

北京累计建成850个一刻钟便民生活圈

本报讯 吕少威 从北京市商务局获悉,经过三年建设,截至2025年年底,北京累计建成一刻钟便民生活圈850个,城区覆盖率达100%,服务社区3540余个,覆盖人口1510余万人,配置网点近11万个,对满足市民高品质、多样化生活需求发挥了积极作用。全市14个行政区入选商务部建设一刻钟便民生活圈试点,东城、西城、海淀、丰台、石景山等5区入选商务部便民生活圈全域推进先行区试点,试点区和先行区数量均居全国城市首位。

据介绍,在“全市一盘棋”推进一刻钟便民生活圈建设方面,北京加强顶层设计,工作机制

不断完善。将便民生活圈纳入北京培育建设国际消费中心城市统筹推进,横向各部门协同联动、政策同向发力。充分调动社会力量参与一刻钟便民生活圈建设。举办北京一刻钟便民生活圈共创沙龙,凝聚专家学者、协会、社区、企业、媒体力量,共谋共建便民生活圈。

在空间利用方面,北京充分挖掘资源,精细利用闲置空间。规划先行,做好便民商业空间保障。将便民生活圈纳入《北京市商业消费空间布局专项规划》,一体化构筑多层次商业格局。各区优先挖掘利用现有社区商业设施、闲置建筑、社区公共用房等存量空间资源。鼓励通过改造提升、功能置换、微更新等方式,融入便民服务功能。

在功能混合培育

便民服务新场景方面,北京鼓励“一店多能”,加速“圈圈融合”。鼓励不同业态、不同时段的服务功能在同一空间内高效集成与共享,鼓励“一店多能”、一站式商业综合体建设。推动一刻钟便民生活圈与养老托育圈、公共文化服务圈、健康健身圈等圈圈相融。优化证照办理手续,支持合理有效释放场所资源补充便民服务空间。

在数字化赋能方面,北京坚持智慧引领,数字化水平不断提升。鼓励支持纷享云图、腾讯等平台企业开发建设便民生活圈动态地图、“小修小补”便民地图,提供便民服务功能。各区坚持数智赋能推进便民生活圈建设,街道、社区与平台企业合作共建共享便民地

图。在生活服务业领域积极开展数字化转型,创新运营服务模式,增强服务经济发展新动能。

2025年,商务部等9部门印发《关于加力推动城市一刻钟便民生活圈建设升级的通知》,提出聚焦群众急难愁盼,突出“一老一小”,进一步将便民生活圈打造成宜居宜业、宜游宜购、宜老宜小的全龄友好型品质生活圈。

该负责人表示,下一步,北京市将巩固一刻钟便民生活圈全覆盖成果,精准补建基本保障类业态,因地制宜丰富品质提升类业态,凝聚各区各部门合力,推动提升便民服务质量,将一刻钟便民生活圈建成社区居民的“幸福圈”。



中国连锁经营协会·

二〇二五年我国便利店保持扩张态势

本报讯 从中国连锁经营协会了解到,2025年,我国便利店企业虽然面临零食折扣店分流等多重挑战,但便利店行业整体依然保持扩张态势。

中国连锁经营协会1月份对全国56家便利店企业的15.9万家门店2025年经营情况进行摸底调查。调查显示,2025年66.1%的企业总体销售额同比增长,64.3%的企业线上销售额同比增长,便利店客户消费从线下向线上迁移的过程依然持续中。2025年,67.9%的企业线上订单增加,16.1%的企业线上订单持平。此外,2025年线上销售增速10%以上的企业占比46.4%,远高于2024年的26.7%。

从门店数量来看,2025年83.9%的企业门店数量同比增长。具体来看,2025年便利店门店数净增加7572家。其中,门店规模在501~1000、1001~3000、3001~10000区间的企业新店平均增速最高,分别为10.8%、8.5%和6.9%。净增的7572家门店中,千家门店以上规模的企业占6395家,占净增门店总数的84.5%。

从盈利能力看,2025年盈利增长的企业占比有所下降,但过半企业依然保持盈利稳定。2025年,利润同比增长及持平的企业占57.1%,超过企业半数。总体看,便利店门店盈利能力差距在缩小,向行业平均表现聚拢。

