

# 2025 年第四季度乐家生鲜产品研究报告

2025.10.15

## 一、引言

2025 年第四季度，乐家生鲜在前三季度稳步增长的基础上，迎来了年末消费高峰和激烈的市场竞争。消费者对产品品质、购物体验 and 配送效率的要求不断提高，乐家生鲜需持续在产品结构、设备配置和供应链管理方面深化创新与升级。本报告围绕旗舰店和社区型门店的产品拓展、智能化设备配置及供应链优化策略，提出 2025 年第四季度产品布局和发展规划，以实现全年经营目标 and 高质量发展。

。

## 二、产品结构 with 新品策略

### 1. 旗舰店（如上海 A001、北京 A003）

旗舰店继续聚焦中高端消费市场，在第四季度推出高附加 with 节庆新品，以满足消费者的多样化需求。

- 功能性食品升级：推出抗氧化饮品（如石榴多酚饮料）、植物蛋白零食（如豌豆脆片），满足健康消费趋势。
- 国际节庆食品：引入地中海节庆大餐（如西班牙火腿拼盘）、北欧圣诞糕点（如瑞典姜饼），丰富节日氛围。
- 高端礼盒定制：推出跨年高端礼盒（如澳洲龙虾礼盒、进口水果珍藏装），满足企业 and 个人礼品市场需求。

### 2. 社区型门店（如杭州 A005、成都 A007）

社区型门店则围绕性价比 and 便利性，推出贴合社区居民需求的实用产品。

- 暖冬滋补系列：推出便捷滋补食材包（如羊蝎子火锅底料、养生菌菇汤组合）。
- 节日家宴系列：推出家庭装预制菜（如年夜饭套餐、家庭版烤鸡套餐），便于家庭聚餐。

•社区拼单福利：联合社区团购推出实惠装蔬菜、冷冻食品组合，满足家庭囤货需求。

三、产品支持与设备配置

在 2025 年第四季度，乐家生鲜在产品支持与设备配置方面进行了全面升级和创新。为进一步提升产品品质、运营效率和顾客体验，乐家生鲜引入了多项领先行业的新型设备，覆盖质检追溯、以及顾客互动等多个环节。这些新设备不仅在技术上优于前三季度的设备，更在环保、智能化和灵活性方面展现出显著优势，全面助力企业实现高质量可持续发展。

1. 智能质检与追溯设备

设备名称	主要功能	适用产品	供应商
全自动 AI 质检与溯源系统	实时监测产品品质，自动筛选问题商品，提供全流程溯源信息	肉类、海鲜、蔬菜	华测检测、飞利浦
区块链食品溯源平台	数据透明化追溯产品来源与流通环节，防伪防串货	高端进口食品、有机食品	京东数科、阿里云

在全自动 AI 质检与溯源系统的供应商选择上，华测检测和飞利浦各具优势，适用于不同的业务场景和需求。华测检测专注于食品安全检测领域，凭借其深厚的行业经验和领先的 AI 视觉识别技术，能够对肉类、海鲜、蔬菜等生鲜产品进行高精度检测。其系统强调全流程质检与溯源管理，能够提供从生产、运输到销售的全链路透明化追踪，支持企业进行质量问题追踪与责任归属管理，尤其适合对食品安全要求较高的企业。然而，华测检测的设备和系统集成成本相对较高，更适用于旗舰店和大型仓储中心。

相比之下，飞利浦依托其在智能硬件和图像处理领域的全球技术优势，提供高效、稳定的自动化检测设备。飞利浦的系统在实时性和数据处理速度上表现优越，能够快速完成大批量产品的品质检测和问题筛查，显著提升质检效率和响应速度。其设备操作简便，维护成本较低，更适合中大型门店和加工中心的大规模运作。然而，飞利浦在食品领域的深度定制化检测方案较少，标准化程度较高，针对特定生鲜产品的专业化检测能力略逊于华测检测。

