

超市是城市烟火气的象征，是连接民生与经济的毛细血管，也是拉动消费的重要场景。今年，郑东新区提出，要攻坚提振消费，不断升级高端消费、做好体育赛事文章等，大力实施提振消费专项行动，助力郑州打造国际消费中心城市，这也让消费成为激活郑东新区发展活力的重要抓手。

日前，记者跟随郑东新区宣传部组织开展的“新质新引擎·活力郑东行”调研活动，走进郑东新区尚座商圈的鲜风超市，通过人潮涌动、货物满满、热闹非凡的烟火气息场景，感受郑东新区扩大内需、拉动消费的活力态势。



“新质新引擎·活力郑东行”调研活动之鲜风超市：烟火气卖场激发消费活力

三位一体供应链体系 构建起区域商业升级“基础设施”

“抑制率 21.1%，比国标低 20%！”虽然正值工作日，但金水路与农业南路附近尚座商圈的鲜风超市里依然人流如织，整齐摆放的蔬菜瓜果区，店长王尊帅正举着手机对准一盒香河韭菜，向顾客展示其独有的“数字身份证”——农残检测跟踪码，随着扫码结果的弹出，这位 90 后店长脸上露出自信的笑容。

“蔬菜十分新鲜，品质从外观都能看得到，而且这里有简单的餐饮食品，给生活带来了很大方便。”在超市的熟食区，20 多种各地的特色小吃香气四溢，前来就餐消费的市民王先生十分享受这种氛围。

“功能全、价格低、品质好，这是鲜风超市的经营理念。”王尊帅介绍说，作为河南首家提出“超一线城市购物体验”的零售品牌，鲜风超市在郑东新区国际消费中心建设的浪潮中，以“仓储物流—中央工厂—全渠道”三位一体的供应链体系，构建起区域商业升级的“基础设施”。

供应链让利 生鲜部分基础商品售价低于市场价 20%

在仓储端，依托郑州国家物流枢纽的区位优势，鲜风超市搭建起覆盖全省的智能冷链网络。通过分布式仓储布局与 AI 动态补货算法，生鲜商品从田间到货架的时间压缩至 24 小时，损耗率降至行业平均水平的 1/3。记者在物流中心看到，满载云南鲜菌、山东蔬菜的冷链车正通过智能温控系统自动分拨，货架上的电子价签实时同步产地价格波动。

过往 20 年，发展质量可控、品质过硬、具有超高性价比的自有品牌，亦是鲜风超市坚实的商业壁

垒。记者了解到，超市中央工厂的柔性生产能力则让“河南胃”有了专属定制。烘焙工坊里，智能生产线根据当日销售数据调整麻酱烧饼的投料比例；熟食区后厨，第五锅麻辣牛肉干在热油中翻滚——这款根据中原口味改良的网红单品，日均售出超 200 公斤。目前，超市自有品牌商品占比已达 40%，形成从胡辣汤料包到牡丹酥的“中原味道矩阵”。

“鸡蛋比周边便宜 5%，番茄常年维持产地价。”在民生品类的定价策略上，鲜风超市展现出“供应链让利”的魄力。通过全球直

采、订单农业等方式，其生鲜部分基础商品的售价低于市场价 20%，却保持着高于行业标准的品质门槛。

这种“既要国际品质，又要市井价格”的平衡术，源自对供应链的深度掌控。与新西兰牧场、山东蔬菜基地的直供合作，省去中间环节加价；智能排产系统将中央工厂产能利用率提升至 92%，摊薄加工成本。更关键的是，开放供应链基础设施给中小供应商使用，带动区域 200 余家生产企业完成数字化改造，形成“品质向上、价格向下”的产业协同效应。

“全链路可见”消费信任 转化为强劲市场吸引力

在食品安全信任度敏感的当下，鲜风超市将质检透明化作为突破口。每个生鲜包装上的农残检测码，可追溯至具体批次、检测人员乃至检测设备编号。在熟食区，

明厨亮灶的直播间里，厨师翻炒牛肉干的画面实时投射至线上商城，日均吸引超 5000 人次“云监工”。这种“全链路可见”的消费信任，正转化为强劲的市场吸引力。

数据显示，尚座店开业半年，单日最高客流量突破 1.1 万人次，30% 顾客来自周边 10 公里外。

“我们的 KPI 不仅是销售额，更是顾客扫码时眼里的那份安心。”王尊帅说，聚焦“首店经济”“高端业态”，鲜风超市给出了另一种解题思路：用智能供应链夯实民生底座，让技术创新回归服务本质。从冷链仓配的每一个温控节点，到中央工厂的每一克调料配比，技术最终指向的是城市生活中那份可感知的温度。

目前，鲜风生活超市在郑州共有 3 家店，其中 2 家设在郑东新区。缘何“钟情”郑东新区？2023 年，鲜风超市首店落子熙地港，以不足 3000 平方米的面积，在首年就实现了年营收过亿的战绩……这些实打实的数字说明了一切。

据了解，今年“五一”之后，鲜风生活还将在郑东新区开设一家新店。此外，胖东来郑州首店、郑州山姆会员店，也已确定落地郑东新区，预计将在今年底或明年开业，这些知名超市正抢滩而来，共同助力消费升级，增强城市消费吸引力，为郑州国际消费中心城市建设贡献新的力量。

记者 王阳 文/图

