

“质优价美,好省,好省……”超市里不断播放宣传单曲,可偌大的生鲜区,只剩下空空荡荡的冷柜。名噪一时的家乐福超市中关村店,正在执行改造程序。

据了解,北京的大型超市,近年来关张或者转型的不在少数。那些关张的大超市,各有各的原因;那些经营得还不错的大超市,找到了生存之道。

传统大卖场挥手告别 什么才是大超市的生存之道?

一家旗舰店的十八年兴衰

从中关村广场的入口往地下走,迎面而来的都是带有告别色彩的宣传语——“期待与您相约未来”“感谢18年的陪伴”。看起来,中关村广场将经历彻底改造,但改造成什么样,谁都没给出确切消息。

2004年3月17日,家乐福中关村店在中关村广场开业。当时的新闻标题,有两个关键词——旗舰店和亚洲最大。随着这个大型超市而来的,还有很多商铺,它们密密麻麻地分布在通往超市入口的必经之路上。大超市带来商业集聚,在当时是被广泛认可的商业模式。

“一直到2017年之前还挺火的,之后就不行了。”因为家乐福的人气,一个商铺老板把店搬来了中关村广场,可现在店里挂着“甩卖”的招牌,“我也不知道这里会改成什么。”

走进超市,扫货的气氛更加浓烈。“跟我们说是三月底清完,其他不知道。”工作人员说,他们会转到别家家乐福门店。到了生鲜产品那一层,发现空着的货架和冰柜更多。冷鲜肉已经一件都不剩,只剩下空空如也的柜台。

“这个旗舰店是我大学毕业那年开的,当时号称亚洲最大,没想到现在快关门了。”推着购物车的大刘很感慨,他回忆,这家超市那时的出现,很大程度上改变了附近居民的生活。“说老实话,我自己最近几年也不怎么来家乐福。社区附近就有菜站,而且网购太方便了。”跟18年前相比,购物习惯早已改变。

超市的结账口寥寥数人,而在十几年前,对这家超市最多的评价,就是结账排队太长。从超市往外走,能路过一条美食街,时至中午,在中关村上班的人们,把整条街都挤得满满当当。对他们来说,美食街的价值远大于一个大超市。

改造

调研

转型

京城大超市的日子不好过

家乐福中关村店不是近年来第一家撤店的大型超市。北京东南五环外的城乡世纪广场,客流量一直不大,2018年引进盒马鲜生,被认为是一针强心剂。但好景不长,盒马鲜生在2021年4月底停业,距离开业仅3年。

盒马鲜生原来在城乡世纪广场的地下一层。“我记得当时网上流传,有盒马的地方,叫‘盒区房’。确实,一开始觉得很高大上,海鲜很新鲜,还能现场加工。”小钱在地下一层吃快餐,他说这里盒马刚开业时,每逢节假日顾客盈门,餐饮加工区都要排队。高涨的客流,也吸引来其他商业。

在现在已封闭的超市出入口外,密密麻麻分布着很多店铺。但随着盒马闭店,这些店铺也一家一家撤了店。坚持下来的那几家,门可罗雀。

在城乡世纪广场这家盒马鲜生闭店后一个多月,2021年6月18日,北京首家盒马X会员店在东南四环外的世界之花假日广场开业。虽然往城内挺进了一环,但也是客流量较为一般的购物中心。对标沃尔玛山姆店的盒马X会员店,只有持会员卡消费者才可以进入。从外观看尽显高档,甚至有专门为会员准备的宠物店。

根据2022年2月赢商网发布的调研报告,过去一年,大型超市普遍过得不容易,往会员制、小店面、精品超市转型,成为普遍趋势。

据赢商网统计,13家超市上市企业中仅2家净利、营收双增长,11家净利润下滑,下半年这一颓势也未能扭转,全年业绩不容乐观。仅监测的13家超市企业全年关闭门店超100家,其中,人人乐、沃尔玛、家乐福3家关店数超90家。

会员制是超市企业选择的重要转型之路,2021年中国会员制超市品牌已经多达12家。“老”会员制超市如沃尔玛山姆店、麦德龙等,开店加速。“新”会员制超市,如永辉、家乐福等,也加入搅局行列。

老超市扎根社区寻新生机

在三里河东路边,众多老旧小区中间,有一家同样开业18年的物美超市,近两年成功完成了转型,其销售额在北京所有物美卖场中,已经跻身前20名。

每天早晨,这里挤满购买生鲜物品的中老年人。“我们这里硬件条件受限还挺大,门口没办法停车,来的顾客几乎就是住在周边的中老年人,步行、骑车或乘公交车过来。”这家物美的店长杨海奇说,转型的目的就是抓住这部分顾客。超市在生鲜区域做了扩容,增加了蔬菜、肉类、水产、水果的品类,既有菜市场风格的散装菜,也有高档超市风格的包装菜。一些高档超市会出现的每日更新的鲜菜、鲜肉,这里也有不少。

