

有大型商超逆势猛扩张

这些超市各出奇招 生意火爆客似云来

便利店、生鲜超市、社区团购、线上零售……在各个渠道夹击下,依赖线下经营的连锁超市面临较大压力,一些门店相继关闭,但也有一些超市在逆势中扩张版图,卖场内客似云来。

推出会员制严抓品控量大管饱

公开信息显示,1996年沃尔玛旗下的山姆会员店进入中国市场,到2016年门店数达15家,到2023年年底,7年时间就新增布局了32家。按规划,山姆会员店将一直保持着每年新增6-7家门店的速度扩张。以广州为例,近期关于广州第三家荔湾岭南V谷店何时开业,第四家山姆会员店将落地何处,也成为城中热话。

尽管山姆的会员制以及分量超大让部分市民望而却步,但也有不少人成为其忠实拥趸。许女士说:“我以前也奇怪怎么有人办会员卡去超市,现在发现真的好香。”在许女士看来,虽然山姆货品分量大,大部分商品品控尚可,对于自己一家三口而言,采购一次吃一周已经成为了习惯。市民小鸥的日常生活所需基本在山姆搞掂,为此其经常被朋友戏称是“最爱山姆的中产”。小鸥认为,山姆的很多商品性价比还是不错的。

记者于4月21日晚上9时走访番禺山姆店,发现场内依旧人头攒动,新品试吃排队的队伍都有十多米长。

另一家会员制超市开市客(Costco)也受到不少人青睐。今年1月初,华南首家开市客超市在深圳正式开业。有市民反映,开业当天在场外要排5小时队才能进,而场内也是人山人海,挤得走不动道,现场堪比春运。开市客官方数据显示,在开业当天,深圳门店299元的会员卡卖出了14万张,居全球首位。销售额也刷新了开市客以往的开业销售额纪录,居全国首

位。记者在走访中了解到,不少年轻人期待广州首家开市客早日落地,“山姆主要还是食品品类的,更期待开市客,能买一些日用百货。”

超市服务好被戏称“6A”景区

近段时间,被小米创始人雷军称为“中国零售业一直是神般存在”的胖东来,屡次登上热搜。据悉,被网友戏称为“6A”级旅游景区的胖东来,在清明假期吸引全国各地的游客组团“打卡”。拥有13家实体店的胖东来,以服务好著称,虽然未走出河南,甚至还没走进河南省会郑州,但是依旧被视作国内商超界的顶流。

除了常规前来购物的顾客,胖东来亦吸引不少旅游团或者研学团队。广东肇庆开着一家中小型超市的梁先生就在清明期间,带着骨干人员特意前往许昌和新乡,并在新乡的胖东来逗留了大半天。不少慕名而来的网友在社交网站发文表示,的确被胖东来的服务质量折服。更有网友逗趣透露,原意是想进超市吃一碗十来元的面食,结果在工作人员周到服务之下,自己硬是消费了将近200元。不少广州街坊向记者表示,挺希望身边就有一家胖东来,可以享受一下传闻中与众不同的服务品质。

走精品线路超市服务更细化

位于天河太古汇负一层的ole'精品超市,是属于华润万家旗下高端精品超市,于2011年8月开业,如今已有13个年头。记

者走访见到,即便是在工作日,这里的顾客依然很多。烘焙区、零食区、水果区等不少顾客在挑选商品,在茶叶区还有顾客品茗聊天。每个顾客附近都有工作人员,为挑选商品的顾客进行讲解,提供帮助。

90后的林小姐告诉记者,ole'的商品品质比较好,她经常来这里逛。在母婴区,戴阿姨带着小孙女正在选购婴儿辅食。“奶粉、婴儿辅食这些,有一半是在这里买,一半在网上购买。”戴阿姨说,有时工作人员还会送一些小玩具给小朋友。陪妈妈购物的李小姐则表示,习惯在这里采购蔬菜、水果等生鲜类食物,“质量比较好,品种也多,进口的东西比较多。”

街坊青睐特色小商超有性价比

记者走访发现,在广州番禺洛溪地区,虽然有多家商超关闭,但洛溪市场附近的中小型商超也自有其生存之道。住在附近的马姨说,菜市场、超市万德信以及附近的零售店自己都会光顾,“有时觉得菜市场便宜,有时觉得超市性价比高。多几个选择,对于消费者来说是一件好事。”

马姨的女儿小婉则告诉记者,自己买零食很少网购,因为附近有家经营很多年的小商超,售卖的零食非常有特色,足以满足自己的需求,“有些东南亚国家的特色零食,我在网上对比过,发现比网购、代购更便宜。”“00后”的小婉认为,网购不是年轻人的专属消费行为,无论线上还是线下,性价比高、有特色才是王道。

