

学习胖东来

关键词

为应对线上消费等各方面的冲击,传统商超企业积极转型升级寻找新模式。今年,被网友们称为“河南的6A景区”的胖东来火爆出圈,而超市圈也掀起一股“胖东来模式”热潮,永辉超市、步步高、中百集团等上市公司纷纷加入学习行列。

5月27日,永辉超市首次发布和胖东来合作的门店调改消息,宣布胖东来对永辉超市郑州信万广场店、永辉超市新乡宝龙广场店两家门店进行帮扶调改,调改内容包括卖场的商品结构、动线布局、设备设施、员工福利等方面。其中,梳理后的商品结构达到胖东来商品结构的90%以上。此外,永辉超市引进了70多个胖东来自有品牌。

经过为期19天的闭店调整与改造,永辉超市郑州信万广场店于6月19日开业,当天销售额达188万元,这一数字是改造前日均销售额的13.9倍。门店客流量也大幅增长,达12926人次。

步步高6月中旬也公布了胖东来调改超市门店在端午假期业绩,其总销售额为1083.25万元。步步高长沙梅溪湖店调改后平均日销售额基本稳定在130万元以上。步步高湘潭九华新天地店自从5月22日恢复营业以来,平均日销售额135.56万元,日均客流1.13万人。

8月底,永辉超市宣布首批学习胖东来自主调改店将在北京等10个城市率先启动,永辉供应链也同步启动变革。10月19日,北京永辉超市“学习胖东来”自主调改的首家门店石景山喜隆多店恢复营业。永辉方面透露,该店恢复营业5天销售额达770万元,进店客流量达20万人次,结账客流数达6.6万人次。

11月4日,郑州龙湖锦艺城店闭店,接受胖东来帮扶调改。学习“胖东来模式”热潮延续的同时,业内也泼出“冷水”。业内认为,胖东来“出圈”凭借的是商品货真价实、服务精益求精、尊重员工权益。而它是个行业特例,学习胖东来并不能解决传统商超的根本问题。中国传统商超当前的关键问题在于如何线上线下进行融合,打造全渠道零售模式。

新客群崛起
商超巨头寻求新增量

95后、00后的年轻人正在成长为消费主力客群。他们注重体验、追求个性、热衷分享,喜欢在线上消费、去线下打卡。他们渴望在购物时获得更多的情绪价值,也更会精打细算,“该花的一分不省,不该花的一分不掏。”

面对消费习惯和消费客群的变化,商超零售巨头们面临越来越艰难的生存环境,同时也正在进入下一个“level”——“变则通”,尝试新模式、新赛道,寻求增量空间。

过去一年,传统商超多角度向优秀同行学习,永辉超市、步步高等对标胖东来进行调改,成为零售行业今年的热门话题;在一二线城市,会员店的销售以及门店数增长显著,山姆、开市客(Costco)持续拓店,东方甄选等“新玩家”接连入局;商超用“烟火气”留住客群,多家超市开出“大食堂”,不到20元的自助餐颇为吸睛;存量商业改造如火如荼,消费者熟悉的老商场正在不断向多元生活方式空间转变。



超市圈迎来“胖东来式爆改”。

会员店竞速

关键词

会员店的发展如火如荼,竞争也日趋激烈。今年7月,中国连锁经营协会发布“2023年中国超市TOP100”榜单显示,在一二线城市,会员店的销售以及门店数增长显著。艾媒咨询数据显示,中国仓储会员超市行业市场规模2024年预计达387.8亿元。

5月28日,中国大陆首家配备加油站的开市客会员店在南京开业,这是开市客自2019年进入中国大陆市场以来的第7家门店。10月18日,山姆会员商店东莞店正式开业,这是山姆在全国的第50家门店。

今年会员店赛道还迎来一些“新玩家”。7月,东方甄选透露,希望依托800个新东方地面教学点,探索线下会员店赛道,并表示要对标山姆会员店。8月,位于上

海的全国首家来伊份仓储会员店试营业。

在拓店方面,北京房山区山姆会员店项目于10月开工建设,计划于2026年年初营业,此外,山姆还在通州区宋庄和昌平区北七家布局了新店,其中北七家区域计划引入北京规模最大的山姆会员店;仓储会员店赛道的本土“新玩家”fudi今年也宣布将在华东、西南等多区域选址拓店。

