



如今的超市经营面积虽小,商品却很丰富。

## 沃尔玛撤出、家乐福一次关闭两家门店 成市民热议话题

# 超市业“后来者们”靠啥留住冰城消费者?

□本报记者 李佳琪 文/摄



家乐福国展店部分区域已经“限行”。

家乐福要关闭在哈尔滨的两家门店的消息,近段时间成了不少市民的“热议话题”之一,有人觉得“外来和尚好念经”的时代一去不复返了,有人怀念大型超市过去的“高光时刻”。针对近年来一些实体店逐渐衰败、退场,还有人认为实体店或将逐步被零售市场所淘汰。“麻雀虽小五脏俱全”的社区超市、便利店,消费目的明确,可以节省购物时间的专业超市,今天下单明天收货的社区团购,有人帮你试穿、试用、试吃的直播电商……一方面,在B端的零售市场,各类新型消费渠道层出不穷,不断地挤压着传统超市的生存空间;另一方面,C端消费者需求不断演变、升级,也让超市渐渐淡出了一些人的高频消费场景。当下,超市业的“后来者们”如何留住消费者?



家乐福国展店部分货架已空。

## 关于组织桦树二期棚改项目 第二批次集中进户工作的通知

为依法依规、规范有序做好桦树二期棚改项目第二批次集中进户工作,请桦树二期棚改项目尚未进户的搬迁居民,按以下要求前来办理登记事宜。

一、登记地点:道外区哈东路56号

二、时间安排:每日上午9:00-11:30,下午1:30-5:00

9月1日,上午验收单号25号-810号,下午验收单号810-996号

9月2日,上午验收单号1003号-1150号,下午验收单号1151号-1277号

9月3日,上午验收单号1278号-1390号,下午验收单号1391号-1528号

9月4日,上午验收单号1532号-1645号,下午验收单号1647号-1749号

9月5日,上午验收单号1751号-1854号,下午验收单号1870号-1999号

9月6日,上午验收单号2003号-2125号,下午验收单号2126号-2258号

9月7日,上午验收单号2260号-2380号,下午验收单号2383号-2519号

9月8日,上午验收单号2521号

桦树二期棚改项目进户工作专班 2022年8月28日

2653号,下午验收单号2661号-2984号

9月9日,验收单号2991号以后

9月10日,未签协议居民

三、具体要求:

1.登记时需被拆迁人本人携带《房屋拆迁补偿协议》及被拆迁人本人身份证原件;

2.不可委托他人代为登记;

3.发生继承、转让的需携带公证书;

4.被拆迁人死亡未做公证的由家属凭死亡证明及能证明亲属关系的相关证件进行登记。

对未按要求时间前来进行登记的,由此产生的一切后果由居民自己负责。

后续相关工作通知将在道外棚改办信息平台发布,请务必关注公众号。



### A 大型超市逐步“退场” 被看成“一个时代”的结束

“我想把手里的购物卡花了,虽说家乐福其他的门店也能用,但离家比较远,没必要还搭着油费。”日前,市民邱女士在家乐福国展店内“搜寻”可以购买的商品。对于家附近这个大型超市的关闭,邱女士并没有表现出不舍。“手头500元的购物卡,半年多就用过两次,现在卡里还有300多元。”卡里为啥至今还剩了钱?邱女士称,沉的东西不爱去超市“搬”,而且购买频次不高;购买频次高的生鲜产品,自己又嫌超市的种类少、新鲜度不够。

日前,记者探访了家乐福国展店。虽然是工作日的上午,店内却人头攒动,收银台排起了长队。“多数是为了清卡。”一位工作人员告诉记者,自从门店即将关闭的消息发出后,个别时段的客流量反倒比平时多了起来。

记者在家乐福国展店内看到,很多货架已经空置,部分区域拉上了“此区域禁止通行”的隔离条,一些商品零零散散混杂在一起。一些工作人员或忙着将超市过道中间的展架拿走,或是对剩余的商品进行清理、摆放。“没卖完的商品我们将返回厂家”,对于部分剩下的商品,超市没有给出“腰斩”式的折扣进行清仓。

