零售市场新趋势：

超市爆改与自有品牌崛起

在当前竞争激烈的零售行业，超市“爆改”成为一股新潮流。多家传统超市纷纷通过改造升级来提升自身竞争力，吸引并留住消费者。这一趋势不仅体现在实体店的物理改造上，更在于通过提升自有品牌占比、优化商品结构以及探索新经验模式等全方位的策略调整。

“爆改”风潮与自有品牌的崛起

今年3月，胖东来陆续与步步高、永辉、中百等连锁商超携手，通过爆改策略成功吸引了消费者的广泛关注。胖东来自有品牌的网红月饼和啤酒成为销售亮点，其高质价比和差异化特点满足了消费者对品质与特色的双重追求。排队购买的现象屡见不鲜，限购措施下仍能实现惊人的销售量，彰显了强大的市场号召力。此外，胖东来自有品牌的东来熟食、DL果汁、自由·爱白酒等系列产品也表现抢眼，甚至催生了代购市场。

还有诸如山姆、奥乐齐、麦德龙、COSTCO等零售巨头更是将自有品牌作为战略重点，奥乐齐中国市场内的自有品牌商品占比达到90%，远超行业平均水平。这些企业通过深度挖掘消费者需求，打造具有差异化竞争优势的自有品牌产品，不仅提升了盈利能力，也增强了市场竞争力。

面对这种新的市场变化，更多本土传统商超纷纷发力，试图通过提升自有品牌销售额和占比，来实现业绩的增长。据《2023中国商超自有品牌案例报告》显示，中国超市Top100企业的自有品牌销售占比持续增长，从2018年的3.2%提升至2022年的5%。

另据上海自有品牌专业委员会的预测，未来5年内，中国自有品牌市场的国内市场空间将超过3万亿。由此可以判断，未来零售行业中，自有品牌的发展将是一个重要的增长点。

物美的创新实践与数字化变革

近期，北京物美超市科大店的“爆改”动作也十分引人注目。物美创始人、多点DMALL创始人张文中强调，爆改应以消费者需求为核心，推动商品、服务标准、营运标准等各个方面的提升。改造升级后，该门店重新规划了动线，采用关联陈列方式提升购物便利性；同时补充了烘焙、熟食、3R商品（即烹、即热、即食食品）和一批高性价比的自有品牌商品，满足了周边消费者的多样化需求。

物美相关负责人还介绍，与传统商超不同，该门店在经营上采取“线上+线下”的模式。通过上线多点的Dmall OS系统，门店实现线上线下一体化的数字化转型。从商品管理、库存管理到顾客服务、会员管理，多点DMALL的数字化系统覆盖了这家门店运营的各个环节，实现了线上线下数据的无缝对接和高效流转。这不仅提升了商超的运营效率，还通过精准营销和个性化服务，增强了顾客粘性，提升了顾客满意度。

超市“爆改”不仅提升了超市自身的竞争力，也对消费者产生了深远的影响，购物环境和服务质量的提升，使得消费者在购物过程中感到更加舒适和愉悦。其次，商品种类的增加和品质的提升满足了消费者多样化的需求，提升了购物满意度。此外，线上线下融合的购物方式，也为消费者提供了更加便捷、高效的购物体验，为周边居民提供了更加贴近生活的服务。

超市爆改与自有品牌崛起已成为当前零售市场的新趋势。通过全方位的改造升级和策略调整，传统商超正积极应对市场挑战，寻求破局之道。随着消费者需求的不断变化和市场竞争的加剧，商超行业正迎来更多创新与变革。而这一切的出发点和落脚点都将是更好地满足消费者的需求，提升他们的购物体验和满意度。

（央广网）

天猫超市土特产推动乡村振兴

本报讯 刘欢 2024年中国国际服务贸易交易会期间，阿里巴巴集团在成果展上介绍了天猫超市家乡味道助农成果，平台引进数千种土特产，部分成为网络爆品，土特产推动乡村振兴，相关成交规模超20亿元。

淘天集团天猫超市食品行业总经理李尧介绍，近一年时间，天猫超市结合自身产业带发展方向，以及助力乡村振兴战略方向，联合数字乡村对口帮扶重点地区以及阿里公益乡村特派员所在县域，助力地方优质好货上行，引进新供给两千多款土特产。天猫超市还与各地进行产业合作，例如与黑龙江虎林市政府联动，发起虎林春耕节，开展虎林大米3年3亿基地直采项目合作；与江西省政府合作，搭建首届江西线上丰收节，与线下江西丰收节晚会共振，并针对江西特色产业带，包括鄱阳湖大米、上饶山茶油、广丰马家柚等，开展基地直采合作。

李尧介绍，平台基于核心用户需求，聚焦发力重点省区产业带、地理标志农产品、老字号、乡村振兴重点县域特产四个方向，推广农产品及其他特色商品，满足全国消费者品质生活需求。

李尧表示，天猫超市建立了严格的产品标准和品控体系，商品入驻和每批次采购时都有严格的质量检测，确保所有商品符合相关质量品质要求。

盒马X会员店同时上新iPhone 16和苹果石榴礼盒

本报讯 日前，iPhone16系列新品正式开售，盒马X会员店的iPhone柜台也排起长龙。盒马官方信息显示，盒马X会员店同步开售iPhone 16系列，消费者无需预约即可买到现货。同时，盒马X会员店还推出一款苹果石榴礼盒，买苹果石榴礼盒可参与抽奖iPhone 16，买iPhone 16系列的消费者则可获赠苹果石榴、石榴果汁等。

此前，苹果9月10日举办iPhone 16新品发布会，盒马于同日召开的“苹果石榴发布会”吸引不少网友围观。除了发布会上官宣“断货王”红心苹果汁即将回归、石榴云雾绿茶销量破300万瓶等，iPhone 16系列现货将在盒马X会员店同步开售的消息也让不少“果粉”开始期待。

在盒马，除了美食能“尝鲜”，电子数码产品也可以第一时间“尝新”了。

“除了生鲜之外，我们也在洞察盒马用户对其他‘新鲜’产品的需求，为大家提供更优质的好商品。”盒马3C采购负责人耳击介绍，今年盒马X会员店与苹果官方同步发售iPhone 16系列新品，消费者无需预约，可以直接到店购买，“比较抢手的iPhone 16 Pro和iPhone 16 Pro Max机型都有现货。”

此外，巨型苹果石榴礼盒也备受瞩目，成了“显眼包”。据介绍，这款礼盒售价159.9元，含有8个新西兰红玫瑰苹果、8个突尼斯软籽石榴。“本来是来抢iPhone16的，没想到还扛了个体积好几倍的大礼盒回家，实在没忍住。”消费者王女士说。

作为盒马旗下的会员制商店，盒马X会员店瞄准家庭消费场景，致力于为消费者提供一站式购物体验，持续服务广大会员顾客。在各式美食之外，盒马X会员店提供200多款数码、家电产品供会员家庭选择；除了同步首发的iPhone 16系列，消费者还可以买到打印机、电话手表等3C数码产品，以及电视、冰箱等大型家电，一站式购齐生活所需。

（金融界资讯）