

北京再开店 沃尔玛试水“平价山姆”

在京布局两大新业态

近日,沃尔玛中国相关负责人向北京商报记者透露,在对北京进行全面的市场调研后,决定在京落地新一代门店以及社区店。此前,北京市场的沃尔玛门店数曾经一度收缩。根据公开信息,目前沃尔玛超市在北京还有5家门店,分别为昌平东关店、延庆妫水北街店、五棵松店、宣武门店、清河店。

上述负责人表示,接下来沃尔玛的新店主要选择城市高势能商圈或城市高密度社区点位,聚焦城市大众中产家庭及单身人群。6月中旬,北京商报记者曾走访位于天通苑的北京华联购物中心,其服务台工作人员表示,商场正在与沃尔玛洽谈。

北京是国内零售竞争最激烈的市场之一,聚集着传统商超、即时零售、会员店和硬折扣等几乎所有主流与新兴业态,且永辉、物美等老牌线下超市都不约而同地在SKU上做减法,在场景和服务上做加法,并开始重视自有品牌。

回望过去二十多年,沃尔玛凭借传统大卖场模式在北京攻城略地,却又因即时零售、前置仓、社区超市等新业态蚕食,逐步丢失阵地。此次卷土重来,沃尔玛必须拿出“硬核武器”。

尽管沃尔玛中国相关负责人未向北京商报记者进一步说明北京新业态的详情,但参考沃尔玛此前在成都、深圳的新一代门店以及社区店模型,或能窥见一二。

以今年沃尔玛改造后的成都凯德广场金牛店为例,该门店面积缩减至3000平方米、SKU精简至1万个,主打一站式购物,提供丰富的生鲜、食品、快消、非食等体验。沃尔玛落地的深圳多家社区店则主打“步行十分钟即达”,面积约500平方米,精选约2000款涵盖烘焙、生鲜、熟食等餐食及部分非食和日用品,用高频品类来拉动增长。与此同时,沃尔玛以App为代表的电商业务与两者串联,提供准时达、全城配、全国配以及供应商直接配

沃尔玛想要翻开新篇章。近日,北京商报记者从沃尔玛中国独家获悉,公司正在北京积极推进新一代门店和社区店选址,不久后将有沃尔玛新店与北京消费者见面。在中国零售市场,沃尔玛“仍在牌桌上,但打法变了”,它不再是单纯靠大卖场取胜的老牌巨头,更像是一个在积极调整身位、押注新模式的追赶者。

送等灵活多样的履约方式。

其中,自有品牌“沃集鲜”被沃尔玛视为体现门店差异化商品力的重点。2025年11月,沃尔玛宣布“沃集鲜”完成阶段性焕新升级,自有商品SKU发展至近千种。此外,沃尔玛持续收集顾客反馈并快速迭代。

围绕自有品牌,沃尔玛试图不断为顾客创造到店理由。此次将新一代门店和社区店复制到北京市场,相比单纯地增加门店,沃尔玛或许更在意自己这套高频的零售网络能否在竞争激烈的北京市场跑通。

从山姆“输血”到双业态发力

沃尔玛重新布局北京市场,也是其在中国实体零售变迁中尽快转型升级、迎合市场需要的必然之举。面对目前日渐复杂多元的中国零售格局,显然,沃尔玛中国增长的重任不能始终靠山姆来扛。

过去几年,沃尔玛中国的增长故事主要由山姆会员店撑起。据公开数据,沃尔玛中国2025年实现销售超1900亿元,其中贡献超千亿元销售额的山姆占据压倒性业绩,且仍在高速扩张。但同时,随着山姆的付费会员数从2019年的200多万人增至如今超1000万人,其会员数正在面临增长瓶颈,快速扩张也导致了商品品质下降和信任危机。在黑猫投诉平台上,与山姆有关的投诉已超过1.6万条。

在山姆门店稳步扩张的同时,传统大卖场沃尔玛经历了一轮大规模闭店调整。中国连锁经营协会数据显示,2025年沃尔玛与山姆合计门店342家,相较2019年的最高值442

家,缩减了100家。但在山姆的业绩支撑下,沃尔玛也能持续调整商业模式,从2024年起持续对大卖场门店进行调整升级,并于去年开始在深圳探索社区店的新模式。

在市场监管总局6月15日就食品安全问题约谈山姆后,沃尔玛中国迎来多项人事调整。其中,沃尔玛商店业态总裁祝骏的职责范围扩大,开始分管沃尔玛中国地产部。在沃尔玛中国总裁及首席执行官朱晓静发布的内部信中,她提到,目前山姆和沃尔玛双业态都进入了快速发展阶段,将进入更多的城市,开出更多的山姆会员商店、云仓、沃尔玛商店以及社区店,服务更多的会员和顾客。

