

全国商超齐推春味  
新品抢占新增长

本报讯 春风唤醒消费市场，以“尝鲜、悦己、场景化”为核心的春日经济持续升温。从春菜、春茶到时令零食，“舌尖上的春天”正在重构消费格局。而在各大商超、即时零售平台中，烘焙品类一改以往配角角色，强势成为年轻人聚集地，更是商超拉动年轻客群、实现营收新增量的关键赛道。

今年春季，全国商超头部玩家纷纷加码烘焙新品：永辉超市围绕踏青场景，同步推出青团、春日蛋糕等时令烘焙，搭配露营、烧烤一站式体验；沃集鲜、盒马鲜生聚焦健康与颜值，上新抹茶茉莉系列烘焙；抹茶酥山旋风杯、茉莉抹茶可颂号角、抹茶牛乳雪顶蛋糕等，适配下午茶、家庭分享、户外出游等多元场景；区域商超品牌也紧跟趋势，以时令烘焙承接年轻消费需求。一场围绕“春味+烘焙+年轻化”的赛道升级，正在全国范围内拉开帷幕。

从行业趋势来看，商超烘焙早已不是简单的面包蛋糕销售，而是商超年轻化的重要抓手。Z世代与年轻职场人成为消费主力，他们追求新鲜、颜值、健康、氛围感，对传统高油高甜烘焙兴趣减弱，转而偏爱时令化、轻糖化、中式风味、跨界融合的新品。春茶、花香、野菜、鲜果等天然元素，恰好契合这一需求，让烘焙从“饱腹食品”升级为“生活方式载体”。与此同时，工信部等五部门发布的《茶产业提质升级指导意见（2026—2030年）》明确提出，培育多元化业态，围绕消费人群与场景开发定制化茶产品。“茶+烘焙”成为今年春季最具代表性的创新方向，既响应政策导向，又踩中市场风口，推动烘焙赛道从口味竞争走向场景、健康、文化的综合竞争。

在这一波春味烘焙浪潮中，区域新锐品牌同样表现亮眼。以山东市场的家悦烘焙为例，品牌紧贴全国趋势，以“揽一抹春，嚼花香茶味”为主题，推出春茶风味烘焙矩阵：龙井奶皮子蛋糕、抹茶牛乳面包、茉莉芝士蛋糕、奶茶味奶冻泡芙等多款产品同步上市，覆盖现烤面包、奶油蛋糕、甜品点心全品类，精准匹配年轻人早餐、下午茶、踏青打卡、日常解馋等需求。

春季烘焙的火爆，本质是时令经济、健康消费、即时零售、年轻生活方式四重趋势叠加的结果。消费者走进商超，购买的不只是一款甜品，更是一份春日仪式感、一种轻松的生活状态。随着季节更迭，烘焙赛道的创新仍将持续。可以预见，谁能更懂年轻人、更快响应趋势、更稳把控品质，谁就能在烘焙新蓝海占据先机。而商超烘焙作为离消费者最近、场景最丰富的渠道，必将持续焕发活力，成为零售行业最具增长潜力的赛道之一。

(信阳新闻网)

人工智能赋能商超运营  
打造“人工智能+消费”新场景

“人工智能+商圈”并非简单的技术叠加，而是渗透在消费场景的方方面面。

今年2月，海淀五棵松的万达广场内，海淀科技庙会为商场带来了浓厚的“赛博味儿”。

银河通用与本土商超fudi携手打造机器人智能售卖舱，现磨咖啡、精选好物一键送达；机器人走进耀莱影城，全程陪伴观影时光……这场庙会突破了科创与商业融合边界，让硬核科技贯穿逛、玩、购、享全场景，以“科技+商业”创新模式激活新春消费新活力。

与此同时，一些商场也在加速推进智慧化转型。刚刚获得北京市信息消费体验中心授牌的北京乐多港万达广场，正在积极探索智能化消费场景。商场相关负责人谈到：“未来，消费者在停车场或任意店铺门口，只需对商场大屏或手机助手说一句话，系统即可自动规划路线并推送优惠券。”

不仅仅是商场，“人工智能+”同样影响着超市的消费场景。就在3月13日，物美超市中关村店完成AI新质零售调改，正式焕新开业，这也是物美在今年落地的首家AI新质零售门店。

物美将多点AI智能技术深度融入门店的选品、补货、防损、巡检和出清等全流程，基于智能算法实行电子价签实时变价，同时严格执行生鲜商品“当日销售，当日出清”制度，确保熟食、烘焙、果切、蔬菜、肉禽等商品的优质供给和价格透明，在最大化

降低损耗的同时，提升运营效率并保障消费品质。

可以看到，“人工智能+”不仅让消费者有了逛街新体验，还让商超的运营方式也正走上智能化的方向。

商务政策激发消费活力  
打造新业态新模式新场景

市场活力的迸发，离不开政策的系统引导与有力支撑。

今年2月，北京市商务局发布《关于申报北京市消费新业态新模式新场景试点建设资金项目的通知》，明确表示“支持打造‘人工智能+消费’新场景”。

其中具体提到，支持运用人工智能、具身智能机器人、虚拟现实、超高清等数字技术，赋能商场、商街、商圈、文化场所、文博场馆、体育场馆、文创园区、公园景区等相关消费场所，创新推出智能指引、机器人引导讲解、VR购物、AR试穿、虚拟模特、元宇宙体验、智慧剧院等具有沉浸感、体验式的“人工智能+消费”新场景。

在北京市合法经营，且申报项目内容符合北京市消费新业态新模式新场景试点支持方向的企业和商协会，可自主申报。

从引人驻足的机器人首店，到智慧化消费场景，人工智能正在北京商圈掀起一场多层次、系统性的深刻变革。

让我们一起期待，在“人工智能+”赋能下，我们的购物体验将不断焕新，北京商圈也将迈向更智能、更有温度、更具有活力的未来。

(北京市商务局)

## 应用场景逐渐走进北京各大商场商圈

点单、制作、出餐、递送……全流程实现无人化运行。

2026中关村论坛年会现场将北京传统小吃融入轻餐饮场景中的，“机器人餐吧”十分引人注目。

其实，这样的AI应用场景正逐渐走进北京各大商场和商圈。

机器人叠加首店效应  
带动商圈消费新增长

今年年初，在燕莎友谊商城，“7NOTE机器人星空场”国内首店落地，这是北京首个进驻商场的机器人主题快闪空间。

同样，2025年底落地北京朝阳京东MALL的宇树科技全球首家线下店，开业首日就人头攒动。店内以宇树科技明星产品——Go2系列四足机器狗和G1人形机器人为核心，现场体验后，可直接购买或扫码下单，也可以通过扫描商品二维码直达官方小程序自助下单。

在海淀中关村ART PARK大融城，2025年8月开舱营业的全球第一家完全由机器人自主服务的“银河太空舱”快闪店，也吸引不少消费者前来打卡体验。

首店经济是激发商圈活力、提升消费能级的重要抓手，人工智能作为消费“新宠”，叠加首店效应，正为商圈带来更多目光和人气，成为商圈消费新的增长点。

