

# A 市场

## 一边是跨城代购 一边是超市撤店

今年5月,市民李倩在其住宅小区楼下,添加了一家美食代购店的微信群。刚进群,手机铃声便叮叮作响,群主正在分享第二天的山姆代购商品链接。每条链接都贴心地配上了文字介绍和精美图片,让人十分有购买欲。

一天下来,群主分享的小程序里就有300多人下了单。抱着尝鲜的心态,李倩也下了单。“网上博主都很推介山姆的瑞士卷,所以我也想尝尝,比起一年260元的会员卡,每件3元至5元的代购费也不算贵。”李倩说。

除了山姆外,群主还会在微信群里分享盒马鲜生、开市客等知名品牌超市的热销产品,以及周边城市的网红美食。

近年来,山姆、开市客、盒马鲜生等仓储式会员制超市持续走红,特别是在社交媒体的推动下,这股“超市热”被吹到了全国各地。

近日,记者在小红书上搜索,与“山姆”有关的笔记有237万多篇;与“开市客”有关的笔记有15万多篇;与“盒马鲜生”有关的笔记有18万多篇,笔记下面吸引了不少来自全国不同城市的网友,不少评论者都表达了远程代购诉求。

尝鲜需求让不少江门商家也加入了“跨城代购”大军,特别是2020年新冠肺炎疫情发生后,更进一步催生了代购行业的发展。正悦商贸店负责人小明从2022年开始做山姆代购,他通过搭建线上社群、打造线下社区门店、发展

代理团队,服务范围逐渐从江门辐射至周边城市,日均成交100多单。

“以前在外地上大学,靠着山姆代购赚了生活费,毕业后决定试试用这个创业。”去年12月,“00后”西西在蓬江区一小区楼下开了一家代购集合店。借着山姆的流量,她在店里顺势推出多种网红食品的团购服务,包括阿嬷手作的奶茶、喜茶的蛋糕、泽田本家的铜锣烧等,总之,什么火店里就“代”什么。

外地仓储式会员制超市客流如潮,还衍生了不同的跨城代购服务。而与之形成鲜明对比的是,近年来,江门大型超市迎来一波撤店潮,百佳永辉、卜蜂莲花、乐购、麦德龙、新一佳、汇上佳等多家品牌超市,相继撤出江门市场。

特别是今年以来,江门超市撤店频率加快。3月31日,江门首家全球精选

仓储折扣超市——超会买江门健威广场店正式闭店停业。该店于2022年4月初开业,以“便宜好货”

出圈,一度也是客流如潮。4月30日,经营了近10年的华润万家江门万达广场店也宣布正式闭店,让不少街坊感到十分惋惜。这些商超为何撤场?业内人士指出,主要是因为受到电商的冲击,以及人工、租金等运营成本上涨等因素影响,加上这些大型品牌的超市多是集团化管理,统一的货源和价格,未必能完全符合本地人消费习惯,门店经济效益出现下滑,最终选择关闭门店,调整布局。



每逢节假日,山姆珠海店客流如潮,港澳居民都来凑热闹。

# B 探因

## 网购影响商超生意 消费分级趋势显现

事实上,不止江门,全国各地都在上演超市“撤店潮”。永辉超市官网显示,目前该超市全国门店为957家,比起2019年巅峰时期的1440家门店少了483家。据不完全统计,过去两年半的时间里,沃尔玛在中国关掉了近60家大卖场门店。此前,大润发母公司高鑫零售披露了截至3月31日的2024财年业绩报告显示,报告期内,公司关闭了20家大卖场。

就在10多年前还门庭若市、风光无限的商超巨头们,为何落得今日门庭冷落、黯淡退场的局面?

在广东省连锁经营协会秘书长樊飞看来,随着线上电商的崛起,以及社区团购、生鲜超市等新零售业态不断涌现,传统的大卖场模式已经不能完全满足消费者的需求。“如今,消费者购买商品越来越趋于理性,要么追求物美价廉的商品获得功能价值,如线上购物、社区团购等;要么通过整体购物体验,获得情绪价值,如近年来兴起的仓储式会员制超市以及中高端型超市,消费分级的特点越来越明显。”樊飞说。

在过去,逛超市是市民李嘉敏跟家人的周末必备节目之一。但这几年,她去超市的次数也少了。“主要是习惯了网上购物,不仅方便快捷,而且价格更加便宜。线下一些超市,里面的环境、商品较老旧,价格又没有优势。”李嘉敏说。

