

政策引领创新 北京商超加快革新服务品质

本报讯 在商务部、国家发展改革委等部门联合印发《关于推动零售业创新提质实施方案》的背景下，北京商超行业迎来突破。7月25日，物美集团旗下全新业态“物美超值”硬折扣店将在丰台区、通州区、西城区、东城区、石景山区同步开出首批6家门店，以供应链革命践行“好货不贵，天天实惠”的民生承诺，推动北京零售业的创新高质量发展。

政策引领零售业升级，“物美超值”六店同步在京落地

《零售业创新提升工程实施方案》强调，零售业需通过场景

化改造、品质化供给、数字化赋能、多元化创新和供应链优化五大任务，构建“供给丰富、布局均衡、服务优质、智慧便捷”的现代零售体系。

从区域落位来看，本次新开的6家门店分别位于丰台区、通州区、西城区、东城区、石景山区等5个常住人口超百万的核心区域，门店面积1000平方米左右，精准嵌入人口密度 ≥ 5 万的高密度居民区，用“一刻钟便民生活圈”的物理半径覆盖居民日常生活圈。

从商品策略来看，“物美超值”硬折扣店全部商品围绕一日三餐与高频刚需做减法——

精选、刚需、高周转，一次购齐。商品总数控制在1300支以内，其中自有品牌(OB)占比超过60%，重点聚焦水果蔬菜、鲜肉鲜鱼、烘焙、3R、生鲜、杂货六大品类。

在品质管控上，物美将确保高标准：水果、蔬菜、肉禽水产全程冷链直达；烘焙区实行“小批量、多轮次”现烤模式，一天多次出炉，多款独家配方只在“物美超值”才能买到。物美集团负责人表示：“从供应链到烘焙间，我们把复杂留给自己，把省心留给顾客，致力于让‘物美超值’成为周边居民默认的‘生活主理人’。”

革新供应链，品质化供给打造高效零售模式

《零售业创新提升工程实施方案》明确指出，要“推动供应链提升，鼓励强化协同，优化流通渠道，高效衔接供销”。物美集团负责人表示：“硬折扣要做到低价高质，就要通过全链路提效杜绝浪费。”据介绍，“物美超值”通过工厂直供的货架包装、减少中间环节、优化包装设计等手段，将成本空间直接让利给消费者，以市场上具有竞争力的价格提供卓越品质的产品。

举例来看，“物美超值”每年会做4~6次全品类全商品检核，

且每周做全渠道价格对比，确保商品质量与价格竞争力，同时降低损耗率；针对高频刚需品类，物美仅保留少量优质SKU，结合自有品牌产品的深度开发，实现“高品质、低价格”的保障，解决传统零售中“选择困难症”问题。这种“少而精”的选品逻辑，既提升了运营效率，也与政策倡导的“精细化服务”高度契合，为消费者提供了更安心的购物体验，也在一定程度上推动零售业向绿色低碳方向转型。

随着北京物美六大“物美超值”门店的启幕，有望为消费者带来全新的购物体验，助力零售业迈向高质量发展。（金台资讯）

中国连锁经营协会倡议：

规范即时零售市场秩序抵制内卷式竞争

本报讯 王小月 近期，部分平台发起的即时零售价格补贴大战愈演愈烈，致使实体商家正常经营受到挑战、商品品质缩水、服务标准下降、商家利润承压等连锁反应。为守护市场公平、保障消费者权益，近日，中国连锁经营协会特向全体会员及相关企业发出倡议，推动行业回归价值竞争本源，共同构建健康商业生态。

协会倡议，各平台企业应立即停止利用市场优势地位实施的强制行为，严禁以“流量倾斜”“搜索降权”等手段变相强制商家参与价格补贴活动；严禁通过格式条款、算法规则强制商家承担超过合理比例的补贴份额；严禁实施“二选一”“独家合作”等排除、限制竞争的垄断行为。

各平台企业应在App主要页面显著位置持续公示算法规则与补贴机制，明确订单分配、流量加权、补贴分摊的具体计算逻辑，与入网实体商家进行补贴协商，为商家配置接单控制权，保障实体商家自主经营决策权和自主定价权。

协会提出，企业要严格执行商品或服务的安全与质量标准，杜绝因成本压缩导致的偷工减料、品质下降、服务缩水。不得通过先涨价后补贴、虚构原价等方式误导消费者；不得以0元购、超低价为噱头捆绑消费或隐藏附加费用。

企业要主动远离“价格比拼”“补贴换流量”“赔本赚吆喝”等短视行为和“内卷式”竞争，共同抵制价格战损害行业信誉的行为；坚守商业本质，强化品牌建设，提供好商品、好服务，明确商品或服务的合理利润率区间，避免陷入“利润为负—品质下降—消费者流失”的恶性循环。

