

北京多家超市保供稳价守护市民「菜篮子」

本报讯 冉隆楠 日前,北京市发布道路结冰黄色和持续低温黄色预警,多区域同步启动暴雪蓝色预警。面对降雪,多家超市提前预判,多措并举从容应对消费者采购需求,确保民生供应安稳无忧。

提前预判保供稳价

早在气象部门发布降雪预警前,物美便依托AI智能补货系统,精准预判消费需求变化,启动紧急补货机制,供货量环比增长10%。物美集团新闻发言人许丽娜表示,除降雪引发的即时储存需求外,北方市民传统冬储习惯及春节前囤货热潮叠加,带动采购需求攀升,因此物美同步开启“储备”模式,既保障即时消费,也为后续持续低温天气备货,确保供需平衡。

针对民生商品及节前核心需求,物美根据市场动态实时补货,全程保持价格平稳。为守护商品新鲜度,物美南皋等物流中心对生鲜品类强化防冻保暖措施,通过多温区仓储、保温运输等全环节管控,重点防护喜温蔬菜,避免冻损,确保菜品从产地到货架的品质稳定。

永辉超市方面也表示,基于既往恶劣天气应急保障经验,已提前启动防滑保供预案,确保线上线下全渠道正常运营。针对肉类、蛋奶、蔬菜、粮油、方便食品等民生必需品,永辉超市已提前加大库存储备,并密切监控库存与销售动态,确保及时补货、价格稳定,满足市民雪天日常所需。

盒马北京各门店同样迅速启动极端天气保供预案。面对雪天市民旺盛的囤货需求,盒马第一时间从全国直采基地紧急调运物资,构建起坚实的“补给线”。提升蔬菜、肉类、鸡蛋、牛奶等核心民生商品的备货量,其他品类商品也按不低于日常1.5倍的标准进行储备。保障大家在风雪天也能安心宅家,无需为生活物资担忧。

超市发则提前加强与生产基地、供货商的联动,加大了对粮油肉蛋菜奶等生活必需品的采购与储备力度,并提前增加了配送频次。各门店均及时补货上架,重点保障民生类商品供应充足、品类丰富。同时,公司严格履行价格承诺,加强价格巡查,坚决杜绝雪情哄抬物价的现象,维护了良好的市场秩序。

雪天服务暖意仍在

面对降雪,消费者的囤货需求激增。除了保供稳价,超市们在线上线下服务方面也做好了应对准备。

线下门店方面,防滑安全是关注重点。永辉方面表示,已经全面排查隐患,加强门店防滑安全。各门店已对出入口、台阶、坡道等易滑区域铺设防滑垫,设立警示标识,并安排专人及时清扫积雪、冰面。同时加强屋顶、檐口等处的积雪清理与防护,确保建筑安全,为顾客提供安全的购物环境。各门店在雪天期间加强服务引导,为有需要的顾客提供协助提拿商品、扫雪及护送等服务,并在便民服务区提供热茶、休息桌椅等便利,尽力为顾客营造温暖、便捷的购物体验。超市发各门店组织员工及后勤保障人员,对门店出入口、停车场、周边人行通道等重点区域进行扫雪、铲冰、撒融雪剂作业,及时清除积雪积冰。在易滑路段铺设防滑垫、设立醒目警示标识,并安排专人进行引导与提醒。

面对线上配送订单激增的情况,多家超市也做好了充分准备。一方面,为提升拣货配送效率,物美各大门店按计划增加上岗人员,永辉加强全渠道运营支持,灵活调度人力。盒马除了门店临时增派现场分拣与打包人员外,更是采取“一次多配”策略,通过优化仓储动线与智能分拣系统,允许分拣员在一次行走路径中同步处理多个订单的同类商品,显著提升了拣货效率,缩短了用户等待时间。

在满足消费者需求的同时,各家超市也不忘保障骑手安全。物美、永辉、盒马等超市均表示,为配送人员配备保暖、安全装备,并动态评估路况,优化配送路线规划,适当调整配送时效,全力保障订单安全送达。也恳请广大消费者对雪天路滑可能造成的配送延迟给予理解与支持,共同传递温暖与体谅。

多家超市均表示,将持续密切关注天气变化,坚守保供稳价、服务民生的社会责任,确保各项雪天保供措施落实到位,为市民提供安全、温暖、有序的购物环境。

永辉超市发布新年礼盒矩阵

本报讯 赵述评 随着全国超300家门店深度调改收官,永辉超市正式迈入以“商品力”与“场景力”为核心的自主运营新阶段。2026年货节成为检验这一全新模式的首个关键节点。近日,永辉对外发布覆盖健康滋养、社交欢聚、烟火家常三大核心场景的礼盒矩阵,涵盖约150款产品,新品率超七成,永辉定制礼盒占比达40%,匹配了消费者多元化的春节赠礼与自用需求。