综合来看，华测检测更适合对食品安全和溯源要求严格的旗舰店和中央仓储中心，注重品质把控和供应链透明化；而飞利浦则凭借高效的自动化检测能力，更适合中大型门店和生产环节，侧重于大规模、快速检测和高效运营。乐家生鲜可根据门店规模和产品类型灵活选择供应商，以实现质检效率与运营成本的最优平衡。

5. 顾客互动与体验设备

设备名称	主要功能	适用场景	供应商
AR 互动购物屏	增强现实购物体验，实时推荐产品搭配、营养分析	旗舰店、体验店	京东方、阿里云
智能试吃体验柜	自助试吃+数据采集分析，智能推荐个性化商品	旗舰店、社区门店	腾讯云、便利蜂

在顾客互动与体验设备方面，AR 互动购物屏与智能试吃体验柜的引入，分别针对旗舰店和社区门店，旨在提升顾客购物体验与品牌互动。供应商京东方与阿里云在 AR 互动购物屏领域各具优势，而腾讯云与便利蜂在智能试吃体验柜方面也展现了不同的特点和适用场景。

AR 互动购物屏方面，京东方凭借其全球领先的显示技术，提供高清晰度、超大尺寸的交互屏幕，增强现实购物体验，帮助消费者更直观地了解产品信息和搭配建议。其设备与线下环境无缝集成，适用于高端旗舰店和体验店，特别是在节庆促销和品牌联名活动中，能有效吸引顾客驻足互动。然而，京东方设备的采购与维护成本较高，对场地空间和安装条件要求较高，更适合大面积、场景化体验较强的门店。相比之下，阿里云在数据分析与实时内容推送方面更具优势，其 AR 互动屏通过与线上商城和会员系统深度联动，能够实时推荐个性化商品和搭配建议，适合注重数据驱动营销的品牌门店。不过，阿里云的硬件显示效果和互动体验感略逊于京东方。

在智能试吃体验柜方面，腾讯云以强大的数据采集和分析能力为核心，支持顾客自助试吃、实时反馈，并基于顾客偏好和历史购买记录智能推荐个性化商品。这一方案能够帮助旗舰店和社区门店精准把握顾客需求，优化商品陈列和促销策略。但腾讯云的系统集成度较高，实施成本相对较大。与此相

比，便利蜂的智能试吃体验柜以简洁高效著称，设备部署灵活、运维成本低，适合社区门店快速上线使用，能有效提升门店互动体验和顾客满意度。然而，便利蜂的推荐算法和数据分析能力相对基础，缺乏深度的用户行为洞察。

综合来看，京东方的 AR 互动屏更适合追求高端品牌形象与线下体验的旗舰店，而阿里云则在数据驱动和智能营销上具备明显优势，适合数字化程度高的体验店。腾讯云的智能试吃体验柜适合注重个性化推荐和数据采集的高端门店，而便利蜂则以高性价比和快速部署优势，更适合社区门店的日常运营需求。乐家生鲜可根据不同门店定位和目标顾客群体，灵活搭配互动体验设备，以全面提升消费者购物体验和品牌黏性。

#### 四、供应链可持续发展与绿色运营策略

在全球环保趋势和绿色消费理念不断深化的背景下，绿色供应链已成为企业可持续发展的核心竞争力之一。乐家生鲜紧跟行业趋势，积极响应绿色发展战略，在 2025 年第四季度全面推动供应链绿色转型。通过升级环保包装、构建低碳物流网络、推进绿色门店建设等多维举措，全面优化供应链运营模式，助力企业实现高质量和可持续发展目标。

##### 1. 绿色供应链建设

- 环保包装升级：引入可降解环保材料（如 PLA 生物降解塑料、纸浆模塑包装），用于蔬果、肉类和即食食品包装，减少塑料使用量。
- 碳足迹追踪：通过与京东数科、阿里云合作，建立碳排放监测系统，实现商品从生产到销售全过程的碳足迹追踪和披露，增强品牌绿色形象。