然而,实体超市真的不再“吃香”了吗?答案显然是否定的。相比正在经历闭店阵痛,或勉强经营的各大连锁商超,大昌、永利等江门本土超市的生意却风生水起,红红火火。

6月30日下午,正值周末,记者来到大昌超市(海逸城邦店),看到停车场内停满了车辆,付款通道前更是排起了长长的队伍,很多家庭一买就是三四百元。记者了解到,目前,大昌超市在江门共有8家门店,平日的日均总客流量为1万多人次,节假日的日均总客流量可达2万人次以上。

大昌超市从1992年创立至今,一直深得江门本地市民的喜爱,有着相当高的知名度和美誉度,而其成功的秘诀就在于品质和创新的驱动。2013年,面对电商的冲击,大昌超市在业内率先转型发力生鲜领域,引进了多种精选的生鲜品类,蔬菜主打连山菜,猪肉选择优质的土猪品牌,海鲜也是保证新鲜。在生鲜板块的带动下,大昌超市的生意比原来更加火爆。

目前,大昌超市在清远市连山壮族瑶族自治县,拥有蔬菜、稻谷、禽类等种养基地供应江门市场,其在生鲜产品管理上,被同行评价甚高,更有消费者专程从佛山、顺德、中山等前来消费。“广东人煲汤,做菜都对食材有很高的要求,为

了买到新鲜的食材,他们可以嫌麻烦每天都去市场或者超市,这个消费习惯和北方人是截然不同的。为了迎合广东消费者的需求,我们努力为消费者提供更为便捷的购物体验、舒适的购物环境,以及优质有保障的产品。”大昌超市董事长谭锦祥说,生鲜电商还有很多需要完善之处,大昌以生鲜生意为主,做电商不能完全代替的业务,而且产品、价格也是多元化的,以更好地满足消费分级的市场需求。

作为本土品牌,大昌、永利等超市深度了解本地人的消费习惯,对品质的把控也相当严格,服务亦到位,自然能留住本地消费者。“我习惯了在大昌、永利买生鲜和零食,质量比较好,品种也多。”在江门土生土长的白领梁馨怡表示,江门人喜欢大昌、永利,很多时候信赖这两家超市的选品和品质,哪怕贵一点,人们也愿意买单。

“本地市民在华侨文化的影响下,从小到大接触了众多的国内外品牌,这种文化背景让他们形成了国际化的消费习惯。”江门本土零售量贩品牌“零售矿工”创始人张锦鹏表示,为了迎合本地市民零食的高品质需求,该店从全球各地搜罗了不同的零食,不断丰富产品种类,目前店内在售的零食品类有3000多种。

山姆、开市客、盒马鲜生等代购在江门的走红,更加印证了江门市民对消费品质的高标准要求。“虽然山姆货品分量较大,价格相对较高,但分摊下来单价就低了,而且大部分商品品控都不错,购物环境和人性化服务也让人感到很舒服。”在市民廖先生看来,山姆的很多商品品质高,能满足消费者对高品质生活的追求。

不管是山姆、开市客等仓储式会员制超市,还是大昌、永利等本土品牌超市,它们成功的背后,都离不开对经营模式的大胆创新、对品质的严格把控、对服务的极致追求。



大昌超市在业内率先转型,发力生鲜领域。



# 江门商超路在何方

## 一边是部分传统卖场的相继退场 一边是仓储式会员制超市的跨城代购热



继落户东莞、佛山之后,近日,山姆正式官宣进驻中山。该消息一出,立即引起了市场的广泛关注,特别是对于被山姆进驻的城市“包围”的江门消费者来讲,相关话题更是备受关注。对此,一些市民期待江门也能引进山姆、开市客、盒马鲜生等仓储式会员制超市,为江门消费者带来便利,带动地方消费。

从江门市场来看,近年来,一方面,仓储式会员制超市在江门的关注度持续攀升,并催生了一批代购的出现,此外,大昌、永利等江门本土品牌超市卖场内客似云来,生意红火。另一方面,包括百佳永辉、卜蜂莲花、乐购、麦德龙、新一佳、汇上佳、超会买、华润万家等多家品牌超市,相继撤出江门市场,可谓“几家欢喜几家愁”。

