以数据驱动生产链的重构,让农

把“新鲜”装进百姓菜篮子 资源共享助力供应链升级

日前,盒马鲜生正式进入天津市场并成立区域结算中心,首店位于天津大悦城,为天津乃至整个京津冀的生鲜市场增加了更丰富的选择。已经提前在天津布局线下门店的京东七鲜,则计划在天津新增20家仓店。不久前,美团的小象超市也在天津部分核心商圈发起了地推活动。随着京津冀数字化供应链协同不断升级,三地百姓能将更多的“新鲜”装进菜篮子。

记者 刘宇

线下门店加速落子

“进入天津市场是我们期待已久的事。将不同地方的饮食特色与天津本地的食材、饮食习惯融合,也是天津餐饮市场的特色之一。”对于进入天津市场,盒马鲜生区域负责人宏荣介绍说。

记者在店内注意到,天津首店里既有沙窝萝卜、渤海湾海鲜等本地特色食材,也有煎饼果子、椒盐皮皮虾等现场制作的本地美食。该店面积超过3000平方米,引入了7000余种全球及本地特色商品,为天津市民打造了“从产地到餐桌”的生鲜购物体验。

在距离盒马鲜生首店不远处的京东七鲜门店,同样是周围市民选购生鲜的热门场所。“之前在这买过几次荔枝,和我在广东出差时买到的一样,都很新鲜!”来采购食材的市民王女士告诉记者,虽然现在网购很方便,但对于水果、海鲜之类的商品,她还是习惯到现场挑选购买。

京津冀地区在经济、文化等方面联系紧密,市场具有较高的协同性,因此,京东七鲜8年前就将北京、天津、廊坊三地作为一个整体进行开店规划。今年,其在天津计划新增的20家仓店,也将配合天津已有的十余家门店,完成对市内六区、环城四区以及滨海新区的全覆盖。

品控升级实现“优质优价”

随着越来越多的生鲜平台在京津冀开启实体店面,三地的特色产品也以“东道主”的身份成为店面的主力产品。据宏荣介绍,盒马鲜生通过订单农业模式推动区域农业现代化转型,在京津冀地区同时挂牌了4个“盒马村”。

其中,该品牌在天津市宝坻区新安镇大赵村的韭菜基地,专门打造了绿色韭菜品牌,同时还主推当地的“三辣”特色,即天鹰椒、六瓣红大蒜和宝坻大葱;在北京市平谷区马坊镇太平庄村的蔬菜定植基地,聚焦高品质红苕豆等蔬菜种植;在河北省保定市阜平县城南庄镇大岸底村的蜜薯种植基地,通过标准化生产将山地蜜薯推向全国餐桌;在河北省保定市顺平县蒲上镇辛庄村的蛋鸡基地,则凭借无抗鸽子蛋打开高端市场。

作为“盒马村”的运作核心,“以销定产”的订单农业模式能够通过大数据分析消费趋势,从而指导农户进行精准种植和养殖。平台可以根据用户喜好反馈,动态调整韭菜的种植周期和采收标准,确保全年稳定供应,同时也能为蛋鸡基地定制生产标准,推动鸽子蛋从传统商超渠道转向高频复购的精品生鲜渠道。以数据驱动生产链的重构,让农

把“新鲜”装进百姓菜篮子 资源共享助力供应链升级

日前,盒马鲜生正式进入天津市场并成立区域结算中心,首店位于天津大悦城,为天津乃至整个京津冀的生鲜市场增加了更丰富的选择。已经提前在天津布局线下门店的京东七鲜,则计划在天津新增20家仓店。不久前,美团的小象超市也在天津部分核心商圈发起了地推活动。随着京津冀数字化供应链协同不断升级,三地百姓能将更多的“新鲜”装进菜篮子。

记者 刘宇

线下门店加速落子

“进入天津市场是我们期待已久的事。将不同地方的饮食特色与天津本地的食材、饮食习惯融合,也是天津餐饮市场的特色之一。”对于进入天津市场,盒马鲜生区域负责人宏荣介绍说。

记者在店内注意到,天津首店里既有沙窝萝卜、渤海湾海鲜等本地特色食材,也有煎饼果子、椒盐皮皮虾等现场制作的本地美食。该店面积超过3000平方米,引入了7000余种全球及本地特色商品,为天津市民打造了“从产地到餐桌”的生鲜购物体验。

