

# 设置智能提货柜 主打便利鲜食 北京首批三家地铁便利店 开业

本报讯 地铁站内便利店开始营业了！从7月25日起，6号线青年路站、7号线菜市口站、5号线和平里北街站内便利店开始试点营业，为乘客提供多种零售服务。

## 首家便利店主打便利鲜食

在6号线青年路地铁站厅，一座颇具现代感的便利店正式迎客。值得一提的是，这家新开张的便利店位于站厅西端，店内一整面冷藏柜里摆满了鲜食，虽然面积不大，但显得亮堂干净。店内还设置了可供乘客站立就餐的桌板，方便乘客在店内就餐。支付方式上，便利店目前支持微信、支付宝扫码支付和现金支付。便利店营业时间从早上6点到夜间11点，基本覆盖了地铁运营的主要时间段。

“终于能在地铁站里买到东西了，这对于早上赶地铁的乘客来说比较方便。”近日，刚刚下地铁的李女士走进便利店，购买了一杯美式咖啡后离开了地铁站。

据了解，这家便利店售卖的商品主要为鲜食产品，覆盖盒饭、沙拉、三明治等冷藏食品，同时提供艾窝窝、茶叶蛋和炒肝等特色小吃。此外，店内还提供热咖啡和豆浆等现做热饮。无论是早中晚三餐还是下午茶，乘客都能购买到合适的定制美食。除了鲜食之外，便利店内还提供雨伞等日用品，满足乘客雨天的出行需求。

为了服务赶时间的乘客，便利店内还设置了一排智能提货柜。未来乘客在搭乘地铁时就可以提前在手机下单，下了地铁，就可以通过扫码打开提货柜，提取到购买的商品，减少了排队等待的时间。提货柜内还安装了紫外杀菌和加热装置，确保了食品安全

卫生。

## 店址不影响乘客正常进站

在为乘客提供美味食品及便利服务之余，北京地铁公司也倡导乘客遵照乘客守则文明乘车，不要在车厢和站内进行饮食。

北京地铁增值服务部管理副部长齐燕介绍，此次开设的三家便利店，都在显著位置和食品包装上贴有“请勿在车站内饮食”“严禁在车厢内饮食”的提示，让乘客安心享受优质服务的同时，遵守文明秩序，共同营造良好的出行环境。

青年路站所属呼家楼站区区长张卫东介绍，在便利店开业前，车站已对消防安全设施进行了排查，并对便利店开业之后的客流进行了系统分析，同时对车站客运组织进行了优化。在选址上，这家便利店选择了人流量相对较少的西站厅，确保开业之后不会影响乘客进出站。

## 试点结束后将公开招标

青年路地铁站周边以居住区为主，周边有珠江罗马家园、天鹅湾、星河湾等多处大型住宅小区，以及连接姚家园、甘露园、北京朝阳站等方向的公交线路。目前，青年路地铁站工

作日每天进出站量约在8万到9万人，属于6号线客流量较大的车站。

不过，青年路地铁站附近原本就是东四环外的成熟商圈。地铁站东北角是11层高的朝阳大悦城，商场地下一层与地铁口相连，内部有面包房、奶茶店、熟食店和多家餐饮店面，并开设了一家带有就餐区的大型综合超市，乘客出站后，可以很方便地进入商场就餐购物。

该站便利店运营方新合作集团总经理韦斌介绍，地铁便利店直接为乘客服务，可以为乘客提供便捷、好吃的鲜食餐饮，解决之前乘客在地铁站“买不到吃的”这一痛点，为赶时间的乘客提供了一个更加方便的购物环境，相比站外店面有着独到的优势。

目前，地铁便利店还处于试点阶段，未来根据试点的效果，地铁方面还将通过公开招标的方式，将地铁便利店推广至更多车站。

(据《北京晚报》)

# 线上线下同发力 天福号直营店试水新零售

本报讯 近日，位于北京市西城区护国寺街的天福号直营门店悄然升级，一改往日单纯销售自有熟食及休闲零食的模式，新增生鲜果蔬等老百姓刚需的经营品类，蹚出了一条老字号试水新零售的新路子。

便民为民初心不变。为了最大化方便周边居民生活，天福号护国寺店率先变革，往日以熟食、零食为主的散售柜台，现在被蔬菜、水果、生鲜、调料等展柜取代，新增的蔬菜水果成为门店主角，既保证新鲜安全，价格又相对亲民。100平方米左右的店铺，得益于设计师的空间创意，各展区错落有致，一点不显局促。

开业当天，老主顾刘大爷一见店里新增的蔬菜水果便说：“以后买菜做饭不用来回跑了，来这一趟就够了。”店长王丹介绍，开业以来门店客流量明显提升，“人气更旺了，我们工作更忙了。”

