

“迎春而食”正当时

## 京东七鲜春菜销量环比增长超80%

本报讯 雨水节气过后,春意渐浓,被誉为“春季限定美味”的时令春菜也将迎来消费旺季。在各大生鲜超市和农贸市场里,各种鲜嫩水灵的时令春菜被摆放在醒目位置上,成为消费者关注的焦点。红香椿散发着独特的香气,芝麻菜、枸杞头等绿叶春菜嫩绿诱人,春笋、马蹄新鲜圆润,吸引众多市民前来选购,品尝“春天的味道”。

据了解,作为京东自营超市,京东七鲜已于1月中旬率先推出春菜上新专区,依托覆盖全国核心产区的供应链优势,为消费者提供品类丰富、价格亲民的春菜。截至目前,已上线云南、贵州、福建、长三角、天津等五大产区的25种春菜,将最新鲜的春菜从田间地头直接送到消费者的餐桌,满足消费者“迎春而食”的需求。

### 产地直采 春菜尝鲜“抢鲜一步”

云南产的红香椿、贵州产的芥菜、福建产的春笋……在京东七鲜超市北京大族广场店,全国各地的春菜琳琅满目,占据C位。京东七鲜目前热销的春菜商品中,来自云



南产区的种类最为丰富,包括芦蒿、油菜花、芝麻菜、韭菜苔、红香椿和婆婆丁等。此外,福建的春笋、贵州的芥菜和枸杞头、长三角的崇明芦笋和草头,以及天津的头茬韭菜和红萝卜,为消费者提供了多样化的选择。

京东七鲜今年春菜季紧扣“鲜”字,通过产地直采+高效物流体系缩短链路,其中云贵地区的春菜均采用空运直达,确保消费者品尝到“田间直达餐桌”的极致新鲜。

中国人饮食讲究“不时不食”,人们认为吃时令蔬菜利于养生。香椿古称“大椿”,被视为长寿的象征。吃香椿讲究吃早、吃鲜、吃嫩,京东七鲜在售的红香椿产自云南昆明,精选新鲜嫩芽,味道鲜香脆嫩,无论是经典的香椿炒鸡蛋,还是用油泼香椿小面解锁新吃法,都能品尝到满满的“春天的味道”。

一年之计在于春,尝鲜无不当春笋。产自福建南平的春笋正在京东七鲜热销。福建南平属于“八山一水一分田”地貌,生长在深山中的春笋嫩度极高,水分充足,口感鲜美,清炒、炖汤、卤味皆可,是春季餐桌上的美味佳肴,目前京东七鲜击穿价仅售15.99元一份。

春菜销量环比涨幅超80%  
3月将迎来上市期

据京东七鲜蔬菜采销相关负责人介绍,今年立春后主要春菜产区

气温回升慢,目前春菜上市初期产量较往年同期略有下降。随着3月气温回升,云南、福建等主产区春菜将大批量成熟采摘,全国范围内从南到北的春菜将陆续进入集中上市期,预计春菜整体价格将有所回落。目前,京东七鲜已提前锁定产地资源,确保供应稳定,整个春菜季将会上架超50种春菜,预计持续销售到4月中旬,让消费者享受到更多品质好、性价比高的春菜。

京东七鲜华北区域数据显示,立春后时令蔬菜和水果销量增长明显,尤其是春菜,立春前后两周相比,春菜整体销量环比涨幅超过80%,特别是近一周以来,日均销量持续快速增长。春笋、芦笋、红香椿、芦蒿、油菜花、芝麻菜、婆婆丁等春菜销量排名位居前列,特别是低卡高纤维的福建南平春笋迎合了消费者春日减脂的需要,日均销量超过2000单。

京东七鲜以丰富的春菜种类、产地直采的品质保障、实惠的价格给消费者带来“又好又快又便宜”的春菜尝鲜体验。现在上京东七鲜App、官方小程序、京东App自营秒送入口,或前往京东七鲜线下门店,即可选购全国各地的新鲜春菜,线上下单最快30分钟送达,且京东PLUS会员可享免邮权益。来京东七鲜,享受大自然的馈赠,把春天端上餐桌。(金融界资讯)

## 叮咚买菜与李锦记达成合作 联名商品上架香港商超

本报讯 近日,叮咚买菜与中式酱料品牌李锦记已达成战略合作。此次合作中,双方将突破传统的采销角色,重点发挥叮咚买菜供应链能力及李锦记在香港市场的渠道优势,合作开发商品以拓展新市场。

目前,叮咚买菜旗下自有品牌良芯匠人、蔡长青与李锦记合作供应的4款即烹锅物和面食,已经正式上架香港百佳超市、惠康超市、HKTV-mall等渠道,并有十余款合作商品已在规划中。

### 创新合作模式 联名商品上架香港商超

春节期间,一向专长调味品的李锦记,在港正式推出了即食/即烹食品,首批新品包括胡椒猪肚鸡、酸菜鱼、波士顿龙虾浓汤泡饭和红烧牛肉面等。而这些商品,正是李锦记分别和叮咚买菜旗下自有品牌蔡长青、良芯匠人联合在香港推出的。

虽然对香港消费者来说,蔡长青等品牌还相对陌生,但实际上其已经在叮咚买菜自营平台上线3年多,专注开发即食/即烹的家常菜和熟食卤味。该品牌经典的胡椒猪肚鸡和酸菜鱼在北上海等地年销量近200万份。

