

“烟火气”点亮北京地铁商业设施日益完善

本报讯 李博 近几年,北京地铁里的“烟火气”越来越浓,不仅有了便利店,还有了鲜花柜、早餐车、潮玩机等一系列商业设施。从北京地铁公司了解到,通过盘活释放车站空间资源,北京地铁打造了一系列便民设施与自助服务终端,目前各类设施每日服务乘客数量已超14万人次,北京市民“轨道上的都市生活”日益完善。

在北京地铁353座车站内,共设有1753台自助食品饮料机,日均服务7.85万余人次,满足了不同乘客的口味需求。这些设备内部配备先进的冷藏设备,确保食品饮料的新鲜度和口感,为乘客提供高品质的食品饮料体验。

在饮水方面,10条线路的123座车站设置了207台免费领水机,日均服务近2万人次。乘客只需通过微信扫描二维码,即可免费领取一瓶瓶装水。除了基础的免费领水功能,这些机器还提供专属定制头像、弹幕互动、个性化定制瓶身等丰富的互动体验活动,

使简单的饮水服务变得更具趣味性。

通勤族的早餐需求也得到了充分考虑。10条线路的35座车站设有30台早餐车以及15间面包店,日均服务3500余人次。便民餐车设置在客流动线附近,提供品类丰富、营养健康的中西式简餐,结合数字化程序实现“线上+线下”融合,满足了通勤乘客“立时可取”的需求,为忙碌的早晨增添了一份温暖。

为满足市民的文化娱乐需求,14条线路的90座车站设置了110台潮玩机,日均服务600余人次。潮玩机与知名潮玩品牌合作,推出各类热门IP盲盒、手办等产品,并设有展示区展示热门潮玩产品,成为年轻人在通勤路上的惊喜发现。

此外,为解决乘客手机电量焦虑,17条线路的345座车站共设有674台共享充电宝机具,日均服务2800余人次。这些设备提供多种型号的充电宝,匹配不同电子设备,并采用智能化管理系统,实时监控充电宝的使用情况和电量状态。

对于有外币兑换需求的乘客,8号线王府井站的外币兑换店提供了便利。该店支持兑换的币种多达40种,市民可凭二代身份证兑换外币,境外个人也可凭外国护照等证件兑换人民币或外币,日均服务60余人次。

在美化生活方面,10条线路的30座车站设置了30台鲜花展示柜,日均服务1000余人次。这些展示柜为乘客提供了便捷的购花渠道,在繁忙的工作生活中,让“一朵小确幸”成为地铁交通场景中的一道美丽风景线。

为方便乘客存放行李,北京地铁15条线路的76座车站设置了162台共享寄存柜,日均服务1270余人次。这些寄存柜布放在重点交通枢纽、文旅、商圈等站点,让乘客解放双手,来一场轻轻松松的City Walk(城市漫步)。

日常生活购物需求也在地铁站内得到满足。10条线路的88座车站设有102间便利店,日均服务4万余人次。便利店内商品种类丰富,涵盖食品、日用品等多个品类,并配备自助收银机,减少顾客排队时间,提高购物效率。



超市化身“家门口的博物馆” 物美探索食品安全溯源新范式

本报讯 “野生蓝莓丛可存活千年以上!通过地下根茎不断繁衍新植株,形成庞大的克隆群落。”

“樱桃番茄因生长周期短、易栽培,曾被NASA选为太空站实验作物。你面前是被人类选送太空的水果。”

这可不是在科技馆,而是在一家百姓身边的超市——近日,一场名为“家门口的博物馆”的活动在北京市物美超市双井店举行。在这里,无论生鲜区、乳品区还是调料区,都化身成一个个“微型展厅”,通过图文展板、地贴等用充满童趣想象的文案,搭配形象生动的画面,为顾客介绍与产品相关的趣味知识。尤其通过产地知识展陈诠释“最佳产地”采购标准,这里为消费者带来了一场透明、可信的消费体验之旅。

据物美的工作人员介绍,他们希望能够以这种生动形象的方式,让枯燥的食品科普内容更具趣味性,让消费者更容易接受,从而提升大家对食品安全乃至产地溯源的意识。对此,很多逛店的消费者也非常惊喜。“确实很有趣也很有用,原来自己每天吃的这些看起来平常的食品,背后还有这么多的知识。”一位消费者表示,通过这些科普能让自己更直观地了解每一种食品的产地源头,更能知道健不健康、安不安全。

目前,“家门口的博物馆”活动首批已在北京物美和全国麦德龙的30多家门店落地。同时,物美还将通过官方账

号物美超市小时达(抖音)在4月23日至29日期间,开展专场品牌溯源直播。通过溯源直播的镜头,直击简爱酸奶工厂的无添加生产线;揭秘益海嘉里“零反式脂肪酸”食用油的全封闭灌装工艺。

其实,“家门口的博物馆”是物美此前推出的2025年度“大小孩溯源季”系列活动的一个重要环节。“大小孩溯源季”的背后,则是物美聚焦食品安全、为消费者普及健康常识的初心:通过让供应链变得“透明”,让消费者“眼见为实”地体验到安全、干净配料表等食品,满足人们对健康消费日益增长的升级需求。

