

“现磨咖啡+特色鲜食”成新标配 便利店持续进化升级

本报讯 焦浩 便利店是最贴近老百姓生活的零售业态之一，也是保障日常消费需求、服务民生的重要载体。在快速变化的消费市场，消费需求更趋理性、多元，消费者更加看重消费体验，叠加即时零售新业态带来的竞争冲击，便利店行业发展面临新考验。在中国连锁经营协会举办的2026中国便利店大会上，业内人士指出，“商品力”打造将成为行业下一阶段发展的关键，“现磨咖啡+特色鲜食”逐渐成为便利店新标配。

近年来，在线下实体零售承压的情况下，便利店业态展现出较强韧性。国家统计局数据显示，今年1月至4月，限额以上零售业单位中便利店零售额同比增长7.5%，高于超市等其他业态，成为零售业增长的排头兵。

中国连锁经营协会发布的《2026年中国便利店TOP100》数据显示，2025年全国便利店百强企业门店总数达20.8万家，比上年净增约1.1万家，增幅为5.6%。中国连锁经营协会会长彭建真表示，当前，头部便利店企业的护城河已经形成，外资便利店稳健发展。虽然行业总体保持增长态势，但也面临三大挑战。

彭建真说：“第一，即时零售和折扣店对便利店的分流；第二，到店客流下跌带来的营收规模挑战；第三，商品同质化和盈利模式受限，部分企业商品的开发力度跟不上消费者的变化，很多企业的自有品牌存在着互相模仿的情况。”

面对挑战，如何突围？从商品角度看，在不少便利店里，一杯9.9元的现磨咖啡、一份特色风味盒饭、时令美食等，已经成为吸引客流的热门品类。彭建真认为，餐饮化、咖啡化、即食化，将是未来五年便利店产品的主线。

彭建真介绍：“在鲜食和咖啡跑通的便利店企业，毛利、客流、复购都会跟着成长，便利店真正区别于电商和其他业态的

就是这些即买即食品类。鲜食、自有品牌、本土化选品，‘商品力’是下一个阶段的分水岭，也是企业和其他同行拉开差距的关键。”

从区域看，大量本土区域龙头正在崛起。例如福建有见福，湖南有新佳宜、芙蓉兴盛，浙江有十足，山西有唐久、金虎，陕西有每一天，安徽有邻几……几乎每一个区域都有优秀的当地便利店品牌。

此外，即时零售渠道的接入也成为增长的重要一环。淘宝便利店总经理跃帅介绍，目前平台上的便利店供给数量已经达到17万家，越来越多的便利店把做即时零售作为一个“必选项”。

跃帅说：“便利店去年在淘宝闪购的增速超过100%，在这里面我们发现比较大的增长空间是低线市场，包括一些县城和乡镇，所以这个业态我们觉得无论是在线上还是线下，还是比较具有生命力的业态。在线上场景，熟食和鲜食，包括冰镇的、加热的产品，是用户选择便利店的最重要的一个品类。”

作为距离消费者最近的“生活服务站”之一，便利店在满足消费需求、释放内需潜力方面的作用更加凸显。商务部流通业发展司副司长任锋表示，商务部将接续实施并研

究出台一系列的政策措施，支持包括便利店在内的各类零售主体加快转型升级，以高质量的供给激发消费潜力。

任锋说：“一是支持零售业创新提升，我们将继续推进零售业创新提升工程，会同有关部门确定第二批全国零售业创新提升试点城市；鼓励传统便利店加快数字化转型，发展网订店送的即时零售，拓展网络零售渠道。二是推进一刻钟便民生活圈扩围升级，鼓励

连锁品牌便利店企业积极参与一刻钟便民生活圈建设，优化社区网点布局，丰富优质商品供给，积极拓展简易餐食、代扣代缴、打印复印等社区便民服务。三是激发下沉市场的消费活力，将支持各类商贸流通企业因地制宜优化下沉市场的网点布局，打造新消费场景。”



京东七鲜推出即时零售行业首款日配冷鲜熏鸡

本报讯 京东七鲜自营熟食矩阵再添重磅新成员——近期，七鲜古法熏鸡在华北线上线下渠道同步全面上市。这款历时数月打磨的自有品牌熟食，以“好原料、好工艺”为核心，将古法熏鸡技艺与即时零售日配冷链深度融合，为消费者带来一只口感紧实的地道风味熏鸡。

