

让健康饮食理念 融入青年日常生活

北京海淀携手精品超市举办“城市青年焕鲜计划”首场活动

本报讯 高玉超 暖黄灯光下,蛋糕坯、淡奶油、裱花工具整齐摆放,20名青年围在操作台边,有人细致称量面粉,动作一丝不苟;有人望着自己造型别致的蛋糕点心,开怀大笑……大家拍下成品留存美好瞬间,一天的忙碌疲惫也随之消散大半。

这是海淀区团委协同海淀街道,携手精品超市共同发起的“城市青年焕鲜计划”首场活动。6月23日至7月上旬,系列青年健康体验活动持续开展,在青年通勤路上送上贴心、实在的生活关怀。

为何将青年服务阵地搬进商超

“过去我们引导青年主动寻找服务阵地,如今我们把服务送到青年身边。”海淀区团委副书记朱春燕道出活动初衷。中关村写字楼林立,职场青年高度集聚,商超是大家下班之后最常停留的场所,多数人只是快速选购饮品、沙拉、速食,短暂停留后便匆匆离开。

作息紊乱、日常饮食敷衍、亚健康问题凸显、生活缺少仪式感成了青年们普遍存在的四大痛点。

不少互联网行业青年坦言:“日常加班至晚间七八点,没有精力下厨做饭。外卖菜品大多重油重盐,我们清楚不利于身体健康,却没有更好的选择。”

在校学生也有着相似困扰:“食堂菜品吃久了容易乏味,外出就餐消费偏高,宿舍又禁止使用大功率烹饪电器。”

这些饮食方面的琐碎难题,看似小事,却直接影响青年生活品质。既然商超处在青年每日通勤动线之上,便将各类青年服务延伸至商超货架旁。

八大主题专区 将健康融入日常采购

走进Ole'精品超市,一条完整动线串联起八大特色体验专区。“光合植愈区”以绿植舒缓身心;“懒人精致菜区”配套预制净菜与快手食材,精准破解青年无暇做饭的难题;“星厨风味区”汇集多国食材,为居家餐桌增添仪式感;“元气早餐区”搭配便捷营养食材,让清晨出行更加从容;“多巴胺鲜萃区”鲜榨果蔬饮品唤醒整日活力;“甜系解压区”推出多款低卡甜品舒缓情绪;“下班微醺区”提供简易调酒搭配方案,消解一日工作疲惫;“青年补给区”甄选各类健康食材,守护青年身体状态。

逛完一圈,大家的购物车里就装满各类健康食材。单纯选购商品远远不够,门店配套推出阶梯打卡互动活动。第一关为情绪减负打卡,

到店任意消费即可参与“情绪回收站”匿名留言,完成打卡可领取面包品类优惠券;第二关为轻食消费打卡,选购八大专区内任意商品,便能领取全场通用满减券。全部完成两项打卡任务,还可免费领取一束鲜花。

选购食材、留言解压、领取鲜花,一套完整流程,让普通的晚间采购升级为治愈解压的沉浸式轻体验。

手作体验课堂 放下电子设备享受松弛时光

商超丰富食材解决青年“吃什么”的问题,公益手作课堂则教会大家“如何吃得健康、吃得有趣”。

6月23日开启首场“悦己烘焙课堂”,20个活动名额一经发布便迅速报满。参与青年装饰蛋糕胚,独立完成整套甜品制作。有青年在社交平台分享作品,表示成品虽不算精致,却治愈了整日的工作压力。

工作日还有消费赠送冰淇淋、打卡领优惠券、免费公益烹饪课堂等暖心举措,让辖区青年切实感受到城市服务的温度。

后续6月26日“寿司手作派对”、7月4日“巴西莓碗轻食”两场主题课堂陆续开课。大家不仅掌握各类餐食的制作技巧,更在课堂中放下手机,拥有一段专注、松弛的独处时光。

短期活动只是开端 长效服务持续落地

“城市青年焕鲜计划”并非一次性短期活动,而是服务青年的长期举措。

据了解,下一步海淀区将结合全区29个街镇不同区位特点与青年群体需求,因地制宜开展特色活动,吸纳更多商超主体加入青年服务矩阵,推动青年服务常态化开展。

活动结束后,海淀街道还将整合调研问卷、青年消费数据开展综合分析,形成辖区青年健康饮食专项调研报告。门店也会持续收集青年体验反馈,迭代更新健康类商品,常态化推出主题打卡、DIY互动活动。并计划每两周推出“环球食刻”主题餐桌分享活动,让健康饮食慢慢形成属于青年的生活风尚。

