



春节前夕江桥市场日均供应量3700吨,“老资历”金师傅有本账

心里有数,餐桌上新鲜菜不断档

新春走基层

本报记者 束涵

供应的深刻变迁。曾经只在特定时节才能尝到的时令美味,如今通过技术升级与产区拓展,已成为餐桌上的四季“常客”。对于蚕豆,金燕华如数家珍,闭眼就能勾勒出一张全国“蚕豆地图”:前一年10月云南楚雄的蚕豆率先上市,11月临沂、普洱接棒,到了农历腊月福建莆田的蚕豆赶来,清明后接力棒交到浙江手中;待到七八月,当大家以为蚕豆季落幕时,青海、甘肃高原上的蚕豆又会“逆势回归”。“以前只能在清明前后吃两个月,现在跟着纬度吃菜,市场里一年四季都有蚕豆。”

为保证节日供应,上蔬集团的团队提前问产量、摸行情:福建豆子长势如何,云南客户何时发货,车位不够用……“心里有数,才能让市民碗里的新鲜菜不断档。”

市场数据显示,目前各类蔬菜供应充足、价格平稳,日均供应量稳定

在3700吨左右。蚕豆、冬笋、番茄、云南叶菜等热门品种数量充足,能够满足春节期间的消费需求。

平时,市场里驻守着400多户批发商,加上季节性赶来的“候鸟”客户,流通网络繁忙。金师傅和同事们的核心任务,就是让这一切高效运转。“就像餐厅翻台一样,忙起来的时候,前一车刚售空,后一车立即补进来。”

去年,蔬菜部专门成立了客服中心,用专项队伍对接客户需求。金师傅负责的微信群里,每天实时更新鲜蔬菜上货车。采购商来自超市供应商、电商平台、餐饮店采购团队,日均进出货车达到1800多辆。

临近除夕,市场客流量有所减少,但供应一天不能停。有的老板回家过年,工人留守发货;短驳车工人分批请假,装卸服务必须跟上。金师傅的班组也一样,没有完整的假期,只有轮班值守。

在市场交易区,经营户张玉军麻利地指挥工人搬运一箱箱“千礼红番”。这个他在福建发掘的新品,口感沙甜、适合生吃,如今已占据他三分之一的销量。“现在大家不爱要大红番了,都在追求小时候的纯粹味道。”老张准备回老家过年,春节备货已经就绪,客户直接联系市场留守小工就能安排提货。

“地里的农产品不过节,不等人,总是要卖掉。市民也有消费的需求。我们这里没什么节假日的概念。”金师傅笑着说。虽然家就在嘉定,但工作18年,他和同事早已习惯了在岗位上过春节。

这座城市年夜饭里的那一口鲜,或许就有从他们眼前经过的一棵菜、一颗豆。

步步高 用一口甜蜜犒赏自己

上海年味·漫笔

本报记者 吴越

最近午休,我都会到单位50米开外的陝西北路、威海路路口张望一番,观摩美新点心店排队的阵仗。每一次,都会被“长龙”劝退。

以米为食、以糕为点,的确是符合上海人口味的饮食习惯。特别是过年期间,大家不仅要吃到好味道,也想图个好彩头,“糕”与“高”同音,寓意好运连连步步高,喜庆。

临近春节,糕卖得如何?老味道是否引来了新客人?“与糕同行”,有什么有趣的故事?带着好奇,我与几位沪上做糕人聊了聊。

“一到腊月,电话就没停过!平常是凌晨4点起来做当天的糕,最近预订的人多,前一天半夜里就要备好米和配料了。”宝山区罗泾镇海星村的沈惠锦阿姨,近来工作强度颇高。

作为宝山区非遗,罗泾四喜糕取“福禄寿喜”四喜之意,以本地优质糯米、糯米配比,经浸泡、磨粉、筛料、入模、蒸制而成,口感松软绵密、甜香不腻,是沪北乡间过年走亲戚、贺喜的热门年货。上世纪90年代初,村里的农户发现自家的糕“有销路”,便在农忙之余做起糕来。

