

本报讯 陈琳 北京市东城区龙潭地区实现养老服务“15分钟便民生活圈”全覆盖；西城区“父母食堂”开进了长安商场；海淀区中关村街道着重发展了以“小维修坊、小裁缝铺、小五金店”为主的低频刚需网点，满足市民需求。笔者近日从北京市商务局获悉，今年北京已基本建成300多个一刻钟便民生活圈。其中，被列为2023年北京市民生实事任务的82个重点项目已全部完成。

从北京市商务局了解到，便民生活圈纳入《北京市商业消费空间布局专项规划》，作为全市四级商业消费空间体系第四级：“社区级”，一体化构筑多层次商业格局。市商务局制定了便民生活圈划分标准，指导各区因地制宜、科学划定856个便民生活圈，确定总数、建立台账，2023年-2025年按照40%、30%、30%的比例有序推进。

东城、石景山、西城3个区入选商务部第一、二批全国便民生活圈建设试点。朝阳、海淀、丰台、大兴、通州5个区成功入选商务部第三批建设试点。据统计，北京市试点区数量达到8个，与上海并列城市第一。各试点区完善、落实试点建设方案，在全市打造一刻钟便民生活圈建设样板。

作为北京市首批“一店一策”改造升级的传统商场项目，长安商场自2019年重新亮相后主打“社区中心”定位，为周边社区居民打造“老北京新生活的体验场”。长安商场在地下二层打造了“银发金街”主题街区，呈现集生活驿站、健康驿站、社区食堂、老龄课堂、读书角、白塔寺药店等于一体的共享空间。

近日，笔者体验了位于长安商场地下一层的“父母食堂”，排队几分钟后，从十余种菜品和四五种主食中自选了狮子头、小炒肉、炒白菜、平菇炒肉、米饭作为午餐，称重后收费27.7元，蔬菜汤和小米粥免费。尽管今年4月份才开业，这家“父母食堂”已拥有很多“粉丝”，前来就餐的人中不仅有老人，还有很多逛商场的年轻人。不少老人吃完午饭，再打包好晚饭，“在这儿吃了再带走，一天的饭就都有了，一共也就花了30多元。晚上稍微热下就好了，很方便。”一位老人说。

东城区和平里街道根据辖区居民多、老年人多的特点，新增养老助餐点和街道级“和膳”中心食堂，推广“老年食堂+外卖”模式；在社区建立20个高德打车“暖心车站”，实现老人一键打车，并专享200元出行就医补贴。同时，该街道持续推动菜市场、便利店、社区生鲜超市、家政服务、特色餐饮等业态创新发展。东单菜市场为居民开设“小修小补”摊位，为辖区老年人提供电话购物及配送服务，开创“尚东单”线上平台，率先完成便民服务转型。

北京已建成三百多个一刻钟便民生活圈

商超动态

百联全渠道牵手社务商业 加速传统门店向数智门店进阶

本报讯 张钰芸 面向未来，一家传统线下门店如何积极向数字化门店演进？日前，数智零售服务商百联全渠道和社区型购物中心百联曲阳共建数字化协同试点，并尝试提炼可复制的数智零售解决方案。

该项目百联全渠道负责人介绍，聚焦经营者和消费者两大视角，以数字工具升级为依托，以数据驱动运营为引领，试点项目运行短短6个月，即为百联曲阳带来百万级的销售新增长。

从经营者视角来看，基于百联曲阳的业务体系，百联全渠道为百联曲阳搭建了一个从数据采集、存储、分析，到输出、应用全流程的BI体系，将过去分散繁杂的数据进行整合汇总，协助工具的使用者。

全渠道将百联曲阳的入驻商户纳入了百联生活商户管理系统，通过数字中台精准分析客群画像、消费偏好等，为后续商品建设、商户管理和运营规划提供指向。此外，百联全渠道派驻专业小组与百联曲阳运营人员并肩合作，根据门店在实践中的反馈持续迭代运营工具，“边用边改”形成良性循环。

从消费者视角来看，首先，百联曲阳数字化阵地迭代至3.0，升级重构了云店小程序布局，包括新增智能停车等多项便民服务入口，结合“到店”和“到家”场景划分了“百联生活”“邻家小铺”两大版块，围绕消费者偏好智能推荐产品等，提升消

