

在京筹备社区超市 东方甄选闯入社区零售红海

本报讯 陈雪柠 新东方创始人、东方甄选CEO俞敏洪近日在东方甄选线下体验店合肥首店开业现场透露，目前正在北京筹备2000平方米的社区超市。10月26日，东方甄选方面表示，社区超市是新的门店系列，除了覆盖自营品之外，还将有全品类的超市产品、生鲜产品及餐吧、水吧等功能。

从400平方米的中关村体验店，到2000平方米的社区超市，东方甄选的线下布局将由“品牌体验”迈向社区高频零售赛道。它将在这片红海市场，直面与物美、京客隆等本地社区超市以及盒马、七鲜等品牌社区店的竞争，线上线下的一体化经营也将对企业的供应链能力提出更大挑战。

回溯东方甄选线下之路，北京中关村店可以看作是版图的起点。今年5月，其全国首家线下体验店开业，坐落于企业“大本营”新东方大厦南楼。该门店分为三大区域，其中零售区是核心板块，包括自营产品及第三方产品；水吧区提供咖啡、茶饮等自制饮品，提升休闲体验属性；餐吧区则涵盖早午晚餐、小吃等，拉动到店客流转化。

据东方甄选此前透露，该门店在售产品SKU（库存量单位）超1400款，其中自营产品占比约51%，包括休闲零食、粮油调味、冷冻食品、日用品等。目前门店常态化日均客流约在4000人次以上，客群覆盖周边居民、商圈职场人群及年轻消费群体。

北京首店落地后，东方甄选线下体验店在西安、郑州、张家口三地相继落地，此次开业的合肥门店是其第5家线下体验店。

“与中关村线下体验店相比，即将布局的社区超市面积上更大，是东方甄选新的门店系列。”该平台相关负责人还透露，除了自营店铺，品牌在部分城市也有分销渠道，目前有两家合作方，“另有部分合作方在合同阶段和合作洽谈阶段”。

有北京消费者反馈，曾在位于太阳宫凯德MALL的AW超市看到过多款东方甄选自营商品，如鲜牛乳饼干、黑豆粉、椰子卷等。

此外，该平台还在包括北京在内的多个城市上线即时配送业务，布设前置仓。目前，在京东、淘宝等平台，可以搜索到小营路店、黄木厂路店、西花市大街店等多家店，起送价19.9元，涵盖自营产品及第三方产品。

也就是说，从整体布局看，东方甄选正在试图打造从线上直播间到线下多类型业务的完整供给闭环。

一家线上直播平台，今年为何屡屡发力线下？从财报数据看，其底气与压力并存。东方甄选2026财年业绩显示，报告期总营收57亿元，同比增长29.8%；经营利润6.6亿元，实现扭亏为盈。其业绩改善的核心逻辑，正是自营产品扛起利润基本盘。

与此同时，线上流量见顶，也让东方甄选必须寻找新的增长曲线。根据财报数据，其报告期内抖音渠道已付订单9740万单，同比仅增长6.3%，远低于整体GMV增速。直播电商流量受平台规则、主播波动影响较大，而线下门店能够沉淀稳定的区域客群，构建独立渠道底盘。

此次规划的2000平方米社区超市，与此前小规模体验店有着本质差异。在业内看来，此前体验店更多承担品牌展示、粉丝打卡等功能，而社区超市瞄准周边居民日常买菜、粮油、日用品等高频刚需消费，属于重资产社区零售业态。这意味着，东方甄选不再只是线上品牌的线下展销，而是直接进入社区商超赛道，与成熟品牌形成正面竞争。

东方甄选过往优势在于直播带货，深度布局线下，则考验其精细化运营能力。“走向线上与线下的一体化经营，实现客户资源的互融共通，实现短板互补，这是目前头部企业的共同选择，东方甄选在线下的战略拓展也符合这一趋势。”中国食品产业分析师朱丹蓬分析认为，面向未来，东方甄选在供应链层面的挑战会比较大。“因为线上和线下的整体模式是不一样的。线上有发货周期，企业有时间去组织货源，但线下是即时销售，没有太多的时间差，这就对企业供应链的完整度，包括仓储、物流、服务体系等提出非常高的要求。”

从直播间到社区店，东方甄选的线下故事刚刚走入深水区。若新店能够实现盈利，平台有望探索出一条自营品牌驱动、线上线下一体化的零售路径；若运营不及预期，重资产投入也将带来业绩压力。市场正在观望，这家背靠新东方、从直播间崛起的品牌，能否真正在社区零售中站稳脚跟。