在距离盒马鲜生首店不远处的京东七鲜门店,同样是周围市民选购生鲜的热门场所。“之前在这买过几次荔枝,和我在广东出差时买到的一样,都很新鲜!”来采购食材的市民王女士告诉记者,虽然现在网购很方便,但对于水果、海鲜之类的商品,她还是习惯到现场挑选购买。

京津冀地区在经济、文化等方面联系紧密,市场具有较高的协同性,因此,京东七鲜8年前就将北京、天津、廊坊三地作为一个整体进行开店规划。今年,其在天津计划新增的20家仓店,也将配合天津已有的十余家门店,完成对市内六区、环城四区以及滨海新区的全覆盖。

品控升级实现“优质优价”

随着越来越多的生鲜平台在京津冀开启实体店面,三地的特色产品也以“东道主”的身份成为店面的主力产品。据宏荣介绍,盒马鲜生通过订单农业模式推动区域农业现代化转型,在京津冀地区同时挂牌了4个“盒马村”。

其中,该品牌在天津市宝坻区新安镇大赵村的韭菜基地,专门打造了绿色韭菜品牌,同时还主推当地的“三辣”特色,即天鹰椒、六瓣红大蒜和宝坻大葱;在北京市平谷区马坊镇太平庄村的蔬菜定植基地,聚焦高品质红苕豆等蔬菜种植;在河北省保定市阜平县城南庄镇大岸底村的蜜薯种植基地,通过标准化生产将山地蜜薯推向全国餐桌;在河北省保定市顺平县蒲上镇辛庄村的蛋鸡基地,则凭借无抗鸽子蛋打开高端市场。

作为“盒马村”的运作核心,“以销定产”的订单农业模式能够通过大数据分析消费趋势,从而指导农户进行精准种植和养殖。平台可以根据用户喜好反馈,动态调整韭菜的种植周期和采收标准,确保全年稳定供应,同时也能为蛋鸡基地定制生产标准,推动鸽子蛋从传统商超渠道转向高频复购的精品生鲜渠道。以数据驱动生产链的重构,让农

把“新鲜”装进百姓菜篮子 资源共享助力供应链升级

日前,盒马鲜生正式进入天津市场并成立区域结算中心,首店位于天津大悦城,为天津乃至整个京津冀的生鲜市场增加了更丰富的选择。已经提前在天津布局线下门店的京东七鲜,则计划在天津新增20家仓店。不久前,美团的小象超市也在天津部分核心商圈发起了地推活动。随着京津冀数字化供应链协同不断升级,三地百姓能将更多的“新鲜”装进菜篮子。

记者 刘宇

线下门店加速落子

“进入天津市场是我们期待已久的事。将不同地方的饮食特色与天津本地的食材、饮食习惯融合,也是天津餐饮市场的特色之一。”对于进入天津市场,盒马鲜生区域负责人宏荣介绍说。

记者在店内注意到,天津首店里既有沙窝萝卜、渤海湾海鲜等本地特色食材,也有煎饼果子、椒盐皮皮虾等现场制作的本地美食。该店面积超过3000平方米,引入了7000余种全球及本地特色商品,为天津市民打造了“从产地到餐桌”的生鲜购物体验。

在距离盒马鲜生首店不远处的京东七鲜门店,同样是周围市民选购生鲜的热门场所。“之前在这买过几次荔枝,和我在广东出差时买到的一样,都很新鲜!”来采购食材的市民王女士告诉记者,虽然现在网购很方便,但对于水果、海鲜之类的商品,她还是习惯到现场挑选购买。

京津冀地区在经济、文化等方面联系紧密,市场具有较高的协同性,因此,京东七鲜8年前就将北京、天津、廊坊三地作为一个整体进行开店规划。今年,其在天津计划新增的20家仓店,也将配合天津已有的十余家门店,完成对市内六区、环城四区以及滨海新区的全覆盖。

品控升级实现“优质优价”

随着越来越多的生鲜平台在京津冀开启实体店面,三地的特色产品也以“东道主”的身份成为店面的主力产品。据宏荣介绍,盒马鲜生通过订单农业模式推动区域农业现代化转型,在京津冀地区同时挂牌了4个“盒马村”。

其中,该品牌在天津市宝坻区新安镇大赵村的韭菜基地,专门打造了绿色韭菜品牌,同时还主推当地的“三辣”特色,即天鹰椒、六瓣红大蒜和宝坻大葱;在北京市平谷区马坊镇太平庄村的蔬菜定植基地,聚焦高品质红苕豆等蔬菜种植;在河北省保定市阜平县城南庄镇大岸底村的蜜薯种植基地,通过标准化生产将山地蜜薯推向全国餐桌;在河北省保定市顺平县蒲上镇辛庄村的蛋鸡基地,则凭借无抗鸽子蛋打开高端市场。