这一人事变动或许释放出了重要信号,沃尔玛需要为集团赢得更多增长空间,而不能再依赖山姆的“输血”。

沃尔玛押注的新一代店型和社区店两类场域,正在承接其“山姆向上,沃尔玛向下”的市场策略。山姆继续聚焦对生活品质有高追求的都市中产家庭,在品质与规模中重新找到平衡。而沃尔玛业态则通过两类新店型,向规模更大的下沉市场扩展。

据了解,沃尔玛成都凯德广场金牛店已经采取价格带商品的策略,例如9.99元价格带既包括了30多款烘焙商品,也有HPP果汁、NFC果汁系列,水饺包子早餐系列等。沃尔玛计划以该店型为蓝本,加速推进全国各地门店的升级改造项目,预计在今年内将迎来超100家门店升级以及新店开业。

社区店则承担另一种角色。据沃尔玛介绍,相比传统大卖场,社区店面积更小,主力店型约500平方米,但更加贴近社区,承担更

高频、即时的一日三餐日常消费。沃尔玛方面表示,通过加密门店网络,社区店能够填补其大店未覆盖的空白区域,让更多顾客由此触达焕新的沃尔玛生态。

靠品牌差异夺回到店客群

近几年来,北京零售市场的竞争已从“开更多店”转向“卖什么货”。大卖场升级和社区店模式并非新鲜事,无论永辉、物美等老牌商超,还是盒马鲜生、京东七鲜等超市,都在想方设法通过烘焙、熟食等高频品类以及精选非食商品来吸引客流,拉动增长。在这样的市场环境下,商品力正在成为决定消费者最终选择的重要因素。

沃尔玛同样有着这一判断。自有品牌“沃集鲜”被其视为沃尔玛业态转型升级的重要载体。沃尔玛中国相关负责人表示,关于自有品牌“沃集鲜”的考核体系,其内部更看重产品复购率、社媒净推荐值,以及品牌净推荐值在内的一套以顾客体验为核心的数据维度。不难看出,沃尔玛也在强调自有品牌的商品力。

过去,沃尔玛自有品牌更多以“惠宜”为代表,覆盖包装食品和日用品等大众消费品。近年来,聚焦生鲜、食品、饮料等品类的沃集鲜被沃尔玛推上前台,并提出“简单配料、优选头部企业、稳定质价比”三项原则,希望通过更加透明的配料和稳定的品质建立消费者信任。沃尔玛表示,沃集鲜的开发是从识别市场空白入手,填补那些始终清晰存在却被主流市场长期忽略,甚至是连顾客自己都没发现的需求。

在零售业专家胡春才看来,目前沃尔玛在中国实体零售的竞争力主要依托于三大业态板块:发展成熟的山姆会员店针对高端及中产家庭客群;由传统大卖场改造而来的沃尔玛新一代店型,对标盒马鲜生;主打硬折扣与便利性的沃尔玛社区店。这种多业态的布局,为其自有品牌创造了独特的品牌协同效应。

胡春才认为,消费者对沃尔玛集团的信任具有传导性,山姆多年积累的品质口碑,也为沃尔玛旗下自有品牌提供了天然的信任基础。虽然不同业态销售的商品和供应商有所区别,但其自有品牌开发思路、品质标准和供应链体系具有一致性,这种集团品牌背书,有助于消费者快速建立对沃集鲜等自有品牌的认知。

与此同时,沃集鲜在产品定位上也进行了差异化设计。相较于山姆的大包装批量销售,社区店自有品牌提供更小包装、可单买的形式(如单袋湿巾),更适应日常高频消费。在价格策略上,沃集鲜定位为“中等偏上品质,市场价格较低”,走硬折扣路线,与山姆的高端定位形成区隔。

但北京市场对沃尔玛提出的考验也集中在商品本身。胡春才认为,沃尔玛起源于折扣零售,其竞争优势一直是规模化采购和成本控制能力。相比河南胖东来、湖南步步高区域龙头零售企业,沃尔玛在生鲜品类的现场体验,以及熟食、烘焙、面点等加工品类上存在明显差距,可能导致其在强调烟火气和现场加工的生活馆模式中表现偏弱。

此外,对于社区店而言,沃集鲜尚处于发力初期,需要验证其产品力能否支撑“品质+低价”的定位。同时,它也将直接面对超盒算NB等已具规模的硬折扣竞争对手,需要在供应链成本控制和本地化选品上建立优势。

