2024年8月16日 星期五
E-mail:tougao_cfs365@126.com
首都食品安全

“情绪价值”拉满、兼具颜值和性价比成为今年“浪漫经济”的消费新亮点。

七夕期间，鲜花、餐饮、零售等品类消费热情高涨，与之相关的即配单量也应势增长。顺丰同城数据显示，今年七夕鲜花、蛋糕配送单量激增，环比呈数倍增长，商超便利单量同比增长126%，饮品、生鲜、美妆等品类单量同比双高位数增长。一束鲜花、一个蛋糕、一份珠宝，专业的即配护送见证了多元化的心意传达。

七夕消费“小高峰” 商超便利单量同比增长126%

保障鲜花、蛋糕销售高峰 顺丰同城单量激增

鲜花一直是七夕的重头戏，根据昆明国际花卉拍卖中心数据，8月2日至9日，鲜花日均供货量800万支左右，单日最高供货量达980万枝。顺丰同城数据显示，七夕当日，鲜花、蛋糕消费迎来“小高峰”，配送单量激增，环比增长数倍。

在今年的七夕促销战中，除了传统的美团、淘宝等公域商流平台，微信、抖音、小红书等新渠道的单量增长也颇为亮眼。顺丰同城数据显示，抖音生态包括鲜花在内的各类配送单量同比增长186%。今年七夕，抖音平台精选多款七夕热门的源产鲜花和网红花束给予官方补贴，主打“经济实惠”，让不少年轻人果断下单。

鲜花、蛋糕的礼赠属性很强，配送过程极易损坏，品相是否与图片一致、配送过程中是否被挤压等一系列的履约链条都将直接影响用户的消费体验。据了解，顺丰同城为此对骑士进行了专业的配送培训，例如鲜花的科学摆放、避免挤压、防尘保鲜等。

此外，面对高峰期订单压力，以及用户对“即购即达”等高时效的期待，越来越多的商家也更倾向于选择顺丰同城等专业第三方即配运力，迎接七夕期间的“爆单”考验。据悉，顺丰同城已与多个连锁品牌和众多中小本地生活商户达成长期合作，作为“运力后盾”提前制定差异化、精细化的运力方案，并通过“驻店+商圈+全城”骑士的灵活融合调度，保障品牌和商家在节日订单高峰的高效履约。

全场景第三方即配平台 为“浪漫经济”护航

今年“七夕”赶上周末，线上线下商家促销活动明显升温。“浪漫经济”的催化下，即时零售强时效性的优势进一步凸显。“即购即达”的新零售消费增多，以顺丰同城为代表的全场景第三方即配平台也在背后发挥出更多赋能。根据顺丰同城统计，七夕期间，年轻人约会主打“美食+礼物”一条龙，从数据上看，茶饮、生鲜、美妆等品类单量同比实现双高位数增长。

七夕消费不仅要求礼品的准时送达，更包含心意的完整传达，靠谱的即配平台成为商家和用户的刚需。数据显示，七夕期间也有不少用户通过即时零售购买箱包、珠宝等奢侈品，顺丰同城已在业内率先推出奢侈品专送，配备专业骑士团队，还提供礼仪话术定制、定时定点配送等增值服务，力求把配送“仪式感”拉满。

另外，部分情侣由于工作繁忙、异地等原因无法当面赠礼，线上下单成为更优选项。即时配送凭借当面交付、时效精准、新鲜送达的服务能力，已成为异地赠礼、紧急下单等需求下的最佳助手。“今年因为临时有任务没法跟女朋友一起过节，立马紧急下单一份七夕大礼弥补一下。”一位七夕期间使用顺丰同城下单“帮买”的个人用户说道。

业内人士认为，即时零售行业正突破节日消费的时间空间限制，成为消费增长的新动力。顺丰同城以高效配送和全方位服务，助力商家服务升级，为消费者的爱意送达提供更多精细化助力，相信在未来，将持续为即时零售行业注入更多活力，进一步激活节日消费市场。