专家看法

线下零售不会消失 只是换一种形式存在

“逛超市”线下消费会被网购取代?怎样的“人货场”新零售模式更“好逛”?就上述问题,记者采访了宏观经济专家李泽江。

在李泽江看来,疫情过后,经济稳健复苏,传统商超的确正面临极大的转型升级的压力。“首先是租金和人工等成本不断上涨。其次,会员制大型超市如山姆会员店、开市客等高性价比的压力,以及强体验感零售店的客流争夺。此外,线上平台、新零售商如盒马鲜生等分流了客源。”李泽江认为,目前,大型仓储式的商超、小型的精品零售店存活的概率更大,而处于中间的中大型传统商超面临重构,“这部分传统商超被迫转型升级,要不然可能会被线上零售渠道和线下大型批发式的会员制商超同时蚕食。”

对于网购挤兑掉传统商超的说法,李泽江则认为,虽然线上零售模式(网购)占比越来越大,但是当前线上销售并没超过线下。“根据国家统计局数据,今年1至3月份,全国网上零售额33082亿元,同比增长12.4%。其中,实物商品网上零售额28053亿元,增长11.6%,占社会消费品零售总额的比重为23.3%;在实物商品网上零售额中,吃类、穿类、用类商品分别增长21.1%、12.1%、9.7%。”

同时,李泽江认为,线下零售是永远不会消失的,只是换一种形式存在而已,“以前是线下看到后线下消费,之后是线上看到线上消费,而现在是线下体验,比价后才决定是线下消费还是线上消费。”这也是为何越来越多年轻人喜欢逛超市的原因之一。李泽江坦言,“喜欢逛”不代表“最终买”,消费者会选择在线下实体店沉浸式逛过之后,看看哪里性价比高,才决定在哪里购买,“未来的新消费模式,应该是‘线下体验-线下购买-线上复购’或者是‘线下体验-线上购买-线上复购’。我们看到,沃尔玛中国电商渗透率为48%,说明未来传统的沃尔玛减少成为必然,以会员为核心,集采那些高性价比产品的山姆会员店,将可能成为主流。”



▲不少市民到山姆会员店选购商品。



■ole'精品超市。

声音 | 一起逛超市吧!这就是生活

线上零售模式(网购)占比越来越大,难道“逛超市”这一消费行为最终会消失?记者走访时却发现,其实不少街坊仍然钟意逛超市。

年长者:逛超市强身健体还能省钱

居住在海珠区怡乐路的郭老伯退休多年,如没特别情况,他和老伴每天的固定安排便是晚饭后到珠江泳场沿江一带散步,然后到附近的一家中小型商超买菜。郭老伯告诉记者,自己和老伴退休金加起来有小一万,不过两人都秉持勤俭持家,每晚八点之后会到超市“捡漏”,诸如打折的牛肉、猪肉和蔬果。“第二天的肉食基本可以解决了,晚上碰不到可以入手的蔬菜,我们就早上去附近的凤凰菜市场买一些。”郭老伯笑言,每晚到超市走走逛逛,既可以强身健体,也可以省下不少买菜钱,“无论从哪个方面来说,都是在帮子女减负呀。”因此,对于逛超市,郭老伯和老伴可谓乐此不疲。

家住番禺万博的陈先生一家人,则将周末逛超市视作“家庭日”的活动。陈先生说,他家习惯一周一次大采购,夫妻俩带上父母以及两个儿子,一家六口浩浩荡荡前往山姆店。虽然家离山姆不过一公里左右,不过陈先生还是会开车去,“吃的喝的用的,一次性买完下一周用的,东西太多,有车才方便。”陈先生告诉记者,虽然山姆线上购物也很方便,但是家人还是习惯每周六一大早去现场采买,老人小孩挑自己

各自喜欢的,“一家子有商有量,热热闹闹的,这就是生活嘛。”

年轻人:宅太久爱逛超市感受烟火气

在记者随机走访的年轻人中,喜欢逛超市的理由则是五花八门。“超市很好逛,不开心的时候,我最喜欢在热闹的超市瞎逛。”“每个人都有自己的喜好、习惯和消费观,逛超市就挺暴露本人属性的。想看清一个人,就和他一起逛超市吧。”“宅久了,就想吸收一下人气,去超市最好了,感受一下人间烟火。”

在天河上班的李小姐是“90后”,如果加班不算太晚的话,她就喜欢从公司步行到附近的永旺超市,一盒打折的三文鱼寿司或三丝炒米粉,便是她美味的晚餐。李小姐笑言,作为别人眼中的白领,自己生活却非常小市民,“我喜欢在超市熟食区溜达一小会,有时是解决吃饭问题,有时单纯就是觉得逛超市很减压很舒服。”李小姐表示,在超市看到不错的新品,也会在网上搜索、购买,“网购有其便利性,但是碰上新品大促或者节庆热销,在超市买反倒更划算。”

“00后”的琳琳同样非常享受逛超市。在和记者闲聊过程中,琳琳多次将自己称为“超市狂人”。喜欢到处旅游的她,无论在国内还是国外,“超市游”亦是她的必备节目。琳琳说,譬如逛永辉,在北京和在广州逛,就是两种不同的感觉。日本、泰国、法国的超市更是十分不同,可以体验到不同的风土人情。