



零售业重塑“人货场”新逻辑

本报讯 栗翹楚 朱延生 下楼步行十分钟,24小时便利店一站式解决买菜、买药、取快递;周末推着购物车走进大型商超,孩子在玩具区试玩,夫妻在试吃台前尝鲜;深夜手机下单,半小时后一袋生鲜准时送达……从“近”到“逛”,再到“快”,三种方式勾勒出中国零售业的图景。

商务部数据显示,我国商品零售额由2021年的39.4万亿元增至2025年的44.3万亿元,累计增长12.5%,占社会消费品零售总额的比重长期保持在90%左右。当前,零售业正处于转型升级的关键时期,商务部流通发展司司长李佳路表示,零售业正在告别渠道为王、货架陈列为主的传统固化经营模式,转变为以消费者为核心、多业态融合、数字化赋能、以供应链带动价值链的新型零售。

近日,商务部等9部门联合印发《关于加快零售业创新发展的意见》(以下简称《意见》)。《意见》提出20条政策措施,力争到2030年基本形成“布局合理、供给优质、业态多元、智慧便捷、竞争有序”的现代零售体系。对外经济贸易大学国际商学院教授孙瑾表示,《意见》围绕供给端创新和消费端需求创造这两大主题,核心是打通流通堵点、构建适配统一大市场的现代零售供给体系,以零售创新释放内需消费潜力、稳定就业与民生保障。

线下空间从“卖货”走向“造场”

从“大而全”到“大店+社区”,线下零售的空间逻辑正在改变。以沃尔玛为例,2025年在中国改造近百家门店,同时社区店持续加密,聚焦“10分钟步行生活圈”。

“我们不再依赖单一的传统大卖场模式,而是通过新一代门店、社区店与电商业务构建功能互补的全渠道矩阵。”沃尔玛中国相关负责人介绍,大店满足一站式“慢逛”体验,社区店深耕“10分钟步行生活圈”内的即时高频补给,电商则覆盖了即时配送、全国配送等更广泛的履约范围和时效,三者共同覆盖同一客群在不同时段、场景下的多元需求。同时,

沃尔玛还与小红书、迪士尼等品牌开展跨界共创,让零售空间承载更多情感价值与生活乐趣。

《意见》提出,实施零售业创新提升工程,“一店一策”打造新场景。孙瑾表示,零售经营逻辑正在重构,《意见》首次明确线下零售为“沉浸体验、娱乐社交的承载之地”,实现“卖货场”向“第三空间”的升维。与此同时,“五个目标”逐层递进:布局是空间底座,供给是内核支撑,业态是形态载体,智慧是技术赋能,有序是制度保障,共同定义零售体系完整形态。

线上零售从“等快递”走向“分钟达”

如果线下零售的关键词是“体验”,线上零售的关键词则是“效率”。《意见》首次在国家政策层面明确提出“即时零售”,商务部研究院测算,2026年我国即时零售规模将突破1万亿元,预计到2030年达到2万亿元。

美加墨世界杯期间,观赛热度带火即时零售消费。京东秒送相关负责人表示,本届世界杯球迷观赛习惯从过往的“熬夜看球”模式分散为覆盖清晨、日间、深夜的全天候观赛分布。早间时段的赛事尤其催生了新的消费场景,京东秒送精准承接了球迷全时段、多场景的即时消费需求。

数据显示,世界杯期间,平台秒送冰啤酒、冰淇淋、冰果切销量同比分别增长98%、59%、111%;运动服饰和耳机销量分别增长142%和84%。由于本届赛事直播时间多集中于国内清晨至早间时段,早间观赛带动的提神和早餐需求同步攀升,平台秒送咖啡和早餐销量同比增幅均超过50%。

孙瑾表示,线上线下双线定位则为五大目标落地划分功能边界:线下承载体验社交和情绪价值,补齐场景供给短板,落地业态多元、布局优化;线上聚焦标准化商品流通,夯实供给优质、智慧便捷基础。“两个定位”则是通过制度设计引导业态差异化分工,避免同质内卷,最

