

国家发展改革委等部门：

鼓励商场、超市等开设老年专区或便捷窗口



本报讯 刘卓澜 王思琦 近日，国家发展改革委等部门印发《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》指出，将培育健康养老托育消费新场景。其中，国家将拓展银发消费新场景，引导电商平台、大型商超举办银发主题购物节，支持设立银发消费专区；加快消费场所适老化改造，鼓励商场、超市等开设老年专区或便捷窗口，提高老年人消费便利度；优化提升老年助餐服务，鼓励有条件的地方结合经济发展水平和财力状况，给予老年助餐服务机构一定的运营补助或综合性奖励补助，并按

规定对享受助餐服务的老年人给予补贴或发放老年助餐消费券。

同时，鼓励科学使用特殊医学用途配方食品；鼓励养老机构与医疗卫生机构通过毗邻建设、签约合作等方式满足老年人健康养老服务需求；鼓励有条件的医疗卫生机构将服务延伸至社区和家庭；鼓励持续提升适老化无障碍交通出行，推动康复辅助器具升级，完善智慧健康养老产品和服务推广目录，发展健康管理、养老监护、心理慰藉类智能产品，提高老年用品市场供给质量。

此外，还将积极发展育幼消费，探索社区、家庭互助等托育服务新模式，发展集中管理运营的社区育幼服务，指导家庭托育点健康规范发展。鼓励提供全日托、计时托等多类型托育服务；支持行业协会等开发婴幼儿照护课堂，发展互联网直播互动式家庭育儿服务，向广大家庭尤其是农村家庭提供科学育儿知识和技能；加大婴幼儿照护专业建设支持力度，健全保育师等育幼相关人员的培训和管理。加快完善公共场所母婴室建设，加强商场、写字楼等“婴童友好”活动空间管理。

“品味山姆”活动已在全国25个城市开启

本报讯 “品味山姆”活动已在全国25个城市的48家山姆门店正式开启。以“中西交融，美味不寻常”为主题，今年的“品味山姆”活动集中呈现多款东西方食材极致交融的美食，供会员前往门店试吃品鉴。

全球的新奇美食、丰富的新品、山姆大厨为会员精心设计的菜式……每年的“品味山姆”活动，都是山姆差异化商品力的集中体现。深耕中国市场28年，山姆不仅深谙会员喜好，甚至能“快半步”地预测到他们的需求，并定制研发一系列标杆性商品，不断超越会员的期待。从经典的Member's Mark 榴莲千层、枣泥核桃糕、芝士牛肉卷，到上市即风靡的Member's Mark 桂花酒酿大福、芋泥巴斯克蛋糕、松叶蟹盛盒等，背后都是采购团队秉承“会员第一”，不断精进钻研，将丰富的全球采购资源与深厚本地洞察相结合的成果。

中西合璧，扎根会员需求不断创新。山姆会员大多为一、二线城市追求生活品质的家庭，他们对美食的喜爱“无问东西”——不但对中式食材的烹饪如数家珍，也对欧洲葡萄酒产地、奶酪工艺略知一二。全球的食材，在山姆会员的餐桌上，以奇妙的方式结合在一起，带来超乎期待的美味。

例如，山姆自有品牌Member's Mark的烘焙品类，因“会创新，敢创新”而备受关注。Member's Mark 桂花酒酿大福是今年山姆最炙手可热的新品之一，也是一场中式传统酒酿与欧洲进口奶油的美妙相遇。为此，采购团队尝遍国内主要产区的酒酿，最终选定地标性的湖北孝感酒酿，适中的发酵程度，才能带来柔和甜润的口感，搭配未经熏硫的广西金桂入馅，与远道而来的马斯卡彭奶油形成得恰到好处的交融。

巴斯克蛋糕是源自欧洲的甜点，山姆全新上市的Member's Mark 芋泥巴斯克蛋糕，创新性地精选广西荔浦芋头制馅，搭配新西兰进口淡奶油，十分适合中国会员对甜品“甜而不腻、奶香浓郁”的需求。