沈阿姨的女儿沈彩霞说,自己是闻着糕香长大的。小时候和哥哥起床后找妈妈,如果叫唤几声没有应答,那她准是在厨房里忙碌。等到晨光熹微,妈妈和大姨已经整装待发了。“她俩会兵分两路,到不同的地方去,比谁先卖完回到家。”

长大后,沈彩霞才知道,那些年妈妈有多“强悍”。沈阿姨在毗邻杨浦的淞南镇开辟了“根据地”,一去一回50公里路,全靠一辆自行车。

随着时间的流逝,沈阿姨步入了做糕的第36个年头,家人劝她留守家中做大厨,别亲自出去卖。但沈惠锦说,自己放心不下老顾客。这几天,用不着老顾客打电话催,她也会主动现身,边卖糕,边等待那些熟悉的面孔,一道拉拉家常,互送新年祝福。当然,她的交通

工具已换成电动车,每次带的糕也不会太重,量力而行。

步步高,年年好。谁说蒸糕的甜只是因为白糖和豆沙,分明还有制作者的心意与祝愿。

“《年会不能停2》提档上映。”别误会,这不是电影宣发信息,而是阿芳糕团负责人蒋梦娟1月下旬发的条打趣的朋友圈。春节前三四周,她和小伙伴已经为企业的年会订单奔忙起来。

和动辄两三斤一块的传统蒸糕不同,阿芳糕团的产品更为精巧精致,每块糕只有掌心大小,成年人两口能吃完,孩子吃起来也不费劲。豆沙、枣泥、芋泥、芝麻、桂花、绿豆薄荷等口味也比较新颖,制作时需格外注意控油控糖。

如果说口味是立身之本,那么作为加分项的造型,则是其“爆点”的关键。红色的小马、粉色的福袋、金黄色的元宝、紫色的葫芦,配上印有各种吉利话的普通款小方糕装入礼盒,一下便戳中了企业年会负责人的“萌点”。

平心而论,年会这样的场合,向来不缺喜庆的食物。但若采购的是“大路货”,往往只能起到烘托气氛的作用,食之无味、弃之可惜。眼下,越来越多的企业开始找尖货,“别苗头”,给员工一份称心的食品礼,让大家带着希望与祝福迈入新一年的拼搏。

蒋梦娟表示,市区写字楼里的白领是长期主力客群,除了对甜度、口味有要求,也很看重造型包装是否能美美地晒出去,提供情绪价值。“企业年会客户更是如此,因此我们提前一个多月就准备好了各种模具,设计好古典风和现代风两款礼盒,尽可能地满足大家的差异化需求。”

大多数人眼中的年味,往往伴随着跳出日常的清闲与松弛感。但总有那么一群人,他们感受到的年味,是生产线的火力全开,是订单单满交付带来的满足感。上海郊区的工厂里,弥漫着这股氛围。

几天前,记者好不容易在宝山杨行镇的悦采芳食品科技工厂里,“蹲”到了总经理盛华。见面没说上几句话,她就和助理交代起出货的事宜。采访当天下午,她又要飞去外地出差。悦采芳主营烘焙糕点,端午、中秋、春节这些阖家团圆的日子,总是企业最繁忙的节点。

带着一份仪式感 把豫园年味留下

下午3点后,上海豫园妆造·百合旅拍的化妆换装室进入一天中最忙的时候:5位帮忙换装的工作人员从成排的衣架上取下成套的古风服装,帮游客搭配穿戴;10多位化妆师在化妆镜前齐齐开工。豫园灯会傍晚亮灯后,游客将跟摄影师打卡、拍照,开启一场美轮美奂的沉浸式体验。