(央视新闻客户端)

超盒算NB正式走出长三角 社区折扣超市加速扩张

本报讯 王惠绵 近日,盒马旗下平价社区超市“超盒算NB”在广东正式亮相,在东莞、深圳两地连开3家门店,这也标志着时下最火的新一代硬折扣店进入华南市场,给本地消费者和社区生态带来全新的消费变革。

一斤广东菜心1块9,1.2kg猪小排26.9元,950毫升一瓶的鲜牛奶6块9,1升装大瓶港式冻柠茶7块9,10斤装洗衣液17块8……在消费方面极致讲究务实的老广们,走进超市也直呼“平靓正”。早上7点多,位于东莞大朗镇的门店已经排起长队,开业之后店内人头攒动。

新一代平价社区超市入粤

超盒算NB,是2025年最火爆的硬折扣社区超市标杆品牌,主张“真实惠,够放心”。依托盒马沉淀10年的供应链能力,经过3年多的耕耘,在江浙沪已经开出超过400家店,是当下商业模式最成熟、规模体量最大的硬折扣超市。

“超盒算”谐音“超合算”,直白传递“商品价格超级合算”的价值主张;NB代表“Neighbor Business”,意为“邻里商业”,扎根社区,精准服务于周边居民的日常生活需求。

600~800平方米的门店,约1500款商品涵盖生鲜、3R、标品、冻品分

类,覆盖了居民“开火做饭、即食即烹、休闲悦己、居家日用”四大场景的需求。

“麻雀虽小、五脏俱全”,每家门店相当于一个“升级版菜市场+零食店+水果店+烘焙店”四位一体的全能小超市,既能买到开火做饭的蔬菜肉禽,也能买到精酿鲜啤、草莓蛋糕、咖啡奶茶、风干牛肉脆片等休闲零食,还能买到洗衣液、洁面巾等家居日用品。

值得一提的是,华南门店也引入许多当地特色,本地化商品数超过40%,包含烧腊熟食档口、本地蔬菜和肉禽、洗护用品等,有老广熟悉的天地壹号苹果醋、晨光牛奶、五羊牌雪糕、客家油粘米、黎记竹升面等。与此同时,超盒算NB也带来了许多江浙沪地区的经典商品,嵊州小笼包、南京七家湾锅贴、笋丁烧卖等,丰富当地市民的消费选择。

为支撑华南地区门店的高效运转,超盒算NB在东莞设立了冷藏、冷冻、常温3个温层的物流大仓。

硬折扣帮顾客省钱的“硬”气何来?

便宜,不等于低质;花小钱,也能买到好东西。这是新一代硬折扣店通过全链路系统性降本实现的“天天低价、件件爆款”,也是超盒算NB进入华南的“硬”气所在。

通过源头直采、定制,超盒算NB打掉了中间环节,去除了中间商的溢价;同时聚焦高频刚需商品,做到只只爆品,通过规模量产来降低成本。其中,“超盒算NB”的自有品牌商品销售占比达到60%,成为吸引客流的一大“杀手锏”。

以洗衣凝珠为例,一线大牌均价1.2元一粒,其中80%为营销广告和渠道等费用,与清洁相关的成本仅占20%;超盒算NB源头定制,无中间商、无品牌溢价、无渠道费用,仅需3毛多一粒,其中70%以上为原材料费用。

简而言之,超盒算NB通过极简商业理念,将不必要的环节、不必要的装修和包装等做极致压缩,旨在全链路为顾客省钱。所以门店随处可见整箱上架的零食、整筐上架的水果蔬菜,还有走“极简风”的门店装修。

超盒算NB在华南首批门店的开业,标志着硬折扣零售模式在经济活力最富集的区域落地生根。华南市场容量大、社区MALL的数量居全国前列,市民的消费需求热烈,是社区超市的“成长沃土”。以超盒算NB在华东地区的开店速度,预计2026年会快速进驻到当地更多社区,为广东市民带来更实惠的购物体验,也为当地的零售行业带来新消费动能。