在早前为期两周的试点销售中，这款古法熏鸡已展现出极强的“圈粉力”。大量东北籍顾客反馈，这款熏鸡“特别有嚼劲”，风味也“像极了老家聚会时吃的熏鸡”，引发强烈的情感共鸣与复购意愿。

原料溯源：

450天老母鸡，奠定紧实劲道口感

熏鸡好不好，选鸡是第一关。市面上传统的天津冀熏鸡，普遍采用体格较大、成本较低的大黄鸡为主要原料。这类鸡虽然出肉率较高，但在经历了繁琐的卤制与熏烤程序之后，肉质极易变得松散软面，缺乏咀嚼回味。

京东七鲜的采销团队并没有迎合市

场上的成本驱动思维，而是求鸡肉紧实有弹性、脂香浓郁。

为找到最优原料，七鲜采销团队历时2个月，测试了老母鸡、公鸡、817鲁西优鸡、三黄鸡等超过15个品种、15版试样。经过多轮盲测，选择了一条“高成本、高壁垒”的原料路线——优选生长期长达450天以上的优质老母鸡。其肌间脂肪分布均匀，肌腱韧性佳，卤制后肉质纤维密实、不柴不散，每一口都扎实饱满、咸鲜回甘——这是普通速成鸡无法企及的风味基底。

工艺淬炼：

十二道工序，把“烟熏香”刻入肌理

有了好原料，更要有与之匹配的好工艺。沟帮子熏鸡之所以能从辽西一隅走向全国，被誉为“中国四大名鸡”之一，其秘诀就在于精细的制作过程。

京东七鲜采销团队在启动熏鸡项目后，不满足于简单照搬市面上现成的工艺，而是亲自深入多家加工工厂，与不同背景的行业从业者反复进行生产工艺的取经与研讨，最终总结出一套包含“猛火

燎毛、活水冲洗、手工盘型、冷水焯型、低温慢腌、文火慢卤、低温焖泡、古法熏制”等多重技艺的十二道精细化核心工序。

其中最核心的一步就是古法熏制：铁锅烧至赤红，撒入白糖与柏木，猛熏2分30秒，再借余温焖透。与市面上大量使用烟熏液、熏精的工业产品不同，七鲜熏鸡呈现的是天然焦糖与木质烟熏的复合香气——闻之浓郁通透，食之咸鲜回甘，无刺鼻的化学感。熏制后刷上秘制卤油锁住香气，成品色泽金黄红亮，熏香真正钻入每一丝鸡肉纹理。

“好鸡才敢熏”——没有工业烟熏味的遮掩，唯有优质原料与繁复工艺才能成就这般纯粹的熏香。

供应链升级：

即时零售行业首个日配冷鲜熏鸡登场

一款地道的地域风味熏鸡，最难突破的瓶颈其实是冷链保鲜与风味还原。在即时零售领域，京东七鲜率先打破常温真空包装的局限，推出行业首个日配冷鲜熏鸡。依托七鲜的冷链能力，熏鸡从出厂到门店全程冷藏越库配送，

门店仅售卖一天，未售出即严格下架不再售卖。

这种“只卖一天”的模式，最大限度保留了刚出锅般的鲜润与烟熏香气——拒绝工业熏味，拒绝袋装闷味。这种近似东北当地熟食店“日产自销”的经营逻辑，最大程度保证了每一只顾客买到的熏鸡，都有着刚出锅般的鲜润湿软与凛冽透彻的果木熏香。

为了保障日配的新鲜与安全，京东七鲜还建立了从原料到成品的全链路溯源体系，每一只熏鸡的加工信息、检测数据、仓储冷链记录均能够被有效追溯，强化食材安全性维度里的消费信任。

同时，基于多样化消费场景的需求，京东七鲜还为本次古法熏鸡设置了双规格货品组合：整鸡装（850g~950g）定价59.9元，为线下门店专享；半只装（425g~475g）定价32.9元，线上线下同步售卖。

5月29日起，京东七鲜古法熏鸡华北全面上市。下班带一只回家，手撕下酒或切片佐餐，让寻常饭桌瞬间多一分地道东北烟火气。熏香入魂，好鸡才敢熏——七鲜用“笨功夫”，还原记忆中的那一口真熏鸡味。
(中国经济新闻网)