线上线下同发力。据北京天福号食品有限公司负责人介绍，天福号旗下直营门店有20余家，大多位于北京二环内，周边配套便利店相对较少，为天福号直营门店转型提供了契机。未来，天福号旗下直营门店将全面转型为一站式社区便利店，试水“新零售”。

以推动线上线下一体化

进程为核心要义的“新零售”，其关键在于使线上的互联网力量和线下的实体店终端形成真正意义上的合力，从而完成电商平台和实体零售店面在商业维度上的优化升级。

天福号旗下直营门店作为线下实体终端，在服务百姓日常生活方面可以打通“最后一公里”，并依托邻近社区的地段优势和传承百年的品牌优势，为周边居民提供便利，为丰富首都功能核心区配套资源作出贡献。

因时因势创新前行。历经岁月沧桑，当年的“刘记酱肉铺”（天福号前身）如今已发展为集农业生态种养殖、食品领域等多元化产品和服务于一体的现代化食品企业集团。这得益于天福号因时因势不断创新。

北京天福号食品有限公司负责人表示，天福号一方面高度重视产品、工艺创新，加大科技研发投入，改进技术设备，解决传统工艺传承难题，在保证产品品质的同时提高产量；另一方面，不断提升经营管理能力，将线下与线上经营相结合，创新经营模式，尝试走多元化、国际化路线。

目前，天福号酱肉制品已涵盖中西口味的上百个产品门类，正通过直营门店、商超柜台、电商等多渠道“飞入寻常百姓家”。

(据《经济参考报》)

# 盒马社区自提店 已入北京等10个城市

本报讯 欧阳宏宇 陈董 近日，盒马鲜生宣布正式成立盒马NB事业部，打造“普惠版”盒区房。盒马事业群总裁侯毅介绍，盒马NB事业部将以自营服务站的形式，利用盒马既有的供应链、商品、物流网络体系和优势服务更多消费者。

据悉，目前，盒马邻里首批已进入包括成都、北京等在内的10个城市。其选址主要在城市外环、盒马鲜生门店暂无法覆盖的区域，为周边缺少便利店、菜市场等的居民提供包括活鲜、冷藏、冻品、常温标品在内的2万多种商品。而这也被视为盒马进军社区电商的重要动作。

在最近一段时间，社区电商赛道已出现了剧烈分化。盒马鲜生偏偏选择在此时入局，除了看重社区电商这一模式，产业洗牌的窗口期之外，相较于过去店仓一体化模式，盒马邻里更“轻”。事实上，侯毅此前曾透

露，盒马将停止前置仓模式的探索，并发力小业态。因此，盒马邻里也放弃了团长和低价两大传统策略，选择了前置仓和社区团购相结合的这一模式。对于该模式的试验，侯毅称，试跑2个多月，已经验证了可复制性和可持续性。

不过，迟到的盒马也面临着无法通过高补贴积累种子用户，并需要拼毛利的大环境。有数据显示，2020年年底主流社区团购平台上生鲜占GMV比重已下降到30%左右，整个业态走上了“靠生鲜吸引流，靠日化、百货家居等标品赚钱”的传统商超打法。

目前看来，盒马邻里采取的模式和大多数玩家相差无几，比的只是谁的店多、谁覆盖的面广。不过，在物流专家黄刚看来，盒马邻里有实体店面，可通过线上订单和线下服务，充分发挥盒马全品类、多温层的供应链运营核心优势，有利于盒马进一步深入下沉市场。

# 家乐福推出零售新业态苏宁超市

本报讯 陈克正 7月23日，家乐福零售云赋能的全国首店——苏宁易购超市店在沈阳开业。该店是一家苏宁易购超市加盟店，主营杂货、非食类商品，客流量充足、店内品种齐全。

据了解，家乐福“零售云”是家乐福旗下的全国性快消品供应链服务平台，提供“一站式”订货平台，所需的商品平台不断扩充。同时，家乐福“零售云”积极开放加盟，对外赋能，为中小零

售商户提供管理、服务、供应链及IT系统等赋能，此外还进行品牌授权，输出品牌及部分商品供应链。

今年1月，家乐福“零售云”线上APP上线，以苏宁易购集团的数字化技术为核心驱动力，依托自身丰富的商品资源及强大的数字化供应链履约能力，家乐福“零售云”构建了一个全链路智慧零售服务平台。

截至目前，家乐福“零售云”

平台服务已涵盖全国21个省51个地级市，拥有2000多个商品品类，包括酒水饮料、休闲小食、方便速食、牛奶乳品、日用百货等合计9个大类。

同时，家乐福零售云首店，也是家乐福加入苏宁易购以来，在苏宁易购零售云的体系中融合出的商超新模式，是全国第一家线下实体苏宁易购超市加盟店，标志着家乐福“零售云”时代的正式开启。