“春节档的生意非常火爆!”在豫园妆造·百合旅拍,店长江雪告诉记者,自从1月26日豫园灯会亮灯以来,参与汉服体验拍照的中外游客暴增,店内每天至少要接待六七十组游客。

江雪还观察到,很多游客将在春节档期带着家人在豫园妆造拍摄,当作一件很有仪式感的。在妆造拍摄中,家人之间的情感进一步升温。门店最近接待过的阵容最强大的家庭团,是来自印度尼西亚的11口之家。“现场非常热闹,我们一半的化妆师都投入进去,还派出了三位摄影师带领他们在豫园分组拍摄。最终,这家人都觉得挺满意的。”

本报记者 唐焯 海沙尔 摄影报道



全年1100万人次到访西岸梦中心 运营团队达成“开业即成爆款” 滨水商业“天花板”如何炼成

“十五五”开新局当尖兵

本报记者 舒抒

新春佳节,上海距离黄浦江最近的滨水商业体“Gate M 西岸梦中心”将于2月20日至23日举办新春非遗市集,邀请市民游客在“逛、吃、玩、购”间感受传统文化的生命力。

2024年9月,西岸梦中心开业。2025年,全年到访这里的客流超过1100万人次。这个基于“上海西岸”十余座城市IP积淀的水岸商业项目,运营团队道出了“开业即成爆款”,且热度持续攀升的缘由:始终保持敏锐的商业嗅觉,用真诚的心充实文化内涵,以“徐汇滨江一盘棋”的视野实践全域共治……一个商业项目的成功,从来都不只是“商业”一家的事。

四季经济打破“魔咒”

西岸梦中心开业一年就打破了户外商业“看天吃饭”的魔咒,打出了“四季经济”的消费品牌:春季,爵士春天音乐节、野兽派花艺装置激活了滨江漫步体验;夏季,水岸音乐节、水岸电影节将夜间消费与文化体验叠加放大;秋季,FISE极限运动赛事与西岸艺术博览会形成跨圈层吸引力;冬季,“奇幻水岸嘉年华”与大型户外冰场丰富了亲子与家庭客群的消费场景。

“不是在办活动,就是新活动马上就要来了。”一支国企和民企新组成的运营团队,如何在招商引资、精耕细作区域管理的同时,完成如此密集的活动安排?西岸梦中心项目总经理陈俭坦言,用专业的运营策略在不确定中挖掘到确定性,是梦中心团队给自己设定的目标。

2025年,欧莱雅集团带领兰蔻等旗下知名品牌在西岸梦中心举办了数十场大大小小的活动,并将兰蔻的线下体验空间入驻梦中心北区,成为显示度颇高的主力店之一。

“兰蔻效应”还在持续。不久前,知名歌手蕾哈娜创办的彩妆品牌Fenty Beauty与西岸梦中心对接,希望找寻不同于传统美妆零售空间的场景。梦中心团队很快为品牌锁定了位于项目南北两区交界处的“BLOOMARKET”,这里也是上海首个开放式的水岸市集。“看得到黄浦江”的市集空间,吸引品牌欣然将快闪活动落地在此。



西岸梦中心冬季活动。

受访者供图

服务本土初创品牌,梦中心团队也有一套完善的逻辑。成立刚满3年的上海本土香氛洗护品牌EarthGlow,将首店开在西岸梦中心北区一楼。开业一年多来,品牌客单价保持在400元至500元,并有持续上涨的态势。门店负责人介绍,从装修备案到开业时的货品陈列,再到后续的销售表现,梦中心都提供了“管家式”服务。

“不论品牌大小,对于每一家人入驻的商户,我们都会参与经营方向的规划,使其在梦中心的门店呈现出有别于在其他项目的特色。”陈俭说。

长期主义的取与舍

梦中心地块在十余年前仍是一片以水泥厂、火车站、仓储码头为主的传统工业岸线。上海世博会后,徐汇滨江确定了“规划引领、文化先导、生态优先、科创主导”的发展路径,今日已成为引导西岸每一个文商旅体展项目开发的“长期主义坚持”。