协会建议，运用大数据、数字化、AI等先进技术赋能增

效，提升供应链管理效能与客户管理能力，以效率提升替代价格竞争；积极探索“线上线下深度融合”新模式，以商品或服务价值等非价格权益提升用户粘性；通过精准定位构建差异化竞争力，避免同质化低价混战，坚守价值创造长期经营理念，推动行业价值升级。同时，主动开展合规自查自纠，重点排查可能存在的违法违规行为和系统性风险，强化主体责任。主动报送或公开自查自纠与整改情况，接受社会监督。

此外，企业应为现场操作人员、配送人员、服务人员等合理设定工作时长与考核指标，提供安全可靠的工作环境，杜绝“以罚代管”，保障从业者基本权益。减少商品过度包装，推广使用可循环物流器具，持续践行“光盘行动”，降低资源浪费，引导理性消费，推动行业可持续发展。

“即时零售是线上线下深度融合发展的最佳实践，其生命力在于便利、品质与效率，而非资本驱动的价格狂欢。”中国连锁经营协会表示，希望各方携手摒弃“内卷式”竞争，以合规经营为前提，以品质服务为核心、以价值创新为动力，共同构建平台规范、商家盈利、消费者满意的健康商业生态。

▶ 相关阅读

本报讯 孙蔚 近期，近场电商领域出现的消费热点引发市场关注，其快速发展为消费者带来全新体验，在促进消费方面展现出巨大潜力。日前，由中国市场学会主办、中国社会科学院财经战略研究院承办的“电商下半场：远近融合的大消费平台与消费的增量创造”专家研讨会上，多位专家对这一现象进行了深入探讨，认为近场电商满足了消费者的即时需求，正为消费市场注入新动能。

近场电商又称即时零售，是一种区别于传统电商的新零售模式：消费者在本地平台下单，由附近门店即时发货并在几小时内送达。其巧妙融合了传统零售的线下触达优势与线上电商的便捷特性，在居民消费需求变迁、互联网技术持续演进以及本地配送等基础设施日益成熟的多重因素驱动下，迈入高速发展阶段。

随着居民消费需求的持续变化，“即时满足”已成为新的消费关键词。中国社会科学院财经战略研究院院长、研究员何德旭认为，当下消费趋势向体验化、情感化转型，以兴趣、情感满足为目标的新消费形态正成为

专家热议：

即时零售为消费市场注入新动能

主流。作为大消费与消费增量创造的重要力量，各大电商平台正进入大消费赛道，布局即时零售，融合线上线下优势，打造新消费场景，有效满足消费者个性化、品质化、便利化的需求，推动消费真正实现快速增长。电商平台布局即时零售是顺应消费趋势的必然选择，是扩内需、促消费的有效路径，通过创新供给激活内生需求。

清华大学长聘教授、数字经济经济研究中心主任王勇提出了“便捷经济”的概念。他分析认为，年轻群体作为互联网原住民习惯一键下单，银发群体也因行动不便依赖即时服务，且两者对价格敏感度逐步降低，更看重体验。这种需求变化推动电商从远距离配送向本地即时响应转型。

近场电商的快速发展，离不开技术创新与供应链能力的双重支撑。商务部国际贸易经济合作研究院信用研究所研究员王慧敏表示，这一消费行为需有强大完善的供应链作为支撑，而强大的供应链前端需要性价比高且丰富的产品品类，后端离不开高效的物流网络。

中国市场学会副会长、中国

社科院财经战略研究院研究员李勇坚认为，即时零售的竞争拼的不是流量，而是成本和技术。电商平台需要通过技术来提升上门服务的精准度、物流效率等，构建起强大的供应网络。

山东大学经济学院教授、数字经济与平台竞争研究中心主任曲创表示，即时零售是算法、算力密集型产业，对技术需求很高，比如北京的用餐高峰期，每个骑手接单的路线如何走是综合计算局部气象等变量后的最优解。此外，技术不仅赋能物流网络的高效，还能帮助商家提升销量。线下店铺接入电商平台后，所有产品信息数据立刻可视化，哪怕是简单的浏览量统计、货品出售趋势的数据分析，都能直接服务实体店制定销售策略。

北京大学数字金融研究中心特约高级研究员龚强认为，即时零售与外卖平台的发展是数字技术进步和市场需求精准匹配的必然结果。多平台进入带来良性竞争，有助于打破垄断、提升商家和骑手的议价能力。同时，他强调，平台应从价格竞争转向品质保障，强化食品安全、质量保障与溯源监管，推动行业向高质量发展转型。