（王诚）

北京房山区首家山姆会员店落地长阳

本报讯 叶婉 近日，北京市房山区商务局、长阳镇与山姆（上海）投资有限公司举行项目协议洽谈会，与会双方就项目合作协议具体内容及细节达成一致。截至目前，在各相关部门的通力协作下，项目已于8月8日完成立项审批，预计于2024年10月开工建设，并于2026年年初前后开门营业。

据了解，近年来，房山区紧抓城市发展新机遇，以引进高品质商业项目为抓手，努力塑造发展新优势、释放发展新动能、描绘发展新蓝图。同时，为持续深入推进国际消费中心城市建设，有效促进商圈品质提升，房山区积极对接沃尔玛项目方，积极引进山姆会员店，为长阳商圈提质升级赋能，加快建设长阳休闲商务区。

山姆会员店作为世界最大的连锁零售企业，至今在全球已拥有800多家商店，其丰富的全球进口商品、高品质的购物体验和差异化的商品策略深受消费者喜爱。房山区山姆会员店项目选址位于长阳镇北广阳城村，用地面积4.66公顷，主体建筑由“地上一层+地下一层”构成，总建筑面积达3.6万平方米，配套960余个停车位。

山姆会员店的落地将进一步助力房山区打造消费新场景，助力消费市场迭代升级。同时，房山区也将持续加强优化营商环境，做好企业服务，全方位保障山姆会员店如期建设与运营。

盒马“新疆美食节”正式启动

本报讯 正值首届“上海之夏”国际消费季，由上海市商务委员会、上海市合作交流办指导，上海市对口支援新疆工作前方指挥部、上海市人民政府驻新疆办事处、喀什地区商务局主办的2024新疆喀什水果节美食节于近日在上海东方明珠城市广场盛大开幕。在活动上，盒马作为承办单位，同时启动了2024年的“新疆美食节”，活动覆盖全国400多家盒马鲜生门店。

本届盒马“新疆美食节”，将有近20种、预计6600吨新疆瓜果陆续上架，是历届“新疆水果节”之最。其中，今年盒马新疆西梅的采购量比去年多了约4倍。盒马全国水果采销总监陈杨辉表示，把熟透了的新疆水果运出来是打通新疆供应链的关键。“盒马这些年一直在坚持做‘树上熟’的新疆水果，再通过冷链把这些攒够了甜度和风味的水果运出来”，陈杨辉说道。

今年，伊犁的皮牙子牛肉烤包子、塔城的辣皮子辣酱、和田的乳鸽、阿勒泰的大闸蟹等也来了，盒马的新疆商品越来越丰富了。数据显示，相比首届“新疆水果节”，盒马新疆商品的整体销售规模增长了1.5倍，商品数量翻了4倍。

“土特产”变身网红款。近年在新疆阿克苏一带引进的红心苹果，因为从里到外都是红色，被盒马的研发采购发掘，成为“一瓶难求”的网红HPP果汁；而被誉为“白色蜂蜜”的新疆小白杏，今年除了鲜果，还将以全新的HPP果汁形态出现在盒马的货架。

塔城地区的四平头辣椒做成的辣皮子，堪称新疆美食的灵魂。盒马的研发采购寻源至托里县多拉特乡多拉特村，将四平头辣椒一举包下，将其做成了自有品牌辣酱，成为拌饭、夹馍、拌面的“神器”，也通过订单农业的方式帮助提升当地辣椒种植标准。在此带动之下，当地农户的年收入也增长了3～5倍，从而吸引了更多周边农户加入辣椒种植队伍中来。首个“辣皮子盒马村”预计在10月落成挂牌。

新疆面粉，被盒马做成了挂面、刀削面、吨面大馒头、葱油花卷等各色面食，刷新了许多面食爱好者的味觉。随着采购量的持续扩大，还有一个“面粉盒马村”即将挂牌，在新疆的盒马村数量增至10个。

（中国经济网）