

沃尔玛撤出、家乐福一次关闭两家门店,大型超市渐渐淡出一些人的高频消费场景

超市业“后来者们”如何留住冰城消费者?

本报记者 李佳琪 文/摄

家乐福哈尔滨两家门店即将关闭的消息,近段时间成了不少人的“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”。而针对近年来一些实体超市逐渐衰败、退场,还有人认为实体超市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?



家乐福国展店部分区域已经“限行”。

A 曾经的超级“市场”承载着一个时代的记忆

“把手里的购物卡花了,虽说剩下的门店也能用,但离家比较远,没必要还得搭着油费。”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。”对于卡里为啥至今还剩下钱,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,自己又嫌超市卖得种类少、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,摆在货架上。有些工作人员忙着将超市过道中间的展架运走,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“惋惜”。“家乐福会展店开门第一天我去了,来购物的市民真的可以用‘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,这周末去家乐福“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。“那时候逛超市楼层多,满眼都是商品,给人很大的冲击感”,左女士感慨,现在很难再找到有三四层经营区域的大型传统超市了,大型超市的“一个时代”结束了。

数说超市业态

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%。



比优特超市经营面积小,商品却很丰富。

B 租金高涨让“家乐福们”陆续退出

近段时间,包括家乐福在内的连锁大型超市在各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,出现了“老牌卖场”租不起的现状。对于“租不起”,究其根本原因是近年来大型超市“生意萧条”所致。

C 粗放经营让“老牌大卖场”“跌下神坛”

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业十余年的业内人士介绍,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,从商品供应商家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,给人以视觉冲击感,在当时,大型超市占地面积多在1至3万平方米,就像当时友谊路的家乐福超市,经营区域覆盖了四层楼。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小。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”的标配。

“现在谁还会为了买台小家电逛超市,还会为了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最大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,上述优势已经丧失殆尽。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,家门口的综合性仓买……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“麻烦老矣”,不再适合市场需求。

D “精打细算”做足“米效”“人效”

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、人工上的管理,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。家乐福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,将大超市转化为小型社区店,是一种温和的转型手段。“社区超市”在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。此外,实体超市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,实体超市也正在“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,与商场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。

E “新超市”充满烟火气,焕发新活力

让消费者回来的原因,不仅是因为一些实体超市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,实体超市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超市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于其中搭售”。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,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”,刚出锅热腾腾的包子,你选海鲜我帮你烹饪的排档,你说放啥就放啥的卷饼现吃现卷……如今,继实体超市走上“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”。



比优特超市门店中引进智能称重台增强体验感,消费者可以自助称重不排队。



生鲜超市做足“生鲜文章”,既要新鲜还要丰富。