公开信息显示,2002年哈尔滨第一家家乐福门店在太平桥开业,最多时在全市开过7家门店。此次,一下关停两家门店,对于一些消费者来说感到有些“惋惜”。

“家乐福会展店开门第一天我去了,来购物的市民真可以用‘人山人海’来形容,排队结账至少半个小时。”市民左女士回忆,当时她上大学,那时候和同学休闲娱乐项目之一就是逛超市,这周末家乐福“扫一遍货”,东西吃差不多,下周坐着超市的免费班车去沃尔玛再溜达一圈。“那时候超市楼层多,满眼都是商品,给人很大的冲击力”,左女士感慨,“现在很难再找到有三四层经营区域的大型超市了,大型超市的‘一个时代’结束了。”



### B 曾经大卖场在打造商圈 能覆盖方圆几公里的小区

近段时间,包括家乐福在内的连锁大型超市在外地关店的消息层出不穷。相关媒体报道称,家乐福厦门最后一家店(中华城店)也将于8月31日关闭,将彻底退出厦门;永辉超市位于福建福州的浦新店和西园店分别于8月22日和24日正式停止营业;沃尔玛武汉钟家村分店将于近期关闭……近年来,以大卖场模式为代表的超市业态,似乎已经走到“悬崖边”。

据相关消息称,此次家乐福在哈尔滨关店的原因是受经营战略调整、场地租金和市场变化等因素的影响,两店关闭后不再进行原址新开。

对于这些超市关店的原因,大部分经营主体归结于场地租期已至,“水涨船高”的租金已然让“家乐福们”无法续约。“一般卖场的租期在10至20年,在过去的20年正是大型超市的‘黄金时代’,如今租约开始陆续到期。”一位零售行业从业者向记者透露,与20年前相比,目前场地租金要高出三至四倍,外加人工成本的大幅增长、经营状况不佳,导致了“老牌卖场”租不起场地。而“租不起”的根本原因是近年来大型超市的“生意萧条”。

上世纪90年代是“老牌大卖场”的“高光时刻”,家乐福正式进入中国市场,并迅速“遍地开花”,带来了“大卖场”这一新业态。“当时零售业是以‘百货为王’,消费者从未见过琳琅满目、‘堆积如山’式的商业销售模式,逛超市就像逛景点一样。”据哈市一位从事零售行业十余年的业内人士介绍,上世纪90年代中期,零售业更多的是百货模式,大型超市具备渠道优势,一方面其商品价格较传统商场更为便宜,外加能够为消费者提供“一站式”的全新购物体验,在当时,传统超市得到众多消费者青睐;另一方面,传统超市设置入场费、上架费等收费项目,从商品供应商处可以进一步提高利润空间。

“大卖场模式就是以量来刺激消费者感官,给人带来‘各个角落都要逛遍,什么东西都想买’的感受,从而满足自身的好奇心与‘占有欲’。”该业内人士称,由于要将大量商品摆放在卖场中,给人以视觉冲击力,在当时,大型超市占地面积多在1万至3万平方米,就像当时友谊路的沃尔玛超市,经营区域占了四层楼。这种大卖场式、粗放式的经营模式必然会让经营主体支付更多的租金、聘请更多的工作人员、消耗更多的水电等费用,进而经营成本也必然较高。与此同时,在过去,零售市场业态较少,人们可选择的余地也相对较少。大卖场相当于打造了一个商圈,大型超市往往能覆盖方圆几公里的小区,以至于通往周边各小区的“免费班车”成为了“大卖场们”的标配。

### C 线上消费模式层出不穷 粗放经营不再适合市场需求

“现在谁还会为了买台小家电进超市,谁还会为满足好奇心逛大卖场?‘百货为王’的时代已然过去了。”对消费者来说,包括大卖场在内的传统百货超市曾经的吸引力是商品齐全,消费者可以一次买到采购清单上的所有商品,且这些商品价格实惠,质量有保证。线上消费普及后,上述优势已经减弱。如今,渠道优势、高性价比、班车便利等让大型超市“引以为豪”的优势逐渐丧失,线上零售取代了部分线下“逛超市+购物”的需求。