##### 2. 节能冷链物流体系

- 新能源配送车辆：逐步替换传统燃油配送车辆，采用电动冷链物流车（合作方：比亚迪、京东物流），降低物流碳排放。
- 太阳能冷链仓储：拓展太阳能冷链仓储规模，在各大区域中心建设节能型仓库（合作方：美的集团、Carrier），提高能源利用效率。

##### 3. 绿色门店建设

- 智能能耗管理系统：引入华为智能能源管理系统，实时监控门店能耗情况，动态调节照明、空调和冷藏设备的运行模式，实现节能降耗。

- 绿色采购政策：优先与绿色认证供应商合作，确保采购的商品和原材料符合环保标准，推动可持续发展

乐家生鲜通过绿色供应链升级、低碳物流布局和绿色门店建设，不仅有效降低了运营成本和碳排放，更强化了品牌的绿色形象，提升了市场竞争力。

## 五、会员体系升级与数字化营销创新

在消费升级和数字化浪潮的推动下，乐家生鲜为了进一步增强顾客粘性、提升消费频次和扩大品牌影响力，积极推动会员体系的全面升级，并通过多元化、精准化的数字化营销手段实现高效触达目标客群。通过构建多层次会员权益体系与智能化营销平台，乐家生鲜将在第四季度实现用户增长、品牌塑造和销售转化的多重突破。

### 1. 会员体系分层运营

- 多层级会员制度：细分会员等级（普通会员、银卡会员、金卡会员、黑金会员），分别提供专属折扣、定制化服务和专属福利（如生日礼遇、会员日抢购）。
- 积分兑换生态圈：与支付宝、京东 PLUS 合作，扩展积分兑换范围，涵盖餐饮、娱乐、健康等领域，增加会员互动。

### 2. 数字化精准营销

- 私域流量运营：依托企业微信和社群团购，开展社区拼单、社群专属折扣等活动，深化用户互动。
- 大数据营销：通过阿里云和腾讯云的数据分析平台，精准分析消费者行为，实现个性化商品推荐和营销推送。
- 互动营销创新：推出 AR 扫码互动（合作方：京东方、阿里云），让顾客通过扫码体验产品溯源、抽奖活动，增加品牌互动性。

在 2025 年第四季度，乐家生鲜通过会员体系升级与数字化营销创新，显著提升了用户粘性和品牌影响力。多层次会员制度和积分兑换生态圈增强了用户忠诚度，私域流量运营与大数据精准营销实现了高效触达和个性化推荐。AR 互动等创新手段提升了用户体验和品牌互动，全面助力销售增长和品牌价值提升。

## 六、总结

在 2025 年第四季度，乐家生鲜围绕产品结构优化、设备升级、绿色供应链建设以及会员体系创新等多维度，全面推进企业的高质量可持续发展。旗舰店聚焦高附加值与节庆新品，满足中高端消费者的多样化需求；社区型门店则围绕性价比和便利性，推出实用性更强的便捷产品，贴合社区家庭消费场景。

在设备配置方面，乐家生鲜引入了智能质检与溯源设备、顾客互动体验设备等，进一步提升了产品质量管理和顾客购物体验。绿色供应链战略的实施，通过环保包装升级、冷链物流节能改造和绿色门店建设，不仅有效降低了运营成本 and 碳排放，更强化了品牌绿色形象，赢得了更多消费者的认可。

此外，会员体系的升级与数字化营销创新，有效增强了顾客粘性和品牌互动。多层次会员制度与积分兑换生态圈拓宽了用户权益，大数据分析与 AR 互动营销创新实现了精准化营销和深度用户互动。

综合来看，乐家生鲜在第四季度通过产品、供应链、技术和用户运营的全面升级，不仅提升了运营效率和市场竞争力，也为企业未来的可持续发展奠定了坚实基础。