又一家北京传统百货焕新升级 多业态融合、聚焦首店经济

本报讯 张洁 北京又一家传统百货商场焕新升级。近日，新华百货CCmall项目主体改造已完成，整体焕新亮相。新华百货CCmall前身为经营19年的新街口百货，升级后更注重餐饮业态，引入多家北京首店及西城首店，定位“城市服务中心+家庭生活中心”。

据相关负责人介绍，升级改造后有90%是新商户，新增加了电玩、电竞、教培等业态。升级改造后更注重餐饮、体验和娱乐，相关业态占比达到50%。目前已入驻近70家餐饮、娱乐相关品牌，包括北京首店徽巷里、番石榴野生菌火锅、王德福铁板烧，西城首店丹江鱼市、陈记顺和潮汕牛肉火锅等。场景方面，商场打造了“光屿森林”“浮岛秘境”“沐光游园”等打卡休息区。7层天台设“观海”露台，未来对外开放后可在露台远眺什刹海区域景观。

新华百货CCmall于10月23日至25日开启36小时“不打烊”活动，百货零售、特色餐饮、休闲娱乐等全业态同步开放，同时带来百名萌兽主题巡游、民谣现场演唱、互动打卡等沉浸式场景体验。

有业内人士表示，新街口一带是北京老城商业高地之一，新华百货CCmall重装与完整亮相是新街口商圈提档升级的标志性节点。

京东七鲜超市推出『新中式蒸点』

本报讯 秋冬时节，暖软适口、方便省心的中式蒸点，成为不少家庭早餐和日常加餐的优选。近日，京东七鲜超市全新推出“新中式蒸点”系列，深挖南北传统面点制作技艺，结合现代高标准洁净品控工艺，满足消费者对日常蒸点健康、美味与便捷的多样化需求。

市面上不少预包装蒸点为拉长保质期，往往添加多种添加剂，不仅失去了现做蒸点的鲜活香气，也让注重饮食健康的家庭不敢轻易尝试。七鲜超市新中式蒸点以“鲜”字当先，坚持每日鲜制、短保锁鲜，最大程度锁住麦香与馅料本味。其中，主打应季尝鲜的“四时面铺”时令系列，把季节的风味蒸进了面点里。秋日限定的栗子包，面皮松软入口粉糯回甘，栗香醇厚不甜腻；桂花年糕馒头，入口带着淡淡桂花清甜，松软中不失年糕的韧劲儿；还有清润的荷花馒头、茶香悠长的伯爵红茶奶白卷、软糯的金桂米糕等，全部选用当季新鲜食材入料，成品保质期仅有4天。

顺着秋冬食补的需求，“好气色面点”养气血系列把温和滋养做成了日常方便款。该系列精选杂粮与滋养食材搭配，没有多余添加，吃起来温润无负担。红豆薏米卷把绵密红豆与清香薏米揉进松软面皮，谷物醇香层层散开，配一碗杂粮粥就是省心的养生早餐；黑芝麻核桃红枣卷集齐三样经典滋养食材，给孩子当加餐也放心；还有清甜的蓝莓山药双色小馒头、绵密的黑芝麻松糕等，每一款带着食材本身的香甜与多重营养，不用费心制作，方便又养人。

偏爱地道老味的食客，可以在“漕运古点”运河风味系列里找到惊喜。该系列沿着大运河寻味，把扬州、杭州等地的经典老味道搬上了日常餐桌。扬州风味翡翠五丁烧卖，薄透的面皮裹着笋丁、肉丁等满满馅料，咬开鲜汁四溢，带着江南独有的鲜爽；杭州风味麦青红豆松糕，麦青的清新草木香遇上红豆的绵甜，口感松软层次分明。不用奔波异地，在家就能吃到地道地域风味，给日常餐桌增添不一样的新鲜感。

这份入口的新鲜与安心，藏在京东七鲜超市对全链路的品控细节里。新中式蒸点不含防腐剂、增白剂以及人工色素，坚守每日鲜制、短保锁鲜，牢牢锁住刚出锅的鲜活口感；原料则甄选7星级当季小麦粉与纯果蔬粉，生产全程在十万级洁净车间完成，品控可追溯。每一口都是食材本身的自然风味，全家老少都吃得放心。

目前，新中式蒸点系列已在京东七鲜App、线下超市同步上新，活动期间线上还可享2件85折的福利。不管是工作日的便捷早餐、周末的家庭早茶，还是闲暇时的解馋小食，都能在寻常日子里，收获一份地道中式点心的小美好。

（北青网）