



菜市场不仅是社交场景的重要承载地，也是保障民生的重要存在。

最近，一篇名为《互联网巨头正在夺走卖菜商贩的生计》的文章在网上广泛传播。作者在文中详细描述了自己体验“社区团购”商业模式的经历，对于互联网巨头疯狂补贴、与普通卖菜商贩争利的行为表示不满。

今年以来，受疫情影响，巨头瞄上了正处在风口上的“互联网买菜”。这一新兴模式，大大节省了消费者的时间，方便了我们的生活。不过，它也引发了网友对菜市场小商贩们的担忧。

“网上买菜”会挤垮菜市场吗？相比于线上选菜，菜市场有哪些优势？平台补贴为什么不是长久之计？菜市场的存在对一个城市意味着什么？

### 平台“烧钱”补贴用户“羊毛”能薅多久

足不出户，送菜上门、下载App送现金补贴，免费送菜……数十亿元甚至上百亿元的现金砸向消费者，把消费者砸得晕头转向，把小菜贩砸得云里雾里。可这样的套路能持续多久呢？

可以说，“烧钱”补贴用户是互联网巨头进入新兴市场的主要手段之一，通过超大补贴力度迅速吸引大量消费者，进而在行业内实现垄断。无论是之前的网约车、共享单车和充电宝，还是如今的生鲜配送、社区电商，其实都是如此。

早年间，网络外卖平台饿了么和美团，为了培育、抢占市场，一边一单单补贴展开竞争，一边一轮轮融资烧钱。这种情况上演最激烈的时候，曾有用户一顿大餐只花了几块钱。战况之惨烈，让当年融资超过10亿美元的饿了么和融资超过20亿美元的美团都苦不堪言。2015年底，两大外卖平台格局基本已定后，筋疲力尽的双方才逐渐减少补贴。

互联网巨头纷纷入局，未来网络生鲜市场格局趋于稳定之后，消费者还能薅多久的“羊毛”？互联网行业天生就具有垄断性，巨头们在培育了市场、分割了市场之后，当前消费者所享受的这些补贴可能将不复存在。

所以说，“烧钱”培养、抢占市场，只是一时之计，而非长久之策。对消费者而言，在没有“羊毛”可薅后，用什么方式和渠道买菜，也会逐渐恢复多样化。

### 菜市场的优势互联网做得到吗

出门去菜市场现场挑，还是在互联网平台上动动手指选？今年受疫情影响，似乎越来越多的人在考虑后者。难道，未来菜市场的生存空间将会被不可逆转地挤占吗？

事情没有那么简单。菜市场的独特魅力，互联网是“复刻”不来的。

从体验上来讲，与在小商贩处买菜相比，“云买菜”具有极大的不确定性，无法带来“可触可感”的体验。

对比一下感受会更直观。比如在互联网公司早已攻城略地的出行服务领域，无论传统打的还是互联网叫车，用户关心更多的还是能否“到达目的地”，而对路上的行程不那么在意。

可去菜市场买菜，图的就是能亲自调动各种感官来比对，最终挑选出新鲜完整食材的这一过程，图的是一份确定和安心。但是，平台下单的消费者无法直观感受食材的品质，这无疑是一种缺憾。

另外，两者在交易逻辑上的差异，也彰显了菜市场的不可替代性。我们可能会遇上这样的场景，在

网上买了一个生鲜产品，到手后发现有问题，对方不太会愿意上门换货，因为来拿一趟的成本比产品本身的价格高得多。最后商家往往会退款。但我们想要的是产品，拿着退款有什么用呢？再说，中间折损的时间成本又怎么衡量？

另一方面，作为一种新兴技术，互联网的确起到了信息中介的作用，把相隔万里的需求和供给瞬间撮合在了一起。但同时，这也使得互联网巨头构筑起了一个强势的供应商。消费者在它的面前，议价能力将大大降低。

这时，菜市场的优势就体现出来了。根本上讲，菜市场比平台更依赖社区、回头客等构成的熟人社会。在一个熟人社会中，消费者能够更从容地和菜市场商贩“讨价还价”，商贩也能准确了解消费者的意愿并作出调整。这能构建起互联网无法带来的良性互动。

### 菜市场对城市来说到底意味着什么

法国历史学家费尔南·布罗代尔曾经说过：没有市场就没有城市。可见，在人类的发展进程中，市场起到了十分关键的作用。

放到今天，我们已经不能再用的眼光来看菜市场这一公共区域了。我们到菜市场，也不再是满足购物需求这么简单了。

和家人遛弯儿买菜、与熟悉的商贩聊天和讨价还价、菜场和小摊的人情味和烟火气、通过商贩累积起的多年的邻里情……对于这个笼罩着“技术至上”氛围的社会来说，即便是一二线城市，也有大批菜市场的簇拥者独立于互联网的浪潮之外。

江苏省社科院社会政策所副研究员何雨认为，实体菜市场独有的场景和空间，可以带来更多生活气息——消费者能够挑选新鲜的蔬菜水果、和热情的摊贩交流、与附近的邻里攀谈，甚至是享受讨价还价带来的快感。