凭借叮咚买菜过硬的商品力和李锦记的线下零售渠道优势,首批合作的4款快手菜在上架之初销售就超出了双方的预期。“最初抱着试试的想法,所有的商品铺货量都不高,但随着猪肚鸡、酸菜鱼相继售罄,李锦记又追加了好几次订单。”叮咚买菜香港项目产品运营专家程帆说。

据透露,截至2024年年底,上述4款合作商品的订单总额已超500万元。双方也将继续推进下一步合作,预计2025年将深度合作开发10余款商品进入香港市场。

值得一提的是,李锦记在调味品、酱料品类上有着长达137年的深耕,其本身也在叮咚买菜平台上销售数十款调味品。此次叮咚买菜与李锦记的战略合作,其实是双方突破了传统零售商和品牌方的角色站位,进行的一次新合作模式的尝试。

而叮咚买菜作为一家兼具食品开发能力和销售渠道的新型食品公司,如今已经具备了帮助其他品牌进行品类开发的能力,可以和合作伙伴一起拓展更大市场,触及更多消费者。

### 持续深化商品出海,将尽快实现生鲜供港

自叮咚买菜在2021年提出商品力策略至今,平台已经孵化出了蔡长青、良芯匠人、有豆志、叮咚大满冠等多个成熟的自有品牌和一大批优质联名/共创商品。数据显示,2023年,蔡长青和良芯匠人已经分别实现了8.4亿元、5亿元GMV。而当叮咚买菜自有商品开发能力得到了进一步验证,走向叮咚平台之外甚至是海外市场、接受更多挑战就成了必然。

近期,除了和李锦记合作,蔡长青另有一款汉堡肉也已经在香港“优品360”超市销售。2024年8月,良芯匠人的韭菜盒子还上架了加拿大头部连锁华人超市T&T大统华,上架首周就卖出近40000个韭菜盒子,很快就迎来加单,并收获了来自更多国家的华人超市的合作意愿。

此外,来自叮咚买菜生鲜供应链的大荔、冬枣、阳光玫瑰等水果也从去年开始陆续上架了新加坡连锁超市FairPrice、英国Panda Fresh等渠道。今年,土豆、大蒜、老姜等餐桌基础款蔬菜,以及国产应季水果、豆制品、快手菜等更多品类也正在陆续进入新加坡市场。

程帆还透露,此次和李锦记的合作不光帮助叮咚买菜打开了香港快手菜的市场,还有大型连锁商超关注到了叮咚,并希望生鲜等领域有更进一步的合作。目前,叮咚买菜正在原有华南区域供应链的基础上,进一步拓展和优化生鲜供应链,以扩展至香港市场,供港生鲜将覆盖蔬菜、水果、水产等品类。

(央广网)

## 板蓝根青菜规模化上架盒马

本报讯 王歆瑜 又到一年“食春季”,各类春鲜陆续上市。从盒马获悉,作为春菜界的“扛把子”,香椿已抢“鲜”登场。不过今年,香椿迎来了一个强劲的“对手”——首次上线商超平台的板蓝根青菜。

盒马全国春菜采购金汉涛表示,板蓝根青菜今年首次通过盒马大规模上市,目前已经成为春菜类目的第二个大单品,其日均销售水平已经超过香椿,仅次于春笋。

在80、90后的记忆里,板蓝根是苦大于甜的药用冲剂,其作为蔬菜的一面往往被人忽视。盒马两年前也曾尝试售卖过板蓝根叶,吸引了不少顾客尝试,但口感有渣,味道发苦,难以获得消费者的青睐。板蓝根青菜却不同,上架一个月以来,日均销售已然翻倍,周环比增长超过40%,并且收获了不少回头客,它究竟有什么特别之处?

板蓝根青菜是华中农业大学国家油菜工程技术中心研发出的新型蔬菜,编号“菘油1号”。科学家把菘蓝(板蓝根)和甘蓝型油菜杂交而成,将板蓝根中广谱抗菌的特性与杂交油菜结合。与普通油菜相比,板蓝根青菜营养成分更全面,口感没有了板蓝根的苦涩,取而代之的是类似菜薹的脆甜,并且对烹饪手法要求不高,清炒或涮煮都可以,不

容易煮老。

华中农业大学教授葛贤宏表示:“一开始我们将油菜和板蓝根,也就是菘蓝组合,主要是为了攻克油菜的一种重要病害——油菜菌核病。由于二者亲缘关系较远,这个实验最后没有达到预期效果。但是在研究过程中,我们发现,将板蓝根里的抗病毒成分导入油菜,获得的蔬菜不仅口感清甜,还具有显著的抗病毒、抗炎、免疫调节的特性。经过不断研究迭代,我们培育出了这款具有广谱抗病毒功效的杂交新品种‘菘油1号’。”

经过3年多的试种,板蓝根青菜找到了适合它的种植条件,实现批量生产,终于在今春通过盒马首次大规模上市,走上全

国盒区房用户的餐桌。金汉涛表示,板蓝根青菜适合在高原种植,目前盒马在售的板蓝根青菜均来自云南,今年夏天甘肃、宁夏等地的板蓝根青菜也即将上市,能够实现全国门店的稳定供应。

“今年盒马的春菜品种已经扩充至近40种,经过多年的积累,很多野菜已经逐渐成长为帮助农户增收的产业。与此同时,我们也在不断挖掘像板蓝根青菜这样的科研新品,不断满足顾客尝鲜的需要。”金汉涛说道。