尼尔森IQ《2026马年春节零售趋势前瞻》报告指出,约25%的消费者计划增加节庆礼赠支出,礼品消费呈现健康化、品质化、情感化的新趋势。

健康滋养场景聚焦送礼与自用的健康需求。例如永辉定制&油趣工坊有机山茶油礼盒,源自贵州黔东南黎平核心产区,产品从种植源头开始管控,确保全程可追溯。此外,诸如永辉定

制×官栈轻食花胶礼盒、永辉定制×江中猴菇缤纷饼干礼盒及养生堂蛋白粉礼盒等多款养生型健康礼盒,也共同构成了满足不同需求的健康礼赠选择。

社交欢聚场景针对春节酒水消费升级趋势,永辉与多家知名酒类品牌展开合作。烟火家常场景丰富多元,永辉与多家食品品牌联手打造适合家庭消费的产品。

永辉的全球直采供应链成为年货节的重要支撑,为礼盒产品提供了坚实的品质基础。智利车厘子继续成为年货节明星单品,元旦期间销售额超5000万元,上市至今同比实现近200%增长。

针对春节期间的礼品寄送痛点,永辉推出礼品寄存与代寄服务。消费者购买大件商品或需要跨省寄送的礼品,可选择由门店暂时保管或直接代为寄出。消费者购买礼盒商品后,还可至服务台由专业人员免费包装。

『超级惊喜日』来袭 京东七鲜超市新奇特好物焕活冬日味蕾

本报讯 1月19日至22日,京东七鲜超市“超级惊喜日”正式开启,以一场汇集健康品质、情感共鸣与创意灵感的味觉盛宴,回应消费者对日常饮食的更高期待。本次活动精选多品类特色美食,将创新深度融入烘焙甜品、粮油主食、时令果蔬等各个领域,旨在为冬日饮食注入新鲜活力与惊喜。

本次活动中,京东七鲜超市带来多款创意融合产品,打破传统味觉边界,解锁舌尖新可能。人气单品生巧车厘子盒子蛋糕表层铺满20颗J级鲜甜车厘子,融入动物奶油、纯脂巧克力与蓝莓果酱,带来层次分明的丰富口感,价格更本周直降至49.9元。

芥末籽爆汁脆面包同样充满巧思,酸甜芥末籽酱与Q弹爆汁肠巧妙融合,咸弹香韧在口腔中层层绽放;而缸鸭狗榴莲汤圆以软糯外皮包裹猫山王榴莲爆浆内馅,带来颠覆传统的味觉享受。

除了意想不到的食材组合和味蕾碰撞,七鲜超市还敏锐捕捉市场潮流,让最新潮与最经典的美食以更便捷的方式融入生活。例如,采用锁鲜冷冻技术的《疯狂动物城2》联名款芝士蛋糕解冻即享现做口感,打破传统蛋糕的食用场景限制,朱迪和尼克造型也萌趣可爱。而七鲜石斛烤梨则通过精准配比与慢烤工艺,将传统中式润养与即食便捷巧妙结合,让养生也变得轻松有趣。

在日常食材领域,同样有多款美食以科技驱动健康升级。如七鲜糯Q胚

芽米以科学加工完整保留胚芽营养,煮后软糯香甜;白象羽衣甘蓝茭白素水饺创新蔬菜馅料,为素食者提供美味选择;舌里全麦杂粮薄饼与七鲜小米锅巴采用非油炸工艺,兼顾酥脆口感与健康理念,实现“轻盈无负担”。

地域风味的探寻也是一直以来京东七鲜超市着力之处,采销团队深入全国特色产区,严选地道风物并赋予现代诠释,让地域美味轻松融入日常餐桌:新疆辣皮子牛肉选用牛霖肉配新疆辣皮子,还原浓郁西域风味;七鲜奶皮子卷山楂口味融合内蒙古醇厚奶皮与山楂清酸,口感细腻平衡;疆牧言新疆干噎酸奶酪(可可榛子味)以100%生牛乳为源,加入可可榛子,风味纯粹浓郁。同时,翘脚牛肉食材包、七鲜农家辣椒炒肉包等高还原度方便菜肴,让消费者轻松复刻地道风味。

本次超级惊喜日,京东七鲜还特别甄选小众山野风物,以创意造型为餐桌增添趣味。竹薯脆嫩无渣,可凉拌可快炒;高原板蓝根青菜营养丰富、风味自然;小兰黄瓢冰淇淋西瓜口感绵密清甜,打破冬日水果选择常规。在回归食材本味的同时,七鲜更以造型创新赋予食物新生命力。

依托京东供应链优势,七鲜超市持续致力于为消费者提供更丰富的美食选择,让“又好又便宜”的食材进入千家万户。不妨走进京东七鲜线下门店,或登录京东App自营秒送、七鲜App及微信小程序,选购心仪新奇美味,让这个冬日因新鲜与创意而更加温暖鲜活。

(据《新闻晨报》)

