

北京商超冲刺新春消费

采购提前驻扎基地、备货量达三倍



春节气氛渐浓，超市企业为迎接这波消费热潮铆足了劲儿。据了解，1月20日，多家商超已开启年货节等活动，推出具有节庆特色的水果礼盒、零食大礼包等商品，在年菜方面，部分商超推出主打操作便捷、配料健康的半成品，迎合消费者健康饮食的需求。不少企业的热门商品备货量更是达到3倍。此外，在采购端，超市采购们已提前驻扎基地，以便随时进行商品调度。多样举措下，北京商业热度不断攀升，商超企业已做好充分准备。

突出健康、便捷特点

春节的脚步逐渐接近，北京消费市场早已提前热闹起来。在海淀区的一家便民超市，年货专区设置在超市的中心位置，零食、水果、酒水……各式各样的年货礼盒让消费者挑花了眼。超市整体也换上了新年“装扮”，大红福字、蛇年挂件等装饰营造出一派喜庆祥和的景象。

从各超市了解到，为了满足消费者节前采购需求，许多企业已开启年货节等活动，并结合春节消费特点进行了商品的定制化。永辉超市位于北京的40余家门店陆续上新年货礼盒，礼盒品类覆盖特色食品、家居用品等。物美超市推出了“天天低价”和“年货节”活动，共

有3000个商品参与其中，平均降价幅度达到20%。

据永辉超市京津冀蒙鲁省区副总经理刘姝涵介绍，今年民生保供商品如米面粮油、蔬菜水果的整体价格较往年更优惠。尤其在进口水果方面，其中，2024年年底北京首次通过中老铁路从东南亚进口水果，香蕉价格明显下降；今年智利车厘子丰收，车厘子礼盒较去年价格下降近20%，消费者的购买热情更高。

随着消费者的观念变化，今年春节超市企业的商品突出健康化、便捷化趋势。据了解，位于华堂·新辰汇负一层的伊藤食品馆依托伊藤洋华堂的特点和优势，强化日式商品和日式礼品的组

货。同时，为了给顾客提供更加方便快捷的烹饪体验，伊藤食品馆强化了各类菜肴的半成品开发，重视营养搭配并确保食材的新鲜度。盒马推出的年菜新品如八珍帝王蟹海鲜汇、山珍海味菌子鸡火锅等，主打配料干净、操作简单、性价比高。

盒马即食部总经理宁强介绍，为了让消费者能看懂这些大菜的配料表，盒马的工作人员在菜品研发阶段就要尽可能减少额外添加，连调味品的选择也十分慎重。据介绍，盒马推出的芋泥奶冻八宝饭减少了20%的糖；一款海胆饺则用蛋清替代猪肉将海胆固定住，满足控糖、减脂人群的需求。

热门商品备货量达3倍

春节将至，消费者走亲访友、居家休闲等过节方式带动购物需求上涨。据报道，刚刚过去的周末，包括北京在内的不少城市的会员店、超市迎来大量客流，消费者集中进行年货采购，门店内、停车场入口等点位都出现拥堵现象。面对激增的客流，超市需要在备货、人员安排、经营时长等方面做好预案。

“永辉超市喜隆多店及房山印象城

店，作为永辉2024年在北京学习胖东来调改的两家店，预测春节期间会再次迎来客流高峰”。据相关人员介绍，为保障新鲜、安全的节日供应，门店鲜肉类、烘焙类、现制熟食类商品均为当日出清；肉禽蛋奶、蔬果海鲜达到日常3倍以上的备货量，还将联动中央仓数据，根据销售情况及时补货。

物美超市相关负责人表示，目前各大门店已为节日期间的市场供应做好

充分准备，各类年货一应俱全，尤其在米面粮油等民生商品方面备货量充足，较去年同期增长了10%。

京客隆甜水园店店长孙宝健透露，今年京客隆甜水园店准备了300多种礼盒，涵盖糖果、烟酒、干果等品类，进货量同比增长10%。为确保春节期间人手充足，京客隆甜水园店重点增加了收银台、果菜区、三方拣货岗位的人员，后勤人员也在随时待命补位。

采购端快速响应

如果说门店作为春节消费的主要场所，采购端则是为门店保障供应的后方阵地。通过采购端的积极调度，超市得以在消费需求激增下快速反应，实时调整消费内容及供货数量。超市发方面透露，目前，超市发的采购员已提前驻扎基地进行采购，随时关注商品质量、价格，关注天气变化等特殊状况，提前做好商品调度。在物流上，则保证一日两配，确保商品供应充足。

据了解，京东7FRESH七鲜超市通过产地直采和海捕直达搭建起高效的供应链体系，确保民生物资供应充足、价格稳定。七鲜超市方面透露，“年货节期间，我们和这些产业链的源头商家