资深连锁产业专家、和弘咨询总经理王志宏表示,会员店这一零售业态能够发展迅速最核心的原因是其能够提供差异化的高性价比商品,当前会员店业态发展前景和空间很大,且发展速度也非常快,传统商超想转型做会员店,最根本的是应该在商品差异化和高性价比方面下功夫。

发力“烟火气”

关键词

今年9月18日发布的《2023北京餐饮业发展报告》显示,从北京商业餐饮商户数TOP10来看,大部分商圈餐饮商户占整体商户数一半以上,部分商圈餐饮商户数甚至超过总体的70%。曾经分布在商场地下楼层或顶楼的餐饮门店而今遍布各个楼层。还有相关数据显示,在年轻消费者逛商场的目的中,饮食类占比最高达到37.6%。

想要“吃得好”,除了可以去商场的餐饮门店,还可以去超市,而且价格特别“香”。

超市开设“便民大食堂”是今年的行业热闻。今年年初,福州、浙江等地的永辉超市开出了“永辉食堂”,主打现炒现做的“自选模式”,人均15元左右。

6月,物美超市北京多家门店推出“物美大食堂”,分午餐和晚

餐两个时段供餐,有13元和19.9元两档自助餐。物美集团相关负责人表示,预计年底前将“物美大食堂”拓展至20家门店,覆盖更多顾客群体。

同月,盒马在广州全市门店推出“平价快餐”服务,每天约有20多款平价餐品,共有近百款平价快餐,包括9元的梅州腌面,19.8元的三荤一素快餐以及16.8元的猪杂汤等。

在业内人士看来,零售和餐饮深度融合是必然趋势,吸引消费者到店的“烟火气”是线下门店与电商抗衡的一大“法宝”。餐饮业态具有很强的引流作用,商超自有热度与品牌的知名度双重加持,能够助力销售,但物美价廉才是消费者心之所向的精髓,提升品质和性价比才能使这一路径“长青”。

存量商业改造

关键词

随着95后、00后的年轻人逐渐成为消费主力客群,消费理念和消费场景正在发生巨变,商业空间在聚焦零售百货业态之外,还需要承载健康、休闲娱乐、多维社交等功能服务业态,不断向多元生活方式空间转变。

今年2月,北京市商务局发布通知称,依托城市更新,推动西直门、双井等15个左右传统商圈改造升级,加快推进老旧商场等改造升级,持续优化交通环境、公共环境、生态环境等公共区域消费环境配套。

包括西单商场、双安商场在内的多家老牌商场都加入了升级改造的队伍。今年年初,曾经陪伴北京消费者90多个春秋的北京西单商场宣布将进行大规模改造升级,改造方向是成为集时尚零售、品质餐饮、社群娱乐、人文体验于一体的线上线下综合性商业服务中心,其中,商场地下一层将设置“西单记忆1930”文化街区,引入文艺演出、电影等文化体验业态,商场整体商户数量将控制在200个以内,打造集约、高品质商业业态。10月底,王府井集团发布公告称,西单商场将于年内启动南区拆除重建。

1994年开业的双安商场也迎来外立面及部分楼层的全新改造,

于8月底启动,预计年底完成,改造期间商场正常营业。调改后的双安商场,一层、二层布局国际美妆、精品服装服饰,三层到五层引入运动户外品牌、女士时尚商品、生活方式及餐饮品牌,将逐步完成从“精致百货”向“品质生活方式体验场”的标签转化。相关负责人介绍,双安商场将营造一个充满生活气息与创意灵感的购物空间,“未来将组织开展更多艺术展览、文娱活动,让消费者轻松完成一站式打卡。”

在年轻人聚集的中关村商圈,中关村广场城市更新项目已进入收尾阶段,明年将以中关村ART-PARK大融城(简称“中关村大融城”)的新形象亮相,其瞄准高品质生活方式,将引入400多家品牌。附近的中关村领展广场和新中关村也迎来改造升级,美食街区和潮流店铺的人驻将为更多年轻群体提供社交空间。

有观点认为,当存量商业改造成为趋势,运营者不仅需要保持物业硬件状况的良好,适应新的审美偏好、新的消费趋势,在业态结构、品牌组合、主题打造、活动运营上也要不断为消费者创造惊喜,这样才能让商业体保持竞争力和活力。

(据《新京报》)