针对周边老年人居多的特点,这家物美强化了天福号、六必居等北京老字号专柜,集中在一起方便老年人选购。不只是保持老传统,还有新突破,超市与多点App配合,实现区域内半小时送货上门。在收银环节,既有现金款台,又采用了多种智能设备,有的可以自动识别和称重,有的可以自助结账。为了加强超市与社区生活的联系,这里还配备了10元快剪理发等服务项目,每天都能吸引很多顾客。

“电商的高速发展,让传统大卖场品类齐全的优势荡然无存。大卖场需要巨大的面积,才可实现大概两万种商品的覆盖。而电商呢?数以百万种商品可供选择。”北京商业经济学会常务副会长赖阳早就预言过超市大卖场的举步维艰,疫情又加剧了这一局面,他认为,“往社区生活服务转型,几乎是每一家超市卖场的必由之路。”

对现在众多超市向会员制的转型,赖阳并不看好。“大家只看到了业绩增长,觉得会员制赚钱。但其实,会员店的成功,不是因为它是会员制,而是它的供应链。”赖阳举例,山姆店只卖精选的三四千种商品,这些商品由沃尔玛遍布世界的门店,在当地采购而来,早就形成了成熟的供应链。“我们国内的会员制超市要做全球采购,供应链有优势吗?未来超市的出路,还是应该做社区生活方式的服务者。”

(北京日报客户端)

永辉超市今年前两月 营收破200亿元

本报讯 李静 近日,永辉超市发布关于2022年1至2月主要经营数据的公告,经初步核算,2022年1至2月,永辉实现经营性净利润7.6亿元左右,实现营业总收入204亿元左右,同比增长约3%。

亮眼数据的背后是,在科技永辉战略的指引下,永辉线上线下全渠道融合正稳步推进,公司经营质量等也得到显著提升。

分析人士指出,营收、经营性净利润等多项关键指标明显改善,说明永辉以科技永辉战略协同科技、供应链、营运团队共同推进全渠道数字化的变革已见成效。

作为国内商超龙头,面对社区团购的冲击、新冠疫情的影响,永辉主动采取了调结构、保供应、降损耗等一系列应对措施。一方面,永辉着力于推进线上线下全渠道融合、到家到店协同发展;另一方面,永辉正通过数字化运营、数字化供应链建设提升公司运营效率。据悉,永辉大科技中心已完成千人团队的组建,永辉自主研发的全链路零售数字化系统“YHDOS”也已在福州等地进行了规模性地投入使用。2021年,永辉科技投入达6.7亿元。得益于此,永辉数字化标杆店货物库存时间已降低至16天左右,远超行业基本水平。

在德勤最新发布的全球零售250强中,永辉名列第84位,较去年上升8位。同时,永辉超市还入围了全球50家增速最高的零售商名单。这也意味着,数字化创新能力正助推中国零售力量不断提升在全球零售格局中的竞争力。

盒马探索上线社区 集单配送服务

本报讯 近几天,上海、深圳等地疫情反复。据悉,盒马已重启“共享员工”应急措施,并在上海郊区上线社区集单配送服务。

盒马方面表示,沪深两地商品供给充足,但有拣货员、配送员在封控中,同时需求量激增,运力吃紧。盒马已启动员工招聘计划,同时与多个企业对接,开展“共享员工”合作,增强保供能力。目前已有丰收日、农耕记、探鱼等企业的近300人报名参与。

针对上海郊区疫情情况,盒马上线社区集单配送服务。在盒马邻里服务范围内的社区,可由负责人联系对应工作人员集中采购,附近盒马邻里店将统一配送。

针对深圳大部分小区和城中村村的封控管理,盒马已经设立部分无接触自提点,接下来也会联合社区设立更多自提点。同时,也在开发上线社区集单配送功能。

“近期有不少热心市民前来询问,盒马是否接受保供志愿者。”盒马负责人表示,“特别感谢大家的关心和支持,但目前暂时没有相关需求。大家不要过度囤货,如有条件可以尽量到线下门店购物,将配送资源留给封控小区内的居民朋友。”

在业内人士看来,一方面“共享员工”模式能够解决特殊时期的“用工难”问题,得以保证正常的市场供应;另一方面,该模式能够构建跨行业的临时用工生态,推动灵活用工高效化进程。

除了重启“共享员工”,针对上海特殊时期的民生需求,盒马上海区域大幅增加蔬菜的订货量,并增加门店补货频次,保障市民对生鲜食品的消费需求。盒马线下店也设立了无接触自提点,为小区内居民进行生活物资的配送。(联商网CC)