在山姆，创新不是昙花一现，而是要让会员持续不断感受到惊喜和愉悦。这背后，是山姆对会员的了解，对全球、全国采购资源的精通，是与合作供应商协同形成的差异化产业链，是用28年服务会员的本能、经验找到会员的最爱。

创新搭配，满足多场景需求。除了商品创新，山姆还不断钻研新的烹饪与料理方式，创造充满新意的生活方式。随着暑期、欧洲杯的来临，家庭欢聚的需求增加，山姆星级大厨精心研制，为会员开发了一系列“快手”菜式，如法式蒜香酒焖海鲜、蜂蜜芥末三文鱼扒、烤甜辣蚝香肩胛小排烧烤片、葱油汁清蒸黄道蟹钳等。这些看似复杂的菜式，均取材于山姆在售商品，会员可一站式购齐，经过简单烹调即可为全家人带来一桌充满国际风味的佳肴，让会员在一日三餐中感受到“更好的生活尽在山姆”。

“品味山姆”活动期间，会员不仅能到店品尝多款美食，还能通过山姆会员商店App下单，享受包括最快一小时“极速达”在内的配送服务。

(红网)

盒马用新技术“抢救”滞销西瓜

本报讯 桑雪骐 近日，一则名为“又有新技术引用在西瓜上了”的微博冲上热搜，一种名为HPP(High Pressure Processing, 高压杀菌技术)的果汁随之成为焦点。在盒马和供应商的HPP技术加持下，滞销的特小凤西瓜有了出路。

HPP即低温超高压杀菌技术，在全程低温环境中，用500Mpa~600Mpa的液态压力杀菌。相较于高温杀菌工艺，HPP技术能够更大程度上维持水果原本的颜色、口味和营养成分，与西瓜等热敏水果高度适配。

江苏东台特小凤通常在四月份上市，然而，由于年初的雨雪天气，特小凤的瓜苗受损，需重新种植，导致其上市时间延迟一个月，错过了销售旺季。加之各地西瓜纷纷上市，西瓜价格持续走低，特小凤西瓜一度面临滞销的困境。

所幸，HPP低温超高压杀菌技术为特小凤西瓜找了另一条出路。听闻当地西瓜滞销的消息，盒马采购团队于5月走访东台基地，看到了田间地头待采收的满地西瓜，即刻决定尽其所能为瓜农们纾困。

盒马与合作伙伴维果清合作，总计采购当地约300吨特小凤西瓜，将其运到位于上海嘉定工厂，加工成HPP特小凤西瓜汁上架销售。

借助HPP技术，储存难度大、销售时间短的水果西瓜迅速变成了“液体西瓜”，保质期延长为21天。而经由HPP



HPP果汁工厂中，工人们在处理特小凤西瓜。

技术加工生产的特小凤西瓜汁，有着果肉同样金黄的色泽，口感丝滑，带有丝丝甜味和浓郁西瓜香。

不仅如此，今年顾客在盒马买到的特小凤西瓜汁的价格比去年还便宜了5元，在助农的同时，也为消费者提供了更优质的产品和更高的性价比。

2020年，盒马首次将HPP果蔬汁引入零售渠道，两年后，HPP红心苹果汁多次断货。此后，盒马陆续上架大红西瓜汁、流行蜜瓜汁等多款时令果汁，并推出苦瓜不苦等多款长期在售果蔬汁。2023

盒区报告显示，2023年盒马HPP果汁销售额同比增长100%。

“盒马HPP系列果汁是产业互联网驱动农业与食品加工业创新融合的实践案例。盒马通过一二三产业融合发展的新模式，以新质生产力激发消费市场新活力，通过新型食品加工技术赋能农业发展新动能，不断延长农业产业链，提升农产品附加值，解决农产品损耗与滞销难题，为农业现代化发展注入新动力。”盒马产业研究院相关报告显示。