费者的获得感和体验感。

其次，在数字化运营助力下，进行私域+公域的全渠道露出，实现内外部平台互通，多点触达消费者。在私域引流上，建立20+私域社群，沉淀7000+活跃粉丝，形成私域社群价值转化的案例；在公域引流上，深耕抖音、大众点评等平台，进行差异化内容传播。其中，抖音直播达到近百万级曝光。

再次，双方开展了多轮线上线下的联动营销，通过常态化的营销活动全方位链接消费者。选品渠道也逐渐从单一化走向多元化，从原本相对有限的内部选品，拓展至店外丰富资源，策划了“火锅节”“运动节”等主题营销活动，契合不同消费者的多样化消费需求。

随着上海一刻钟生活圈建设的全面推进，市民的获得感成为最高衡量标准。社区购物中心作为一刻钟生活圈的重要供给者，承载着周边邻里娱-游-购等多元消费需求，如何聚客、留客是当下商场普遍面临的难解之题。

当好百联的数字底座，百联全渠道与百联曲阳紧密携手，以数字化为破局点协同共创，充分链接线上和线下，协助百联曲阳从商场深入街道社区，通过数智门店将商场、商户、社区进一步联通，打造社区商业良性“微循环”，形成“社会共治、商家自治、多方共赢”的和谐格局。

近日，在百联曲阳一刻钟便民

生活圈2.0揭幕仪式上，曲阳路街道商户代表正式入驻“i百联”一刻钟生活圈的“百联生活”版块，共同为社区居民拓展美好生活带来新选项。

此外，双方还联合为街区绘制了一幅线上线下便民设施经纬地图，制作了一张为曲阳路街道居民及银发一族打造集餐饮美食、休闲娱乐、生活服务于一体的权益卡，共建了一间虹口区第一家商业体内的宝宝屋，联合“高兴曲阳，自律街区”自律联盟商户代表，线上开设邻家小铺、阳直播等，如今的百联曲阳正以一刻钟生活圈的数智中场凝聚社区“烟火气”，聚合全年龄段的不同客群。

数据显示，截至2023年11月12日，百联曲阳实现新注册会员增长达到98%，23年月均消费会员同比增长48%，23年月均活跃用户同比增长66%，会员留存率增长至34%，上榜抖音本地生活虹口区商场收藏版第一名、上海热销榜第二名、上海好评榜第三名……百联全渠道与百联曲阳共同打造的数字化协同试点取得了建设性成果。

据透露，接下来，百联全渠道计划在百联西郊购物中心、百联南方购物中心、联华超市等百联旗下商业体，以及百联体系外其他零售“玩家”落地数智零售解决方案，携手共探数字化时代下品牌与行业的长效增长模式，推进面向未来的数字化商业体建设。

加速拓店 布局线下 年内永辉超市将新增超10家门店

本报讯 王维祯 近日，永辉超市发布拓店进展情况。据悉，今年内，永辉超市将开设超10家门店。

据了解，增加烘焙、面点、熟食等加工餐饮区是此次永辉新店拓展消费场景的重要举措之一。以近期重装开业的永辉福州滨江金榕店为例，该店在入口处增加了现场制作的特色烘焙区。同时，在店内，永辉专门开辟出更具“烟火气”的现制早餐、轻食、卤味、炸串以及捞汁小海鲜等加工食品区，满足不同年龄层消费者的饮食习惯；在门店周边，永辉则推出极具性价比的永辉社区食

堂，真正解决消费者的“一日三餐”。

永辉在今年三季报中提到，该公司储备已签约未开业门店超100家，并将于第四季度陆续开设10家左右门店，且新店均为采取精细化管理的调优新店型。新店调整即围绕“商品、场景、服务”升级的核心逻辑，保留共性的同时根据不同区域特色采取“一店一议”的定制化改造，让门店更有体验感。

新门店分别位于山东济南北辰龙湖天街店、安徽合肥东风大道店/合肥砂之船奥莱店、重庆沙坪坝新纪元店、四川成都金牛区蜀西路店、

内蒙古包头万科印象城店、广东广州星河COCO park店、浙江杭州市曹家桥开元广场店、北京卧龙悦购店/陶然亭店、云南昆明世纪金源购物中心店等。

每家新店增加了更具人文关怀的“无声服务”，如新店增设休息区、加冰处、充电站、免费血压测量仪器等，从细节处提升消费者的购物体验；同时，不同区域的门店，还在场景中融入了更多的当地特色，如合肥新店着重展现了古韵安徽文化、昆明新店增加了七彩云南的元素、杭州新店则植入了醉美杭州的设计思路。

