2026年10月23日 星期五
E-mail:tougao_cfs365@126.com
首都食品安全



从核心商圈走向京郊新场景 北京前三季度“上新”首店766家

本报讯 首发经济，正成为北京建设国际消费中心城市的强劲引擎。近日，从北京市商务局获悉，今年前三季度，北京新增实体首店766家，举办首发、首秀、首展、首演活动893场，城市消费新鲜感持续拉满。

北京首发经济在保持规模平稳增长的同时，实现了供给结构向“新”提质，供给范围向外延伸，为国际消费中心城市培育建设注入强劲动能。

从业态结构看，今年前三季度，北京新增的首店中，餐饮首店占比近六成，呈现出显著的“悦己化”与“广域化”特征。LUNABERRi希腊酸奶碗北京首店、另茶OTHER TEA北京首店、星巴克臻选·星意坊全新概念店……健康轻食与差异化茶饮精准对接年轻群体悦己消费需求。

高能级餐饮不再局限于核心商圈，而是加速向京郊微度假场景延伸。L'ARÔME（芳芳）法餐厅、德国慕尼黑皇家啤酒屋等国际特色餐饮先后落地怀柔；郑洋和烤肉·酒馆、北岸南山等融合餐饮进驻密云；姥有黔贵州烙锅首店落地门头沟中骏世界城……一批特色餐厅有效填补了环京微度假场景的高端餐饮空白。

零售市场中，国际高能级品牌持续在京集聚。继蒂芙尼全球最新形象独栋旗舰店后，FILAKIDS全球首家钻石乐园店等品牌首店相继落地。垂直细分赛道也迸发新活力。“户外经济”持续升温，Macondo马孔多、安踏运动公园创新概念店集中入市，精准匹配年轻一代的运动生活方式；“国潮+东方美学”重构消费场景，前门西兴隆街密集引入馥郁满铺、席地而坐、浴见等本土东方生活美学品牌，以芳疗护肤、手工织物、天然洗护等“她经济”品类为载体，将东方美学融入日常悦己消费场景。

商品消费供给持续丰富的同时，服务消费也在升级。超超健康生活方式AI体验馆、时光门元宇宙AI科教文潮馆相继落地，标志着AI技术加速从产业端走向线下消费端。此外，文化与休闲体验服务持续向生态涵养区延展。无界书屋入驻怀柔，懂娘子茶酒肆落地门头沟王平镇，密云新增七雨猫手作DIY，进一步丰富了远郊区域的文体休闲供给，迎合了市民周末“微度假+深体验”的复合需求。

从空间布局来看，全市首店格局在“一核多极”的基础上，进一步向广域化拓展。市商务局监测数据显示，朝阳区以267家居首，继续发挥首发经济主阵地作用。

值得关注的是，今年三季度，首店空间布局呈现新亮点。一批首店在北京中轴线聚集，打造文化消费新名片。与此同时，非标商业空间与主理人经济深度融合，通州区首开宋庄LONG街、北京保利时光里等项目集中亮相，推动北京首店经济向全域消费空间纵深扩展。

“会展经济”搭台、“赛事经济”引流、“演艺经济”聚能，北京首发经济多赛道协同发力，活力迸发。前三季度，全市举办首发、首秀、首展、首演活动共计893场，其中9月单月达150场，环比增长17.2%。

市商务局相关负责人表示，展望四季度，北京市将持续发挥消费新业态新模式新场景“三新”试点建设资金的引导作用，健全首发经济服务体系，进一步支持商场、街区、文博及体育场馆打造多层次的首发空间，推动首发经济与银发经济、青春经济、户外经济、主理人经济等新消费赛道深度共振。

（北京日报客户端）

京东七鲜超市新店开业被挤爆 马连道“15分钟便民生活圈”再升级

本报讯 近日，京东七鲜超市马连道西宸里店正式开业。新店落地马连道西宸里B1层，与商场同期亮相。正式开门前，等候进店的市民已排起蜿蜒长龙。开业后，卖场迅速被客流填满，门店随即紧急启动限流措施，由工作人员引导顾客分批有序进店。