作为“盒马村”的运作核心,“以销定产”的订单农业模式能够通过大数据分析消费趋势,从而指导农户进行精准种植和养殖。平台可以根据用户喜好反馈,动态调整韭菜的种植周期和采收标准,确保全年稳定供应,同时也能为蛋鸡基地定制生产标准,推动鸽子蛋从传统商超渠道转向高频复购的精品生鲜渠道。以数据驱动生产链的重构,让农

把“新鲜”装进百姓菜篮子 资源共享助力供应链升级

日前,盒马鲜生正式进入天津市场并成立区域结算中心,首店位于天津大悦城,为天津乃至整个京津冀的生鲜市场增加了更丰富的选择。已经提前在天津布局线下门店的京东七鲜,则计划在天津新增20家仓店。不久前,美团的小象超市也在天津部分核心商圈发起了地推活动。随着京津冀数字化供应链协同不断升级,三地百姓能将更多的“新鲜”装进菜篮子。

记者 刘宇

线下门店加速落子

“进入天津市场是我们期待已久的事。将不同地方的饮食特色与天津本地的食材、饮食习惯融合,也是天津餐饮市场的特色之一。”对于进入天津市场,盒马鲜生区域负责人宏荣介绍说。

记者在店内注意到,天津首店里既有沙窝萝卜、渤海湾海鲜等本地特色食材,也有煎饼果子、椒盐皮皮虾等现场制作的本地美食。该店面积超过3000平方米,引入了7000余种全球及本地特色商品,为天津市民打造了“从产地到餐桌”的生鲜购物体验。

在距离盒马鲜生首店不远处的京东七鲜门店,同样是周围市民选购生鲜的热门场所。“之前在这买过几次荔枝,和我在广东出差时买到的一样,都很新鲜!”来采购食材的市民王女士告诉记者,虽然现在网购很方便,但对于水果、海鲜之类的商品,她还是习惯到现场挑选购买。

京津冀地区在经济、文化等方面联系紧密,市场具有较高的协同性,因此,京东七鲜8年前就将北京、天津、廊坊三地作为一个整体进行开店规划。今年,其在天津计划新增的20家仓店,也将配合天津已有的十余家门店,完成对市内六区、环城四区以及滨海新区的全覆盖。

品控升级实现“优质优价”

随着越来越多的生鲜平台在京津冀开启实体店面,三地的特色产品也以“东道主”的身份成为店面的主力产品。据宏荣介绍,盒马鲜生通过订单农业模式推动区域农业现代化转型,在京津冀地区同时挂牌了4个“盒马村”。

其中,该品牌在天津市宝坻区新安镇大赵村的韭菜基地,专门打造了绿色韭菜品牌,同时还主推当地的“三辣”特色,即天鹰椒、六瓣红大蒜和宝坻大葱;在北京市平谷区马坊镇太平庄村的蔬菜定植基地,聚焦高品质红苕豆等蔬菜种植;在河北省保定市阜平县城南庄镇大岸底村的蜜薯种植基地,通过标准化生产将山地蜜薯推向全国餐桌;在河北省保定市顺平县蒲上镇辛庄村的蛋鸡基地,则凭借无抗鸽子蛋打开高端市场。

作为“盒马村”的运作核心,“以销定产”的订单农业模式能够通过大数据分析消费趋势,从而指导农户进行精准种植和养殖。平台可以根据用户喜好反馈,动态调整韭菜的种植周期和采收标准,确保全年稳定供应,同时也能为蛋鸡基地定制生产标准,推动鸽子蛋从传统商超渠道转向高频复购的精品生鲜渠道。以数据驱动生产链的重构,让农

把“新鲜”装进百姓菜篮子 资源共享助力供应链升级

日前,盒马鲜生正式进入天津市场并成立区域结算中心,首店位于天津大悦城,为天津乃至整个京津冀的生鲜市场增加了更丰富的选择。已经提前在天津布局线下门店的京东七鲜,则计划在天津新增20家仓店。不久前,美团的小象超市也在天津部分核心商圈发起了地推活动。随着京津冀数字化供应链协同不断升级,三地百姓能将更多的“新鲜”装进菜篮子。

记者 刘宇

线下门店加速落子

“进入天津市场是我们期待已久的事。将不同地方的饮食特色与天津本地的食材、饮食习惯融合,也是天津餐饮市场的特色之一。”对于进入天津市场,盒马鲜生区域负责人宏荣介绍说。