近年来,线上零售高速发展,拼购、社区团购、直播等线上消费模式层出不穷,让众多消费者特别是年轻人,逐渐将购物阵地向线上转移。尤其是疫情的发生,一方面对零售业造成了重创,另一方面也促使电商、社区团购等线上零售得到进一步发展,电商经济让一些大卖场业态的超市“节节败退”。

与此同时,小区附近的社区生鲜店,开在办公楼里的便利店,家楼下的综合性仓买……近年来不断地“蚕食”着大型超市的市场,瓜分着大卖场们的客流,逐渐地改变着“家乐福们”勾勒出的消费格局,消费者购物的目的地由“集中式”向“分散式”改变。占据有利位置再请个好店长就能赚钱的“红利期”早已过去,大卖场粗放式的经营模式已然“廉颇老矣”,不再适合市场需求。



## 通知

购房人商秀娟,身份证231121198101300027,您于2022年8月5日在我公司认购的位于玫瑰湾信园1栋1单元1402号住宅截止至2022年8月12日仍未签订《哈尔滨市商品房买卖合同》。请您于本公告发布之日起十五个工作日内至智谷一街与世茂大道交汇处玫瑰湾信园接待中心办理购房相关手续。逾期未办理,将按照认购协议约定条款执行,该套房源另行出售,不预保留,所交定金不预退还,后果自行承担。咨询电话0451-82377777

### D 讲“人效”、求“米效” 超市的“后来者”学会精打细算

商品力、服务能力弱,大卖场传统盈利模式的弊端、选品管理的落后逐一暴露出来,粗放的经营模式已然不灵了。相反,一些超市正是看到了“老牌卖场”的前车之鉴,开始学会了精打细算。

“比优特门店经营面积只有三四千平方米,但并不耽误超市的销售额增长。”说起用“小面积做大经营”,黑龙江比优特商业集团董事长助理刘文亮告诉记者,门店面积虽然比大卖场小一半,甚至更多,但超市并没有减少商品品类,而是减少了单品的个数。

“过去人们没见过大卖场模式,因此大量商品给予人的视觉冲击很重要。随着市场发展、消费升级,让大量商品占据大量空间的销售模式已然不适应市场。”刘文亮告诉记者,比优特在“米效”“人效”上做文章,重视经营面积的规划、人工的管理,虽然门店经营面积小,但销售额却是一些大卖场的两倍。

从“做大、做强”到“做小、做精”,本土超市近年来持续在“小”“精”上进行探索。把超市开在你家门口,涵盖缴费、销售半成品、代收快递等服务内容的“社区超市”将更能迎合周边消费者的需求。家得乐集团总经理张清国曾在接受本报记者采访时表示,大型零售行业在扩张版图时,将大卖场转化为小型社区店,是一种温和的转型手段,“社区超市”在将触角伸入社区内部的同时,更加增进了超市与消费者的黏度。

中国连锁经营协会发布的《连锁超市经营情况报告(2021)》显示,2020年超市百强企业门店中,七成是小型社区门店。此外,实体店新开门店越来越多向主营生鲜食品的小型社区门店转型,面积从两三百平方米到一两千平方米不等,平均面积约900平方米。

另一方面,实体店也正在“去中心化”,从“以自我为中心”向“与市场各业态互动”转变。“过去大卖场在选址时会选择大型的商业楼,采取整体租赁再分租给百货、餐饮等业态,现在则多选择‘进驻’的模式。”业内人士告诉记者,过去传统大卖场是一个商圈的中心,人们往往逛完超市也会“光临”楼里的其他业态,这些业态依附于超市而活。超市一旦退场,其他业态也难逃厄运。

而现在,很多超市选择进驻大商场,与商超内的其他业态相互依存。“逛完商场逛超市,逛完超市去吃饭。我们和商场内其他业态相互引流。”哈市多家进驻商场的超市相关负责人称,“去中心化”让超市看到了更多的客流与销售额。