曾经,沃尔玛长期占据着北京零售市场的高光位置,但被更快速的创新者们挤到角落。如今,沃尔玛在北京重整旗鼓,试图创造出消费者选择沃尔玛的新理由。

北京商报记者 何倩 毛思怡

民企显身手 关注中小微

借“剪纸”灵感 智冉医疗跑通千通道脑机接口赛道

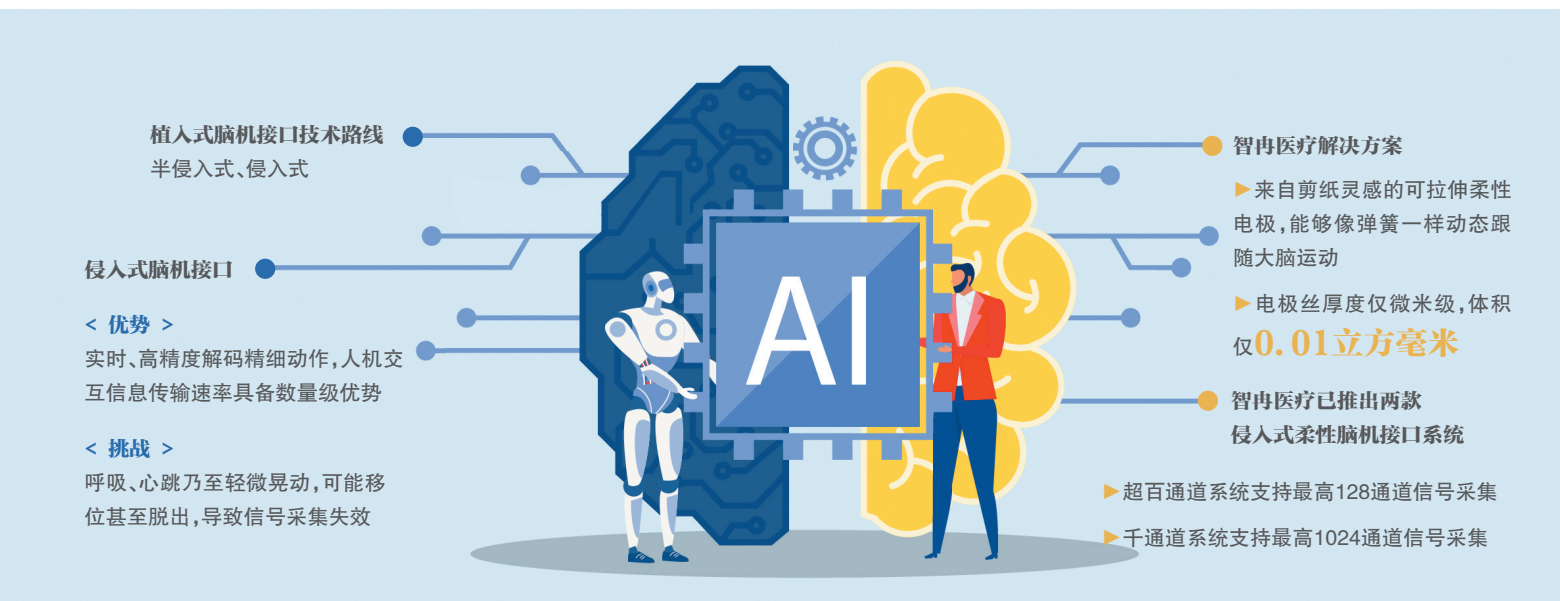
成立于2022年的智冉医疗,是一家扎根北京、专注于侵入式脑机接口技术研发的创新型中小微企业。成立仅四年,这家企业已累计融资近8亿元,接连突破超百通道和千通道两款侵入式柔性脑机接口系统,先后完成国内首个超百通道侵入式柔性脑机接口术中短期及长期临床植入。近日,北京商报记者走进位于中科资源大厦的智冉医疗,探寻这支本土团队如何在脑机接口这一全球科技前沿赛道实现“直道超车”。

一张“剪纸”背后的技术突破

当前,植入式脑机接口主要包括半侵入式脑机接口和侵入式脑机接口两种技术路线。侵入式脑机接口直接将柔性电极植入脑组织内部,从而能够捕获具有高时空分辨率的单神经元动作电位,不仅可实现对精细动作的实时、高精度解码,且在人机交互的信息传输速率方面有数量级的优势。智冉医疗正是侵入式脑机接口领域的头部创新企业之一。