在这场以“溯源”为核心的活动中,物美直击消费三大关注点:成分是否安全,产地是否真实,工艺是否可靠。物美力图通过推动供应链透明化建设,用产地溯源强化食品安全保障。作为今年“大小孩溯源季”系列活动之一,“家门口的博物馆”通过奇趣的展陈,将门店内食品食材的产地知识等巧妙表达,让门店消费者可以边买菜边学知识,尤其是可以清晰地了解到所选食材的产地源头。

比如当下正是一年一度的小龙虾消费旺季,湖北洪湖百万亩小龙虾进入集中捕捞期。物美溯源团队,深入湖北洪湖小龙虾养殖基地,展示“清水白腹虾”的优质生态养殖环境,让消费者直

观感受优质产区与环境带来的安全感。目前,洪湖产地今年出产的首批新虾已在物美超市全面上市。

物美的“大小孩溯源季”活动今年已经是第二年举办,其背后则是物美集团采购标准的具象化体现。物美始终坚持严选好产地、好工厂及好商品。“过去消费者信任我们的选品,现在我们要让他们亲眼看见为何值得信任。”物美相关负责人表示,通过这种活动创新,物美不仅提升了消费者的消费知识,也帮真正的优质产品实现了转化——在物美超市,佳沛奇异果凭借其优质产地以及有效的溯源展示,近三年在物美渠道年均销售额增长45%以上,其中2024年同比增长达57%,高端金果销售增长尤其明显。而在去年的“大小孩溯源季”活动中,首批马来西亚猫山王鲜榴莲入驻物美就实现了超500万用户的触达,带来了实实在在的销售增长。

在食品安全向可视化、可感知发展的新消费时代,物美以“家门口的博物馆”为切口,正在探索一条从陈列到体验、从信息到信任的食品安全溯源新方式。可以说,当消费者开始关注食品食材背后的地理标志与工艺标准时,零售商的角色便从渠道商升级为品质背书者。物美通过“透明供应链”打造,提升了消费者的“信任溢价”,无疑是踩准了消费升级的关键节点。

(北青网)

永辉超市中骏世界城店 引领门头沟商圈服务提质

本报讯 近日,永辉超市西长安中骏世界城店完成以“胖东来模式”为标杆的系统性调改后正式开业。开业三日内,门店销售额同比增长93%,客单价上涨51%,线上订单量持续走高,成为北京市门头沟区商业提质的典型样本。

新店在布局上打破传统零售格局,采用低货架设计,营造通透购物空间。烘焙与熟食区扩容升级,增设“胖东来”品牌专区,引入多款独家商品。同步推出宠物寄存、母婴休息室等12项便民服务,配套扩大的人工收银通道,提升整体体验。

商品方面,结构80%对标胖东来标准,食品类汰换率达50%。同时引入进口零食、现制寿司等新兴品类,并上架数十款明星商品。生鲜依托“永辉农场+时令”体系,保障每日直供、更新鲜、更高效。

在价格与供应链方面,门店摒弃“先涨后折”促销模式,转向源头直采与联合采购,商品以成本价定价,实现“高品质、亲民价”。同时,优化流转效率,减轻供应商库存压力,带动产业链协同发展。

此外,门店还提供30余项便民服务和20项细节优化,从免费茶饮到鲜肉切丝,覆盖全流程购物体验。

门头沟区商务局有关负责人表示,此次升级不仅提升了区域消费场景,也带动周边餐饮、娱乐等业态协同发展,推动形成“消费—商业—产业”良性循环。未来,门头沟区将以该门店为样板,持续打造品质化、多元化的城市消费新地标。

(金台资讯)

盒马架起中澳美酒桥梁 维州精品酒款受欢迎

本报讯 在零售行业的多元化发展浪潮中,盒马再次以敏锐的市场洞察力,引领了进口葡萄酒市场的新风尚。据悉,盒马与澳大利亚维多利亚州葡萄酒行业协会达成深度合作,一批来自维州的精品葡萄酒正式上架盒马平台,为消费者带来了前所未有的味蕾享受。

此次上架的澳洲葡萄酒,均精选自维多利亚州众多知名酒庄,涵盖了从经典赤霞珠到优雅黑皮诺等多个品种,每一款都承载着澳洲独特的自然风土与酿酒技艺。盒马葡萄酒采购负责人敬雯表示:“澳洲葡萄酒以其丝滑柔和的口感和微甜不酸涩的特点,深受国内消费者喜爱。此次与维州葡萄酒行业协会的合作,是我们进一步丰富商品种类、提升购物体验的重要举措。”

在盒马举办的一场路演活动中,数十款来自澳洲的葡萄酒悉数亮相,吸引了众多市民驻足品鉴。活动现场,工作人员不仅为市民提供了专业的品鉴指导,还收集了宝贵的消费者反馈,为后续的采购选品提供了重要参考。通过此次活动,盒马与维州葡萄酒行业协会的合作更加紧密,共同致力于将更多高品质的澳洲葡萄酒带给国内消费者。

值得一提的是,此次上架的澳洲葡萄酒中,不乏一些独家新品和限量版佳酿。其中,福尔斯品牌的两款葡萄酒更是全国首发,为消费者带来了全新的选择。这些酒款不仅口感卓越,包装设计也极具特色,成为了市场上的热门话题。

盒马作为新零售领域的佼佼者,一直致力于为消费者提供高品质、多样化的商品选择。未来,盒马将继续深化与全球优质供应商的合作,为消费者带来更多来自世界各地的精品葡萄酒,共同开启品质生活的新篇章。

(日照新闻)