新店因地制宜，设置了多种异形货架，如增设的净菜区域环形岛台。同步增加了30个货架场景，并给每个场景增加了趣味性心智商品的商卡表达。

和净菜岛台一并极具辨识度的亮点之一，是新店将“明厨鲜切”延伸至更多生鲜品类。从水果蔬菜、鲜活水产到高品质肉品，均设置可直观看见加工过程的明厨区域。其中蔬菜品类首次推出明厨加工净菜，所有店内加工净菜均为当日现制、只卖当天。从净菜到鲜切肉、鲜切鱼、鲜切水果，省去了家庭备菜的繁琐，成为市民“扫货”的热门选择。

七鲜行业首推的“24小时鲜”商品依然是新店的人气担当。从蔬菜区各类新鲜的“24小时菜”，到肉品区仅选取牛脊背两侧最鲜嫩部位的24小时鲜切潮汕吊龙伴，不少市民一买就是两三盒。七鲜“180° 安心系列”下的180° 安心冷鲜手切羊肉，也精准契合北方消费者的饮食偏好，补货频率居高不下。这些商品同样支持七鲜超市行业首推的“全程溯源”系统，扫描商品溯源二维码即可查看基地资质、农残检测报告等信息，让美味与安心兼得。

正值火锅消费旺季，新店集中陈列的火锅季自有品牌好物格外吸睛。今年火锅季，京东七鲜超市主打“山海寻鲜”，上新十余种地标风味特色的近50款自有品牌火锅商品。如云南见手青菌子黄油鸡锅、贵州凯里红酸汤鱼锅等有料锅底，复刻地道风味的老北京铜锅涮肉底料、海南风味糟粕醋火锅底料，贵州糊辣椒酸汤蘸料、重庆蒜香油碟蘸料等风味蘸料，都是开业日抢购热点。

在今年的火锅季商品开发中，七鲜超市自有品牌开发团队先是绘制“全国火锅地图”，围绕消费趋势、地域特色进行差异化开发，再通过“常规升级、大包装家庭化、蘸料懒人化”等策略，把全国热门与地方特色火锅做成标准化、可家庭分享的差异化商品，让地域风味走上更多寻常人家的餐桌。

全球直采专区同样人气高涨。七鲜全球直采葡萄酒来自法国波尔多、新西兰马尔堡、智利中央山谷等知名产区，原瓶原装进口，省去中间流通环节，让好物不贵。如七鲜全球直采阿斯蒂莫斯卡托低醇起泡白葡萄酒，直采自意大利核心产区，花果香气浓郁，让消费者以高性价比喝到世界级风味。

近期七鲜烘焙围绕巧克力主题集中上新12款新品，新品也同步在马连道新店集中亮相。巧克力千层带来醇厚而不过分甜腻的口感，深受“巧克力控”欢迎；今年七鲜行业首推的“酵醒”天然酵液吐司面包也上新巧克力口味，店内再现“人手一包”抢购盛况；网上讨论度颇高的脆皮巧克力泥巴派蛋糕同步上架，成为热门之选。

走近七鲜超市新鲜零食货架，透明包装让每一颗果干、每一片肉脯清晰可见。七鲜超市在即时零售行业首推新鲜零食，目前七鲜新鲜零食覆盖果干蜜饯、风味零食与膨化食品三大品类，其中“配料表只有苹果”的七鲜冻干苹果，一上市便长期占据七鲜超市整体果蔬蜜饯类零食和七鲜新鲜零食排行榜前三名。

七鲜厨房同样烟火气十足，马连道既有成熟居民社区，也覆盖周边办公人群，家庭日常采购与便捷用餐需求旺盛。因而新店延续了北京区域一贯的丰富餐饮配置，风味食集、主食面点、自选凉菜、东北熏酱、海鲜元气蒸等各类美食一应俱全，无论是想便捷解决一餐的年轻白领，还是追求口味多样的家庭客群，都能在这里找到心仪“家常味”。

新店开业恰逢10月16日至18日京东七鲜超市“月中回馈日”，除部分超值爆品享专属优惠外，新店全品类商品线上线下均参与“满99减20”活动，每人可享三次优惠。而在新店通过七鲜App/小程序支付，实付79元再返100元券包。多重实惠叠加，让开业热度进一步走高，不少市民趁着优惠专程到店采购。

马连道西宸里店的火爆开业，不仅是京东七鲜超市拓店提速、商品力持续升级的有力见证，更通过高品质的商品供给和极致的服务体验，切实提升了周边居民的幸福感，为马连道片区15分钟便民生活圈注入了新的活力，让西城市民在家门口就能享受到“真新鲜 看得见”的品质生鲜体验。

（大众网）

责编：何妍君 版式：武凯强