一起做好了充分准备，从而保障蔬菜、肉禽蛋等民生物资供应充足、价格稳定”。华冠超市则依托京东的供应链体系，由专业的采销人员深入工厂直采，通过减少中间环节。在保证商品的品质与新鲜度的同时，也让超市内的商品价格更加亲民。

喜庆的春节，除了各类食品礼品、春联福字之外，自然也少不了鲜花的装点。不少超市推出了年宵花产品，并在一旁注明了不同品种的美好寓意，其中，蝴蝶兰、蜡梅等品种受到消费者青睐。

在盒马，年宵花品类今年陆续上架了百余款商品，并定制中式元素的“青花瓷”款，上市首月销售额达上百

万元。盒马年宵花供应商、朱顶红培育基地相关负责人透露，基地已成功繁育和培养了100多个品种的朱顶红种球，明年计划扩大种植规模，增加供应新品种。

商超企业在采购、销售各个环节发力之时，系列活动也相继登场，进一步助推消费市场繁荣。其中，“2025全国网上年货节”、2025年全国“老字号嘉年华”暨北京“王府井金街过大年”活动已于近日陆续启动。还有第29届老北京年货大集、2025北京礼物年货节等，为消费者提供了众多购物去处。随着新春消费热度不断高涨，北京商业企业正全力筹备，迎接春节“开门红”。

(胡静蓉)

今年春节盒马要送帝王蟹进县城

本报讯 桑雪琪 又到了买年货、筹备年夜饭的高峰期。盒马的“海鲜三件套”：基围虾、三文鱼、帝王蟹也成了香饽饽。年货节启动后，盒马帝王蟹销售同比增长118%。为了迎接年货销售旺季，盒马也提前备足了货量，把大批帝王蟹送往县城。

《2024盒区房消费趋势洞察报告》显示，盒马当年共开出72家新店。在新供给和新体验的双重促进下，这些城市正迸发出惊人的消费活力：中山人在开店首日买走了105只帝王蟹；德清的消费者将开店首周的帝王蟹库存全部清空，不得不提前补货；扬州首店赶在国庆节前开业，乘着节假日消费浪潮卖出近1000只帝王蟹；年底开业的珠海新店，装载大海鲜的水缸被港澳客人“围攻”，称重柜台前帝王蟹排起长龙……

除了鲜活的帝王蟹，盒马还推出了多款操作简便的帝王蟹年菜，既有去年颇受欢迎的黑松露芝士帝王蟹腿、蒜蓉蒸帝王蟹腿，还有今年首次推出的八珍帝王蟹海鲜汇：使用一整只帝王蟹，以及海参、鲍鱼、花胶等8种海鲜炖煮。

健身减脂人群喜欢的三文鱼也备足了货量。相较去年，今年盒马的三文鱼产地更丰富、货量更充足。“除经典的挪威三文鱼外，我们还引进了运输时间短，性价比高的澳洲塔斯马尼亚三文鱼，以及品质绝佳的新西兰帝王鲑。”盒马采购员越介绍。

京东与伊利共同打造年货节“百搭”新体验

本报讯 近日，京东集团与伊利集团达成乙巳年新春战略合作，伊利集团副总裁杨超群与京东集团的相关负责人共同揭开了2025年战略合作的序幕。

京东集团的相关负责人表示，新年是广大消费者消费、囤货的高峰期，京东年货节也已经正式开启，为了给消费者提供“又好又便宜”的消费体验，京东将通过三大举措提速销售、优化体验、强促转化。一是共创黄金销售流程，实现一键购买的全场景覆盖。二是“权益+服务”强效引导与合作品牌的销量转化，强力拉动新春消费热情。三是通过平台诸多稀缺资源，与品牌进行联合宣发，共同推动年货节期间整体销量，提升影响力。

此次京东与伊利战略合作，不仅是为了应对外部市场的变化，更是为了推动整个乳业行业向更高质量、更高水平发展，为消费者提供更多优质、健康的产品。此次“百搭年礼”为核心概念的创新营销中，推出多款适合作为礼品的乳制品。不仅让消费者在购物过程中享受到了实实在在的优惠，更激发了广大消费者的消费热情。

截至目前，伊利在京东的会员体量已高达5568万，在如此庞大的受众前提下，在此新春之际，京东与伊利品牌强强联手，为消费者提供更高品质的产品与服务，推动中国乳业高质量发展。

今年京东年货节，京东超市主打“不一样”，推出100款精选低价爆品、100款优质年货礼盒，以及独家定制礼盒等海量低价爆品。京东超市部分礼盒买一赠一、69元任选两件，还有跨店每满200元减30元优惠。上京东App搜索“超市2025”即可进入年货节会场。

广大消费者还可享受食品农特产源头直发、零食及宠物主粮不爱吃包退、名酒鉴真、奶粉28天新鲜直达等具有差异化优势的服务项目。

(北青网)