终在更高层面实现消费福利与产业效率的协同提升。

线上线下“同频”关键在于数据

线下造场、线上提效,二者如何贯通?答案是数据。《意见》提出,鼓励中小零售经营主体联盟合作、自愿连锁;鼓励平台对中小零售经营主体技术赋能,资源共享。

在河北,同福共享平台跳出传统分销、线下卖货单一逻辑,以“产业互联网+消费互联网”双网融合为底层架构,通过“联厂、拴商、粘店、锁客”四环节完整重构快消品全流通链路,把百万城乡小微门店从单纯售货网点,升级为集采集履约、线上零售、社区便民、数据服务于一体的综合消费场域。同福集团副总裁姚磊介绍,在联厂方面,产业互联网打通生产端,实现C2M反向定制,用消费大数据反推订单式生产。在粘店方面,同福为终端门店提供调改方案、数智化工具、营销策略、线上流量导入,让小店升级为社区综合服务中心。

河北省石家庄市星贝超市侯女士表示:“以前守店全靠等客,商品同质化严重,客流有限,利润空间越来越薄。加入同福爆品店后,门店进行了系统化调改,目前日均营业额稳定在1.9万至2.5万元。”

数据是手段,不是目的,它的价值在于让线下的场景更懂人、让线上的履约更精准、让两端同频共振。孙瑾进一步分析称,国务院近日发布的《扩大消费“十五五”规划》锚定消费作为经济增长主引擎,明确零售作为流通核心枢纽的战略定位,为《意见》提供顶层政策依据和战略定位升维。与此同时,《扩大消费“十五五”规划》统筹收入、社保、市场监管长效机制,为《意见》用地、财税、跨区域经营等配套保障措施提供制度支撑,使零售业创新短期举措嵌入“十五五”扩内需长效机制,实现行业专项政策与国家消费战略上下贯通、长短衔接。

东方甄选6款低GI杂粮面点上市

本报讯 孙蔚 近日,东方甄选推出系列低GI杂粮面点,包括低GI谷物馒头、低GI清蔬早餐包、低GI三味菌菇包、低GI玫瑰红豆包、低GI黑塌菜包、低GI荠菜香菇包6款产品,为消费者提供兼顾健康、营养、美味与便利的品质主食新选择。

随着健康消费理念不断深入人心,消费者对主食的关注已从饱腹感、口味逐渐延伸至营养结构和健康价值,低GI食品正成为食品行业新的增长热点。

此次东方甄选推出的系列低GI杂粮面点正是对这一趋势的精准回应。6款产品均依据《食物血糖生成指数测定方法》(WS/T 652-2019)完成真人试食检测,GI值均不高于55,并形成完整的检测报告。同时,产品还完成了27项常见降糖药用成分检测,均未检出。东方甄选通过科学的杂粮配方和严格检测实现产品低GI表现,让消费者买得明白、吃得安心。

健康不仅体现在检测指标上,也体现在产品品质的每一个环节。东方甄选建立了覆盖全链路的千项检测体系,从源头保障产品品质。

针对传统杂粮面点干硬、粗糙、口感欠佳的痛点,东方甄选在工艺上进行了针对性优化,既保留谷物香气,又兼具柔韧、筋道的口感,让杂粮主食更加符合大众消费者的日常饮食习惯。

盒马用一套标准把“娇气”鲜桃摆上全国货架

本报讯 桑雪骐 夏季来临,各地桃子进入成熟季,十几种鲜桃准时上架盒马鲜生,消费者可一站式尝鲜全国各具特色的桃味。

桃子是生鲜里的“娇气”品类,其呼吸作用强、怕挤压、保鲜期短。要将这些风味各异的桃子准时、完好地摆上货架,离不开一套完整成熟的供应链体系提供全方位支撑。

在产地端,盒马推行订单农业,从源头把控品质。以山东蒙阴产区为例,盒马与其开展直采合作,执行严格的采摘标准:要求桃子在凌晨2点至5点带露水时采摘,且必须达到9成熟、糖度 $\geq 14^{\circ}$ 才允许下树。采摘后,进行重量、糖度、外观、色差四维检测,只有特级、一级精品果才能进入盒马的供应链。在运输端,盒马搭建了分级冷链体系。统一要求全程0至4℃恒温冷链运输,湿度控制在85%至90%。针对不同品种的特质,盒马还设计了专属的包装。在门店端,系统会根据不同桃子的特性强制绑定不同的货架期。

盒马对桃子风味的探索不仅满足了消费者,也反向带动了上游产业的升级。如在山东蒙阴,农户们开始根据盒马的标准调整种植结构,优先扩种耐储运、高糖度的品种。同时,标准化疏果、统一套袋、水肥一体化等精细化管理措施也被广泛应用,精品果率从50%提升至85%以上。