不过,人体大脑并非静止不动,随着呼吸、心跳乃至轻微晃动,脑组织与颅骨之间始终存在微小的相对运动。如果电极无法适应这种动态环境,就可能移位甚至脱出,导致信号采集失效,这也是全球侵入式脑机接口领域面临的共性技术挑战。

智冉医疗首席科学家方英团队找到的解决方案,灵感来自中国传统剪纸艺术。团队研



发的可拉伸柔性电极,将拉伸负载转化为弯曲形变,使电极能够像弹簧一样动态跟随大脑运动。2026年2月,这项成果发表于国际学术期刊《自然·电子学》。

在电极材料上,团队同样追求极致。智冉医疗向北京商报记者展示了一根比头发丝还要细十几倍的柔性电极,该电极采用聚酰亚胺基底,厚度仅微米级,真正植入脑组织的电极丝体积仅0.01立方毫米。

智冉医疗联合创始人、CEO宋麒表示:“这不只是一个电极结构提升,关键在于它对单神经元细胞级别信号的采集效率非常高,这在国际上是从未有过的。我们的目标也不是追赶谁,而是在侵入式脑机接口这条赛道上实现‘直道超车’。”

从超百通道到千通道

如果说可拉伸电极解决的是长期稳定性的基础问题,那么通道数的提升则直接关系

着脑机接口系统的功能上限。

智冉医疗目前已推出两款侵入式柔性脑机接口系统,其中超百通道系统支持最高128通道信号采集,已于2025年完成国内首个超百通道侵入式柔性脑机接口长期临床植入;千通道系统支持最高1024通道信号采集,今年3月在中关村论坛年会期间发布。

对于通道数的提升,宋麒解释,脑机接口系统通过采集大脑神经元发出的信号,经算法解码后转化为对外部设备的控制指令。通道数越多,意味着能同时采集到的有效神经元信号就越多,解码的精度和可操控的自由度就越高。

千通道侵入式柔性脑机接口系统的另一项突破,在于其国产定制神经芯片的应用,使整体功耗降低75%。全植入式无线信号采集器采用可充电电池设计,通过体外无线充电方式充电,这一设计在国内侵入式脑机接口产品中尚属唯一。

在临床应用端,智冉医疗的侵入式脑机

接口产品主要针对因高位截瘫等导致肢体运动功能障碍的患者,帮助他们实现部分功能的重建与替代。目前,公司已与包括北京天坛医院在内的全国数十家医院建立合作,启动超百通道侵入式柔性脑机接口系统的大规模多中心注册临床试验。

随着通道数进一步提升,临床电极植入手术在效率、精度和安全性方面也面临着更高要求。为此,智冉医疗提前布局了电极植入机器人,为未来高通量脑机接口系统的规模化临床提供技术储备。

北京服务助力成长

作为一家成立仅四年的中小微企业,智冉医疗在脑机接口这一高技术壁垒的赛道上能够快速成长,离不开北京营商环境的持续优化。

2026年,北京以“北京服务”为统领,迭代推出第9版改革行动举措,突出为企业发展赋

能、普惠中小微企业、提升服务质效三大导向。在融资方面,北京深入实施“北京畅融工程”,加大专精特新贷、研发贷等推广力度,鼓励银行加大科技型轻资产企业信用贷款投放。

宋麒对此也深有感触:“从初期的人才政策,到现阶段助力推进注册临床研究,北京市政府协调北京市药监局、北京市科委、北京市卫健委、北京市经信局、北京市人才局等单位,给了公司非常多的支持,包括帮我们引进人才、对接临床资源、协调相关资源、加速产品落地等。”

截至目前,智冉医疗累计融资额已近8亿元,先后得到了国内顶尖VC及头部产业资本的投资支持。2026年2月,公司完成3亿元A+轮融资,由中科创星领投,老股东君联资本、北京市医药健康产业投资基金、IDG资本等持续跟投。

在政策层面,脑机接口于今年3月首次被写入政府工作报告,与量子科技、具身智能、6G等一同被列为重点培育的未来产业。宋麒表示,未来期待通过新兴技术的深度融合,催生出搭载具身智能等新技术的医疗设备,推动精准诊疗发展。

北京商报记者 董亮 王悦彤

第十二届“E音之夜”多媒体电子音乐会成功举办

中国传媒大学第十二届“E音之夜”多媒体电子音乐会成功举办。王铎教授担任总导演及艺术指导,带领主创团队历时半年精心打磨,呈现了一场融合音乐、影像与科技的沉浸式视听盛宴,2023级电子音乐方向盛思源作为制作人创作的原创作品《艺术家》,充分展现了青年学子在人工智能时代保有“个性”的原创实力与艺术风采。