菜市场不仅是社交场景的重要承载地，也是保障民生的重要存在。对于消费者来说，它只是我们购物的一个选择，但对菜市场的一些商贩来说，这是他们赖以生存的“港湾”。

近几年，不少地区的政府也都在出台相关规定，为菜市场改造升级提供补助。2017年起，北京发改委计划连续3年每年出资两亿元，补助商业便民服务设施建设，其中菜市场是补助的重点。这两年，广州也在实施菜市场升级改造工程。

诚然，互联网嵌入日常生活的大趋势是不可阻挡的。如何让互联网更好便利我们生活的同时，让菜市场在这场大潮中适应并升级？如何让互联网电商与小商小贩在合理的市场规则下共生？这是我们需要思考的问题。

据新华社

12月2日，“2020中国(济南)国际会展业发展大会暨中国·济南绿地国际会展中心全球招商启动仪式”举行，众多业内大咖共同论道有关“泉城遇上会展业”的美好明天。

可以说，会展业不单单是一个行业，它可以带动相关的经济、生态的协同发展，潜力无限。在新旧动能转换的背景下，在黄河流域生态保护和高质量发展的特殊时刻，山东省会济南会借着会展业崛起的契机，迎来怎样的发展机遇呢？

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 陈晓翠 喻雯 马辉 王皇 黄翔 慕鹏

### 一场糖酒会引来80万客商大型展会快速拉动经济

“办好一个会，搞活一座城。”德国的汉诺威、法国的巴黎、新加坡，这些城市在世界经济发展的过程中始终是一颗闪耀的明珠，其中一个非常重要的原因，就是他们拥有会展经济。

济南同样深谙其中的发展逻辑。“截至目前，济南已拥有展馆23万平方米，专业会展机构40多家，每年直接展览收入近20亿元，带动经济增长200多亿元。”济南市人民政府副秘书长吕廷祥介绍，今年10月中旬，济南成功举办了疫情发生后的国内外第一次规模最大、档次最高的大型展会——第103届全国糖酒会，先后有80多万人次参展观展，实现交易额300亿元，创下历届糖酒会的新高。“这体现了大型展会对经济发展的巨大拉动作用。”

纵观全国，山东是我国的会展大省，去年展览排在全国省市的第三名。作为省会济南，起步比较早、基础深厚，在全国城市会展竞争力中位列副省级城市第九。

“绿地国际会展中心的建设和投入使用，将会对济南市，特别是济南新旧动能转换先行区带来一个非常重要的促进作用。”中国会展经济研究会会长袁再青认为，建立这样一个发展平台，对于先行区产业结构的优化、经济发展新动能的培育，对于先行区内需市场的扩大等等，都将起到十分明显的推动作用，进而推动整个济南市乃至山东省相关领域的发展。

### 1:9的经济杠杆将撬动济南先行区会展及周边经济发展

“绿地国际博览城项目，是济南先行区的首个重大项目，也是截至目前区域内投资金额最大、规划面积最大、建设速度最快的产城一体化项目之一。”作为投资建设方，绿地控股集团总裁助理、山东区域管理总部总经理薛明辉在会上介绍。

薛明辉说，在7000亩的规划中，国际会展中心占地超过1800亩，占比将近30%，是绿地乃至先行区最重要的产业。会展总建筑面积168.7万平方米，包括展览中心、酒店中心、会议中心等功能配套，净展面积51万平方米，建成后 will 超过深圳国际会展中心展览面积，成为全球净展览面积最大的会展中心，具备承接APEC、G20等国际高端峰会的能力。11月会展主体已经封顶，预计最快明年10月份有望开始承办首届展会。

“济南作为承接京津冀和长三角两大城市群的重要战略节点城市，我们有魄力在此为全球造极，寄希望以1:9的经济杠杆撬动济南先行区会展及周边经济发展，加速黄河北区域的建设，助推济南成为最有竞争力的黄河流域中心城市。”薛明辉说。

### 场馆持续热度要靠“破界畅想”积极创新会展产业模式

“会展业到了今天，真正来到一个拐点，这个拐点就是人类经济已经由物质消费进入到精神消费。”知名经济学家、福卡智库首席研究员王德培认为，国际会展中心同样要满足顾客的精神消费需求。

“会展中心这么庞大的建筑体量，一年打个比方就一个月开会，还有11个月怎么办？这必定是运营商需要考虑的问题。必须让它每个月人声鼎沸，这个巨大的投入产出才会实现盈余。”

“51万平方米这么大的体量内，能否有各种各样、四季不断的活动？”王德培认为，会展中心应该呈现出更多的历史潮流，同样也能带着参观者进入精神的境界。特别是在黄河流域中部打造一个700平方公里的先行区，犹如筑造一座全新的城市。

他认为，在会展业发展过程中应该主动打破边界，积极创新会展产业发展模式。

“51万平方米的会展中心需要有新功能，会展是策划，不仅仅是建筑。”王德培认为，全国城市化率已经在60%，未来的城市化，需要一场“化腐朽为神奇”的破界畅想。



绿地国际博览城效果图。

# 互联网买菜会挤垮菜市场吗

没那么简单，菜市场的独特魅力是互联网「复刻」不来的



某生鲜平台用户订单截图。