记者在店内注意到,天津首店里既有沙窝萝卜、渤海湾海鲜等本地特色食材,也有煎饼果子、椒盐皮皮虾等现场制作的本地美食。该店面积超过3000平方米,引入了7000余种全球及本地特色商品,为天津市民打造了“从产地到餐桌”的生鲜购物体验。

在距离盒马鲜生首店不远处的京东七鲜门店,同样是周围市民选购生鲜的热门场所。“之前在这买过几次荔枝,和我在广东出差时买到的一样,都很新鲜!”来采购食材的市民王女士告诉记者,虽然现在网购很方便,但对于水果、海鲜之类的商品,她还是习惯到现场挑选购买。

京津冀地区在经济、文化等方面联系紧密,市场具有较高的协同性,因此,京东七鲜8年前就将北京、天津、廊坊三地作为一个整体进行开店规划。今年,其在天津计划新增的20家仓店,也将配合天津已有的十余家门店,完成对市内六区、环城四区以及滨海新区的全覆盖。

品控升级实现“优质优价”

随着越来越多的生鲜平台在京津冀开启实体店面,三地的特色产品也以“东道主”的身份成为店面的主力产品。据宏荣介绍,盒马鲜生通过订单农业模式推动区域农业现代化转型,在京津冀地区同时挂牌了4个“盒马村”。

其中,该品牌在天津市宝坻区新安镇大赵村的韭菜基地,专门打造了绿色韭菜品牌,同时还主推当地的“三辣”特色,即天鹰椒、六瓣红大蒜和宝坻大葱;在北京市平谷区马坊镇太平庄村的蔬菜定植基地,聚焦高品质红苕豆等蔬菜种植;在河北省保定市阜平县城南庄镇大岸底村的蜜薯种植基地,通过标准化生产将山地蜜薯推向全国餐桌;在河北省保定市顺平县蒲上镇辛庄村的蛋鸡基地,则凭借无抗鸽子蛋打开高端市场。

作为“盒马村”的运作核心,“以销定产”的订单农业模式能够通过大数据分析消费趋势,从而指导农户进行精准种植和养殖。平台可以根据用户喜好反馈,动态调整韭菜的种植周期和采收标准,确保全年稳定供应,同时也能为蛋鸡基地定制生产标准,推动鸽子蛋从传统商超渠道转向高频复购的精品生鲜渠道。以数据驱动生产链的重构,让农

把“新鲜”装进百姓菜篮子 资源共享助力供应链升级

日前,盒马鲜生正式进入天津市场并成立区域结算中心,首店位于天津大悦城,为天津乃至整个京津冀的生鲜市场增加了更丰富的选择。已经提前在天津布局线下门店的京东七鲜,则计划在天津新增20家仓店。不久前,美团的小象超市也在天津部分核心商圈发起了地推活动。随着京津冀数字化供应链协同不断升级,三地百姓能将更多的“新鲜”装进菜篮子。

记者 刘宇

线下门店加速落子

“进入天津市场是我们期待已久的事。将不同地方的饮食特色与天津本地的食材、饮食习惯融合,也是天津餐饮市场的特色之一。”对于进入天津市场,盒马鲜生区域负责人宏荣介绍说。

记者在店内注意到,天津首店里既有沙窝萝卜、渤海湾海鲜等本地特色食材,也有煎饼果子、椒盐皮皮虾等现场制作的本地美食。该店面积超过3000平方米,引入了7000余种全球及本地特色商品,为天津市民打造了“从产地到餐桌”的生鲜购物体验。

在距离盒马鲜生首店不远处的京东七鲜门店,同样是周围市民选购生鲜的热门场所。“之前在这买过几次荔枝,和我在广东出差时买到的一样,都很新鲜!”来采购食材的市民王女士告诉记者,虽然现在网购很方便,但对于水果、海鲜之类的商品,她还是习惯到现场挑选购买。

京津冀地区在经济、文化等方面联系紧密,市场具有较高的协同性,因此,京东七鲜8年前就将北京、天津、廊坊三地作为一个整体进行开店规划。今年,其在天津计划新增的20家仓店,也将配合天津已有的十余家门店,完成对市内六区、环城四区以及滨海新区的全覆盖。

品控升级实现“优质优价”

随着越来越多的生鲜平台在京津冀开启实体店面,三地的特色产品也以“东道主”的身份成为店面的主力产品。据宏荣介绍,盒马鲜生通过订单农业模式推动区域农业现代化转型,在京津冀地区同时挂牌了4个“盒马村”。

