

轻食、饮料最受上班族欢迎

面包、三明治、酸奶……在地铁14号线来广营站京东便利店内,受上班族欢迎的轻食摆满了整面货架。每天早晨7点左右,随着早高峰到来,从便利店经过的上班族都会迅速地挑选自己爱吃的食品,然后走进附近的写字楼上班。

这家便利店是京港地铁精挑细选线路和车站开设的第一家便利店。它位于商场和写字楼林立的望京地区,也是上班族非常多的区域。针对上班族,车站和店内均进行了精心的设计。为了给通勤乘客节省时间,方便乘客能在14号线来广营站快速找到地铁便利店,京港地铁特别使用了活泼、鲜明的“京港地铁出行小管家阿捷”的卡通形象作为标识,在车站各出入口的最佳可视区域,为乘客贴心“指引”,乘客从列车下来出站,无论是走扶梯还是楼梯,都能看到醒目的指引标识,吸引乘客前往便利店。

便利店内设置了休闲食品及饮料区、日配简餐食品区、日用百货区等多个区域。乘客需求较高的食品和饮料放在了店面最显著的位置。除此之外,还能挑选到口罩、棉签、纸巾等护理类产品以及数据线、文具等办公用品,基本能满足周边上班族日常工作和生活需求。

京港地铁非票务收入部总管黄伟伦介绍,去年12月底14号线来广营站地铁便利店开业,经过1个多季度的培育推广,目前店铺整体经营良好。食品类销售额占比较大,其中面包类产品最受欢迎,其次为冷餐鲜食、休闲食品。但由于受到地铁通勤特征影响,高峰时间销售更好,平峰阶段顾客则相对较少。

据了解,像这样的便利店在北京地铁路网内还有很多,大多服务于地铁通勤族。比如在地铁东单站,京轻便利店主打义利面包、北冰洋饮料等老字号食品;在金鱼胡同和欢乐谷站,D+便利店针对旅游乘客引入了预包装食品。

北京地铁增值服务管理部副部长齐艳介绍,截至去年12月底,北京地铁在全路网共开设130多家便民服务设施,覆盖5号线、6号线和7号线等共计90多座车站。其中,京轻、D+、罗森、多点四家便利店占比较高,同时辅以少量的花店、药店、书店等便民特色小店。以上各类便利店与近几年在北京地铁线路内早已成熟布设的自动售货机、鲜花机、口罩机等,共同为地铁乘客构建了出行的便利服务集群。单从地铁便利店的经营来看,早上轻食类产品广受欢迎,晚上品质类甜品较受欢迎,乘客整体满意度非常高。

去年年底,北京地铁开设130处便民服务设施,其中九成以上为品牌便利店。近期,探访多家地铁便利店,发现轻食、饮料等商品最受上班族欢迎。在探访中,也发现一些现象,比如,一些地铁站尽管客流量很大,但进店人次并不是很多。对此,地铁公司也在“绞尽脑汁”为商家提供帮助,希望使便利店提供的商品服务更受乘客欢迎。预计今年,北京地铁还将再增加20处便民服务设施,进一步满足乘客需求。

北京地铁将再增
20处便民服务设施

“绞尽脑汁让便利店实现盈利”

非常重要。“北京地铁在设计之初,没有统筹考虑商业开发的需求,所以预留的商业空间不一定在客流动线上,不能真正发挥便利服务的作用,导致进站客流无法有效转化为进店客流,致使经营效果不够理想。”齐艳说。

缪东介绍,从经营情况来看,经营排在前几名的便利店分别位于西钓鱼站、金鱼胡同站、欢乐谷站、雍和宫站以及东四站,而这些车站均不是传统意义上的大客流车站。其中,东四站此前经营并不是很好,调研发现,安检设备的设置影响乘客“看得见、摸得着”便利店,经过调整客流动线后,营业额有了明显提升。

许多车站的便利店通过“微手术”的方式,将不是传统意义上的大客流车站变成了经营能力很强

的车站。比如,改变导流围栏等车站设施,重新设计客流动线,使乘客更易进入到便利店进行消费,真正享受到方便快捷的服务。

另外就是要做好“地面”和“地下”的服务功能的互补。

北京地铁公司为了进一步改善便利店的营商环境,可以说是煞费苦心。齐艳说,为方便各个商家每日送货,地铁公司研究制定了专门的方案,在指定时段让商家使用电梯,既确保运营安全,又能为商家提供便利;为了帮助商家扩大宣传,让更多的乘客知道便利店,地铁站里还专门录制了广播,提醒乘客便利店的位置和营业时间。

齐艳表示,通过多方面努力,尽管部分车站地铁便利店经营还有一些困难,但整体上看仍是趋势向好。

今年将再增20处地铁便民商业设施

不仅仅是对现有便利店进行调整,北京地铁还将继续新增20处便民服务设施,为乘客提供更多品类、更贴心的便利服务。

2022年北京市交通工作会议明确,今年北京将强化地铁增值服务,在车站继续新增20处便民服务设施。齐艳介绍,目前,北京地铁公司正在开展新一轮的乘客需

求调查等前期准备工作,相关开店事宜正在有序推进过程中。

而据黄伟伦介绍,京港地铁未来将会逐步在所辖线路开设便利店。

此外,黄伟伦表示,以14号线来广营站为例,除了便利店,地铁还会引入自动售货机、自助拍照机等商业设施,打造地铁商业角

落,培育乘客的消费习惯,为乘客提供更丰富的便民生活服务。同时,京港地铁还在探索“地面”和“地下”的商业互动,积极与政府及14号线沿线商家开展研究,共同打造基于地铁的商业带,未来,将陆续推出一系列地铁与商业的精彩活动。

(刘洋)