在市场占据优势地位,让沃尔玛和家乐福率先在中国市场向供应商收取入场费、上架费、陈列费、堆头费等,其后,中国本土超市也基本沿用这种收费方式。这种收取费用的模式也被叫作“上游盈利模式”,不管商品销售情况如何,先收费,最终还可以将卖不出的库存退给供应商。这就导致了哪种商品利润高,向哪些供应商收取的费用高,哪种商品在进入卖场时便有了“优先权”,而消费者对这些商品到底喜不喜欢,却未被放在第一位。

现在,很多超市看到了这个弊端,从而转向“下游盈利模式”,不收取入场费、上架费等,对所有商品的销售情况负责。采取“买手制”,对产品的选择更为苛刻,按照市场趋势与消费者喜好,抓取,对商品精挑细选。在零售市场发展的各个阶段,抓住消费者的需求,就是抓住了市场。

### E 实体超市走上“小而精” 学着和消费者“套近乎”

自身盈利模式的欠缺,线上渠道的打压,“内外夹击”下,一些“老牌大卖场”选择关店甚至是退出冰城市场,其重要原因之一,就是没有始终向着消费者而“生”。

近年来,一些实体店不断探索经营方式,除了“节流”以外,也寻求着“开源”,在营销模式上谋求着创新。利用微信私域流量引流、开展线上线下单线提货模式、多人拼团降低消费支出、小程序线上下单配送到家……消费者喜欢怎么买、在哪买、买什么,超市就怎么卖、去哪卖、卖什么。在一些“小而精”的超市中,总会看到外卖小哥忙碌的身影;在货架上,民生基础品、网红爆品、季节性商品也在不断更新迭代,一些出走于线上的消费者又回来了。

让消费者回来的原因,不仅是因为一些实体店看到了未来的道路要“对商品负责”“对消费者负责”,更看到了,超市业态由“百货为王”向“生鲜为王”的转变。“支撑大卖场利润的多种品类逐渐被其他渠道分流了,卖场唯一剩下的高频商品只剩生鲜。”在业内人士看来,实体店对于生鲜商品的销售占有绝对优势,能摸到、能闻到、能尝到,这是线上渠道无法实现的。

做好生鲜就是为实体店搭建了一条效益的“护城河”。在大众点评上,很多消费者对一些大卖场生鲜商品的评价是“坏水果和好水果堆在一起,店员不及时分拣”“把品质较差的蔬菜藏其中搭售”。大卖场式的粗放经营,为“后来者们”敲响警钟。将采购队伍细分、采取地产直采模式、生鲜不仅要新鲜还要品种丰富多样……生鲜生意已然成为了“救命稻草”,传统超市对于生鲜、食品的投入正在成为行业共性。

时下,一些超市坚持向着消费者而“生”,焕发着新活力。他们让消费者看到的不仅仅是商品有多跟随市场发展,多追随消费者的喜好,更让他们看到了超市中的“烟火气”。商品从流水线搬到了货架,放到了踮起脚尖也可能够不到的货架最上层,“工业化”气息浓厚的大卖场中只有买与卖。现在,超市更愿意和你“唠家常”,一锅粥刚出炉热腾腾的包子、你选海鲜我帮你烹饪的排挡、你说放啥就放啥的卷饼现吃现卷……如今,继续实体超市走上“小而精”的道路后,又开始和你一起“过日子”。这些总在和消费者“套近乎”的超市业“后来者们”,正在讲出和“老牌卖场”不一样的“故事”。

### 数说

中国连锁经营协会发布的《2021超市业态调查快报》显示,2021年67.1%的超市企业销售额同比下降,72.2%的企业净利润同比下降,68.39%的企业客流量同比下降。

从各大型连锁超市公布的财报中,也能看到“家乐福们”遭遇的困境。公开数据显示,永辉超市2021年遭遇业绩亏损,营收同比下降2.29%;当期亏损39.44亿元,遭遇了上市以来的首次亏损,资产负债率也大幅攀升至同比84.47%;被苏宁收购后的家乐福2021年上半年亏损了7.7亿;拥有大润发和欧尚的高鑫零售,截至2021年9月底的半年中净利润下滑了86%。