其中,该品牌在天津市宝坻区新安镇大赵村的韭菜基地,专门打造了绿色韭菜品牌,同时还主推当地的“三辣”特色,即天鹰椒、六瓣红大蒜和宝坻大葱;在北京市平谷区马坊镇太平庄村的蔬菜定植基地,聚焦高品质红苕豆等蔬菜种植;在河北省保定市阜平县城南庄镇大岸底村的蜜薯种植基地,通过标准化生产将山地蜜薯推向全国餐桌;在河北省保定市顺平县蒲上镇辛庄村的蛋鸡基地,则凭借无抗鸽子蛋打开高端市场。

作为“盒马村”的运作核心,“以销定产”的订单农业模式能够通过大数据分析消费趋势,从而指导农户进行精准种植和养殖。平台可以根据用户喜好反馈,动态调整韭菜的种植周期和采收标准,确保全年稳定供应,同时也能为蛋鸡基地定制生产标准,推动鸽子蛋从传统商超渠道转向高频复购的精品生鲜渠道。以数据驱动生产链的重构,让农

把“新鲜”装进百姓菜篮子 资源共享助力供应链升级

日前,盒马鲜生正式进入天津市场并成立区域结算中心,首店位于天津大悦城,为天津乃至整个京津冀的生鲜市场增加了更丰富的选择。已经提前在天津布局线下门店的京东七鲜,则计划在天津新增20家仓店。不久前,美团的小象超市也在天津部分核心商圈发起了地推活动。随着京津冀数字化供应链协同不断升级,三地百姓能将更多的“新鲜”装进菜篮子。

记者 刘宇

线下门店加速落子

“进入天津市场是我们期待已久的事。将不同地方的饮食特色与天津本地的食材、饮食习惯融合,也是天津餐饮市场的特色之一。”对于进入天津市场,盒马鲜生区域负责人宏荣介绍说。

记者在店内注意到,天津首店里既有沙窝萝卜、渤海湾海鲜等本地特色食材,也有煎饼果子、椒盐皮皮虾等现场制作的本地美食。该店面积超过3000平方米,引入了7000余种全球及本地特色商品,为天津市民打造了“从产地到餐桌”的生鲜购物体验。

在距离盒马鲜生首店不远处的京东七鲜门店,同样是周围市民选购生鲜的热门场所。“之前在这买过几次荔枝,和我在广东出差时买到的一样,都很新鲜!”来采购食材的市民王女士告诉记者,虽然现在网购很方便,但对于水果、海鲜之类的商品,她还是习惯到现场挑选购买。

京津冀地区在经济、文化等方面联系紧密,市场具有较高的协同性,因此,京东七鲜8年前就将北京、天津、廊坊三地作为一个整体进行开店规划。今年,其在天津计划新增的20家仓店,也将配合天津已有的十余家门店,完成对市内六区、环城四区以及滨海新区的全覆盖。

品控升级实现“优质优价”

随着越来越多的生鲜平台在京津冀开启实体店面,三地的特色产品也以“东道主”的身份成为店面的主力产品。据宏荣介绍,盒马鲜生通过订单农业模式推动区域农业现代化转型,在京津冀地区同时挂牌了4个“盒马村”。

其中,该品牌在天津市宝坻区新安镇大赵村的韭菜基地,专门打造了绿色韭菜品牌,同时还主推当地的“三辣”特色,即天鹰椒、六瓣红大蒜和宝坻大葱;在北京市平谷区马坊镇太平庄村的蔬菜定植基地,聚焦高品质红苕豆等蔬菜种植;在河北省保定市阜平县城南庄镇大岸底村的蜜薯种植基地,通过标准化生产将山地蜜薯推向全国餐桌;在河北省保定市顺平县蒲上镇辛庄村的蛋鸡基地,则凭借无抗鸽子蛋打开高端市场。

作为“盒马村”的运作核心,“以销定产”的订单农业模式能够通过大数据分析消费趋势,从而指导农户进行精准种植和养殖。平台可以根据用户喜好反馈,动态调整韭菜的种植周期和采收标准,确保全年稳定供应,同时也能为蛋鸡基地定制生产标准,推动鸽子蛋从传统商超渠道转向高频复购的精品生鲜渠道。以数据驱动生产链的重构,让农

把“新鲜”装进百姓菜篮子 资源共享助力供应链升级

日前,盒马鲜生正式进入天津市场并成立