

零售业态升级 超市频出“美食计”

“让嘴巴先去环球旅行”，成了时下闲聊的热门话题。除了即将到来的“河马生活节”，城市超市的“美国食品节”也让“吃货”们食指大动。

吃喝界的“跨国交流”越来越频繁，而精品超市里的“烹饪教室”、“美食餐厅”、“休闲阅读区”等多元化业态，提供了更加丰富的购物体验，人们已可以足不出“沪”与世界美食和生活方式相遇。

青年报 沈旖旎

“烹饪教学”增添美食新体验

“身未动，胃先行”，作为一名合格的吃货，尝遍天下美食是人生理想。

一年一度的“河马生活节”即将到来，它更像一场以美酒美食为主题的小型世博会。不仅可以逛吃原产地特色美食，同样可以感受到美食背后的异域文化。葡萄酒课堂、国际星厨表演、咖啡、茶道、快手菜、冰品课堂的设置都很大程度上丰富了美食节的文化内涵。

9月19日，城市超市携手美国领事馆农业贸易处，为美食爱好者开启为期半个月的“美国食品节”。

提到美国食物，人们首先想到汉堡、薯条、可乐这些洋快餐。其实作为农业大国，美国也有更健康的美式食物代表：比如马铃薯、提子、蔓越莓。

据了解，美食节期间除了各类美式休闲零食与红酒佳酿的尝鲜活动，还将有专业的爵士乐队演奏。为了更好地推广美国食品，此次城市超市在美食节期间再次推出“厨艺教室”活动，向注重健康营养的顾客提供更多健康、天然的食材烹调方式。

在现场试吃的黄小姐表示，城市超市像一个“美食体验馆”，最直接的感受是“我们家的大餐

厅”：除了办公室和家，又多了一个吃饭的去处。不仅可以试吃的食物种类多，还可以在这儿吃到正宗美式汉堡和意大利简餐。定期还有美食课堂，烹饪达人会经常聚体到这儿，交流做饭的心得和乐趣。

近日，以“综合性健康生活馆”形象出现，并受到消费者关注的还有 Sprout Lifestyle。这是一家集健康食品零售店、简餐厅和烹饪教室兼活动空间“三合一”的全新旗舰店。上下两层营业面积共达200平方米，就算只是路过陕西南路，进去一楼的食材超市逛一圈，也能收获不少好物。Sprout 坚持新鲜、当季和天然的烹饪原则，为食客们奉上不仅可以饱腹，也可清洁、滋养身心并帮助迸发活力的菜单。

关于如何烹调有机食品的课程每月会有三到四次，每次有不同主题。他们把厨房就设在店里，方便民众听课和购物。烹饪厨房定期举办一些健康活动，如健康烹饪教室、研讨会、有机农场游、免费电影放映、私人营养工作坊等。创始人希望通过这些有趣的活动和贴心服务，引导消费者把健康的食物和生活方式融入到生活中。



“超市+餐厅”模式提升附加值

上海可以说是竞争最激烈的零售市场了，云集了美国、英国、法国、德国、泰国、韩国等超市第一名，也有目前国内最强的大润发、曾经的老大联华等。

永辉这个后来者，凭借其内部一个名为“鲑鱼工坊”的小餐厅，受到众多食客的追捧。

这个开在 Bravo 超市内的餐厅，面积在150到250平方米之间，提供吧台、四人桌至包厢等多种用餐空间，装修风格为标准日料店的木质风。“鲑鱼工坊”主打三文鱼系列，包括汤、寿司、刺生到锅物。

在“鲑鱼工坊”吃一顿饭，200元以内可以解决问题，并且主打新鲜健康的概念，刚好踩中城市中产的消费习惯。据了解，其成立的初衷也是为了吸引更多“一人食”的消费者，其凭借“食材销售+餐饮体验”的模式在超市生存，同时满足堂食和购买原材料的两部分客流需求。

永辉希望通过“食材销售+餐饮体验”的模式，让超市与餐厅共存，满足超市部分的顾客需求以外，为他们提供餐厅的附加

值；同时，也为希望用餐的消费者群体，提供服务场所。这种餐厅定位为食材体验店，而非日料餐饮店，其最终目的还是为了销售食材。

“超市+餐厅”，这是欧美流行多年的商业模式。“顾客在餐厅吃完饭，顺手就能买些食品回家，这种集合店的形式可以满足消费者追求便利的需求。”增加了顾客的关联性购物，同时还能增强客流的双向供给。

淘最意大利品牌创始人徐光辉说，餐吧与食品店混合的综合专营店业态模式已经在意大利和美国成为最为时尚的新型业态，给消费者安全感，改善消费体验，是透明厨房之后最受消费者青睐的模式之一。

业内人士认为，零售市场逐渐迈进了人文和商业理念为王的大消费时代，特色品质消费成为趋势。未来零售行业的进化方向将更加多元化。消费者们希望实体店不再只是一个交易的场所。实体零售应往创新化、专业化、精细化、便捷性的进化，更好地迎合新的消费需求。

资讯

香飘飘发布新产品



9月13日，中国杯装奶茶品牌香飘飘在沪发布了其品牌家族的新一代产品——香飘飘原汁奶茶。据悉，此次香飘飘推出行业首款“纯奶纯茶”饮品，是品牌向“更健康”转型的重要里程碑，也是香飘飘品牌定位战略升级中的重要一步。