下班途中顺路走进商超,新鲜烘焙、鲜花、预制净菜一应俱全,一份快手食材解决晚餐难题,一堂手作课堂抚平工作疲惫。海淀对青年的关怀,实实在在落在商超货架、公益课堂,藏在青年每一餐健康的烟火日常里。

盒马超盒算NB正式进京 本地化商品占比达40%

本报讯 赵述评 石春晖 近日,盒马旗下社区超市品牌超盒算NB在北京正式亮相,首批6家门店同步开业。首批门店选址倾向年轻家庭聚集区、老社区与商务混合区、城市副中心门户等典型生活场景,嵌入居民日常生活圈。店内自有品牌占比已接近60%,针对北京消费需求特点,本地化特色商品占比约30%至40%。

其中,朝阳望京新世界店位于广顺南大街成熟商业体内,服务周边15个小区;朝阳区柒号市集店地处北三环,覆盖14个小区及单位宿舍区;昌平回龙观上品店坐落于回龙观西大街,周边辐射11个小区、逾2万户居民;昌平龙旗广场店位于西三旗核心商业载体,兼顾居住与办公人群需求;怀柔区青春路店毗邻万达广场,处于区域核心商圈;通州九棵树西路店则扎根城市副中心高密度门户区域,500米半径内常住人口达4.4万余人。

整体而言,超盒算NB的门店面积约600~800平方米,依托盒马沉淀多年的供应链和爆品打造能力,通过大规模采购摊薄成本,平均SKU 1500个,多为高频刚需商品,涵盖生鲜、3R(即食、即热、即烹)、标品、冻品四大分类,覆盖“开火做饭、即食即烹、休闲悦己、居家日用”四大消费需求。其中自有品牌占比已接近60%。

商品服务方面,超盒算NB考虑到北京消费者的口味与生活习惯,门店中约30%至40%的商品为本地化特色商品,涵盖北方家庭常见的面点主食、适合北京时令节气的生鲜果蔬、咸鲜口味的调味料,以及更贴近本地饮食习惯的熟食和烘焙产品。

近年来,北京持续推进“15分钟便民生活圈”建设,推动居民在步行15分钟范围内满足购物、餐饮、生活服务等基本需求。超盒算NB此次落户北京,也是盒马布局北京社区商业的一次集中体现。

对于盒马此次试水北京社区商业的动作,首都经济贸易大学消费大数据研究院教授陈立平认为,社区商业是中国线下零售业的又一次机会。“生鲜食品是社区商业的核心,超盒算NB这种把店做小、把供应链做深、把服务做近,直达社区居民的模式,也为北京社区商业提供了一个更贴近日常生活的样本。”

陈立平表示,当前我国零售业正处于深度变革期,未来十年仍将持续转型,传统商业形态的退出,也将为更贴近居民日常需求的新业态腾出空间,小型生鲜超市等社区商业形态前景可期。

永辉超市用全链路商品 品控重塑生鲜信任

本报讯 李婷 近日,有消费者注意到,在福州永辉超市股份有限公司(以下简称“永辉超市”)奥体中心店,鲜鸡蛋货架上陈列着“只卖12天”的醒目大标识,只要用手机扫码鸡蛋包装上的溯源码,即可弹出一份完整的档案,包括由权威机构出具的涵盖农残、兽药、重金属、抗生素及沙门氏菌等90项检测报告、批次出厂快检结果、生产企业介绍等,一应俱全。

而在鸡蛋“只卖12天”背后,是永辉超市一套严密的全链路品质管控体系,进入门店的盒装鲜鸡蛋必须经过至少三道关口:出厂前强制检测、物流收货抽检、门店上架巡检。

“鸡蛋是家家户户高频购买的民生品,正因为人人关注,最应该把标准做到透明。”永辉超市商品中心生鲜负责人柯志一表示。这套被内部称为“12天效期管理”的标准,已在永辉除西藏外的全国调改店全面落地并稳定运行半年,覆盖所有盒装鲜鸡蛋、近40款单品,无一例外。

数据显示,在落地全链路12天管控后,永辉盒装鲜鸡蛋销售同比增长近70%,月均售后率较同期下降超50%,顾客满意度和回购率稳步攀升。在近40款严格执行12天标准的盒装鲜鸡蛋中,“永辉定制精选鲜鸡蛋”异军突起,成为增长最强劲的超级单品。

在永辉超市看来,新鲜不是一个单一的数字或概念,而是一份贯穿从源头到餐桌全过程的品质承诺。永辉超市将“新鲜”从过去模糊的概念,拆解成了消费者看得见、算得清、查得到的确定性承诺。当前,永辉超市调改已进入第二阶段,聚焦精细化深耕,围绕十大健康场景,持续强化从源头直采到全链路品控的核心能力,将商品力和场景运营力落到每一处细节。