在西岸梦中心的开发与运营中,长期主义体现在“取”与“舍”之间。“剧院广场”诞生之初就包含“舍”的过程。广场用地原本规划改造一栋建筑,为了腾出更多公共空间,旧建筑被拆除,其间要克服各种工程难题。虽然看似投入更大、难度更高,但如今这片开阔的空间已成为各类展演、庆典及跨年活动的核心场域。

“舍”的风雅还传导至入驻梦中心的品牌。知名潮牌BAPE就在梦中心店预留了画廊空间举办活动。梦工厂所在楼栋则预留了2000平方米策展空间,去年迎来了轰动一时的乐

高“世界玩乐节”上海站活动。

“在文化、体育等IP的选择上,梦中心以及整个西岸也基于‘长期主义’布局。”上海西岸开发(集团)有限公司副总经理陈安达表示,西岸艺博会、FISE极限运动世界巡回赛等活动,在引进时都基于十年以上的周期来规划。今年,上述活动将分别于11月中旬和10月中旬再度登陆西岸。

共治共建区域一盘棋

西岸梦中心的运营团队来自区属国企与经营商业地产的民企,其中,年轻力量的占比超六成,“90后”是团队的中坚力量。

党员占比超30%的西岸商管团队,起到了商业载体与区域治理之间承上启下的作用。依托西岸滨江区管委会的协调机制,与区商务委、文旅局、绿容局、体育局、市场监管局、城管以及属地街道建立了常态化联动机制。华之门团队则积极发挥商业运营的专长,将西岸梦中心打造为融合商业、文化与社会价值的城市公共空间。

西岸梦中心的大客流管理与疏导能力也不断升级迭代。交通组织上,西岸滨江区管委会协同交警部门制定“南进北出”的临时车行动线,加强共享单车与非机动车的秩序管理;停车方面,联动传媒港车库导流分担压力;客流疏导方面,在梦中心、穹顶艺术中心、FISEHOOD等核心场地新增双向导视标识,强化地铁至滨水空间的指引体系;通信保障方面,协调运营商增设临时基站,建立分时客流监测,为夜间运营提供大数据支撑,多维度缓解了拥堵风险。

神骏贺岁 福运相随

中国农业银行 信用卡

白金卡 Platinum

银联 UnionPay

马年生肖信用卡

新春好礼: 2026年1月1日-3月31日,成功办理农业银行信用卡的新客,2026年4月29日前激活且成功绑定任意一个指定渠道(微信、支付宝、拼多多、美团、京东、抖音)后有机会以1分钱领取50元券包(含5张10元刷卡金券),每位客户限领1次,数量有限,先到先得。

天天返现: 2026年1月1日-3月31日,每月报名天天返现活动,微信、支付宝等线上绑卡消费单笔满18元享随机返现,每天限返一次,助力精致生活!报名名额有限。

积分抵现: 信用卡1000积分抵扣1元,在美团、美团外卖、大众点评APP开通积分抵现功能,选择已绑定的农行信用卡支付,最高抵扣订单金额的10%,单笔最高抵扣50元。

用卡贴心: 自选账单日,还款更方便。

年费优惠: 首年免年费,主卡年费580元/年,附卡300元/年,消费满10次免次年年费,主附卡分别计次。

酒店贵宾礼遇: 持卡客户可享受星级酒店免费房型升级、双人早餐、延迟退房、贵宾欢迎礼。

*上述产品介绍、活动详情及细则详见农行官网。

*新客户定义: 当年首次申请农业银行个人信用卡(含上一年12月31日前整户注销的持卡人)并成功核发建账的主卡客户。

*积分抵现规则查看路径: 农行官网-持卡服务-积分抵现。

*酒店贵宾礼遇由中国银联提供,具体优惠时间、优惠名额详情可在微信公众号“中国银联95516”-银联卡礼遇进行查询。