据了解，随着人们健康意识的不断增强，健康概念成为近年来中国消费市场的关键词。为响应这一趋势，香飘飘历经两年设计研发，推出新一代升级产品——香飘飘原汁奶茶。原汁奶茶精选荷兰黄金奶源及印度红茶，采用香飘飘首创的低温冷冻鲜牛奶加工及“物理高渗透压”保鲜技术，无需任何添加剂及防腐剂，是业内首创的“纯奶纯茶”健康饮品。

香飘飘食品股份有限公司董事长兼总经理蒋建琪表示：“香飘飘不只是一个奶茶的生产售卖者。我们最初开创杯装奶茶市场是为了将奶茶品类方便化、品牌化，现在我们致力于推动奶茶成为全球主流饮品，让人们更享受生活。”

青年报 王娟

明牌珠宝全新升级



9月11日，明牌珠宝在杭州举办了“心启程，新未来”全新品牌升级活动。据了解，明牌珠宝自1994年打造中国大陆第一款铂金首饰、即以臻锻造技艺，成为中国女性喜爱的珠宝品牌。本次全新升级将通过代言人，视觉形象，形象款珠宝展现新女性由内而外的美丽，为她们带来代表内心正能量的珠宝产品。

现场由明牌珠宝总经理虞豪华揭开了本次明牌的全新形象。以“心有光，自明亮”全新品牌slogan为灵感，明牌全新的品牌形象与店铺陈列通过更为年轻化、时尚感的形象，展现了新一代女性内心特有的强大内在。代言人刘涛与明牌负责人上台共同启动签约仪式，并携一众模特将本次与明牌全新合作设计的两款定制款“星恋”、“虎嗅蔷薇”在现场展出。

据悉，本系列珠宝是代言人刘涛与设计师以“现代女性就是一个发光体”为灵感共同设计，对婚恋、事业、生活上不同形态下新女性的内心世界进行表达。

青年报 王娟

[延伸阅读]

“虚拟到现实”打造购物新场景

如今，电商和外卖把消费者圈在了虚拟世界里。对于消费者而言，卖场太大、产品不好找、结账等待时间过长等问题也进一步降低了人们的购物体验。

为什么大家愿意支付外卖费用，却不愿意去超市购买与网上价格相仿的日常消费品。

亿猫科技的创始人徐步兵

认为，消费体验是关键。电商和外卖让消费者已经习惯了便捷的购物通道，这是传统的超市欠缺的地方。“我们所做的项目就是想把年轻人从线上拉到线下来。我们要做到让购物更爽，更好玩，把任务式的购物变成体验式的购物。”

在大型综合类超市中，经

常遇到收银处漫长的队伍。亿猫科技推出的产品核心功能之一是自助结账，消费者可以在超市内任何角落自助结账商品。

亿猫与超市系统对接后，会在超市内布设蓝牙、绘制地图，设置虚拟货架，超市商品CIDD图的数据一旦发生变化，亿猫的数据会同步更新。

消费者可以利用这张超市地图和购物车的定位系统，快速找到商品，方法有两种：使用手机APP提前挑好要购买的商品，到超市以后用购物车登录账号，商品的位置就会成室内导航地图，类似高德导航；第二种，直接在屏幕上输入商品名称，然后一键导航。

2016上海购物节启幕

“互联网+”升级体验掀起全城逛街热潮

青年报 姜卓

2016上海购物节近日在上海国际旅游度假区奕欧来上海精品购物村启幕。今年已是上海购物节第十年，本报从上海市商务委获悉，本次购物节汇聚了全市100多项重点活动、500多项主题活动，此外，引入“全城逛街”，打造互联网+逛街模式，升级城消费体验，成为今年购物节的一大特色。

据悉，今年的“互联网+逛街”主要的几大升级体验包括：方便地搜索到商场、品牌及促

销信息；以往“血拼族”大包小包购物的“窘境”也将一并解决，游客可以通过全城逛街APP联系商场，将所购商品快递回家或由专柜店员送货到酒店；此外，即便离开了上海的游客，仍可以通过全城逛街APP支付并购买，还能一键送货到家。真正实现轻松、便捷的逛街体验。而提升购物体验的功能不止于此，个性化、立体化的商品直播展示，可向消费者直观介绍实体店的商品信息；同时，消费者可以直接在线上和门店导购进行购物咨询，预约到店等。

伴随着互联网+时代中国新生代消费者喜好和消费习惯的升级，消费者亟需更加智能、个性化的零售解决方案。“作为本届上海购物节合作伙伴，全城逛街APP覆盖了上海近200家商场的品牌折扣优惠信息，基于LBS推送给就近的游客、消费者，给购物选择提供了极大的便利，也给商场带来了精准客流。”全城逛街CEO瞿昕岳表示，“通过和商场、品牌打通ERP和用户系统，让商品不仅仅在手机上可以看到还能买到，营业员可以直接送货上门服务，让

每一家品牌门店成为一个小型物流配送中心，改变了品牌门店传统的“坐商”形式，又让用户的消费体验得到了极大的提升。”

作为上海年度重大商业节庆活动之一，十年来，上海购物节在顺应消费结构升级、消费市场新趋势等方面进行了积极探索，为上海市民奉献了一场购物盛宴。2016上海购物节携手全城逛街APP，让外地游客发掘上海，让本地居民享受上海，让上海向全世界展现了一幅都市新商业的宏伟蓝图。