那么,江门商超行业的市场生态如何?什么样的商超才能在江门可持续发展?在消费分级、消费结构不断变化之下,江门商超未来的路在何方?近日,记者带着这些问题进行了走访和调研。

文/图 江门日报记者 陈倩婷 实习生 卢盈孜

# C 转型

## 行业迎来“大洗牌” 辞旧迎新谋发展

先“破”而后“立”。当前,传统超市行业正在经历着一场“大洗牌”,知名连锁超市多地门店陆续关闭。然而,“关店”并不意味着离开,而是主动求变、转型升级后的重新布局。随着一些超市门店的新老交替和空间升级,行业将迎来新的活力和增长机遇。

华润万家是江门人比较熟悉的品牌。据悉,目前,华润万家旗下已分别设立精品业态、综合业态以及社区业态。在未来的一段时间里,华润万家将“跑步入场”,在全国陆续把一些不符合新战略方向的门店,升级为Ole、Blt等更符合商圈的高端超市。

“当下超市行业若要转型成功,甄选品质有保障的商品、人性关怀的服务理念以及对社会责任的积极践行,都是不可或缺,只有这样,才能真正赢得市场和消费者的长久信赖和支持。”华润万家江门区域负责人孙宗杰说。

另外,曾经进驻过江门的永辉超市,也于2023年先后对外公布阳光供应链准则及门店调优战略。其官网显示,目前筹建中的门店有93家,新开门店在标准化基础上将更加强调调单店差异。

传统超市加快转型“变身”,各线城市也在加速招商“上新”。近年来,江门周边城市出台相关政策,加大对大型超市的招引力度,着力打造消费新地标,提升商业的影响力、辐射力,其中,以山姆、开市客、盒马鲜生等仓储式会员制超市最为炙手可热。

这些超市火爆到什么程度?6月的一个周末,记者来到珠海山姆会员商店看到,店内人潮涌动,顾客络绎不绝,购物车一辆接一辆,随着人流缓慢移动。不少顾客更是从香港和澳门专程驱车前来,其热度可见一斑。公开数据显示,截至2023年底,山姆在中国已经拥有47家门店,付费会员数量已经超过400万人。其中,珠海山姆会员商店的年销售额高达25亿元,在全球800家山姆会员店中排第七。

而开市客在内地的门店虽然不多,今年年初才在深圳龙华区开出华南地区首店,但每一家新店的开业都会引发现象级的消费热潮。以深圳门店为例,开业当天会员卡开卡数量超14万人。

对于江门消费者来说,有哪些超市品牌是他们所期待的呢?记者在走访中了解到,不少年轻人期待江门也能引进山姆、开市客、盒马鲜生等仓储

式会员制超市,免得他们买东西还要去外地,或是请人代购。

现在的年轻人外出旅游,会将网红超市也列入他们的打卡清单,专程去体验一下,有的年轻人还会为了一家网红超市,而专门跑一趟外地。市民周佳琪便是这样的消费者,她既喜欢网购也喜欢逛超市,认为这是一种放松心情、减压的方式。她提到,在江门逛超市时,选择性相对有限。因此,在周末闲暇时,她会约上朋友去周边城市游玩,逛逛当地的大型商超。

仓储式会员制超市进驻江门,实际上有没有这个可能?以山姆为例,从门店选址来看,广东一直是山姆的重要布局区域,近一两年山姆开始在中山、佛山、东莞等粤港澳大湾区城市开设新店。从城市的经济和GDP总量来看,2023年,江门、中山、佛山、东莞全年GDP总量分别为4022.25亿元、3850.65亿元、13276亿元和11438.13亿元;截至2023年末,江门、中山、佛山、东莞全市常住人口分别为482.24万人、445.82万人、917.25万人、1048.53万人。与江门具有可比性的,是中山,但中山面积比江门小,人口密集,各城镇相距较近,以石岐为中心的消费者相对集中,这也是山姆选择中山的一个重要原因。

有业内人士分析认为,江门作为大湾区的重要节点城市,正处于山姆的战略布局范围内,且有一定的经济实力,土地资源丰富。此外,江门是侨乡,与港澳同胞和海外侨胞的联系紧密,或许能复制山姆珠海、深圳门店吸引境外人士前来购物的热潮,竞争优势明显。

但也有人认为,山姆此前已进驻深圳、广州、珠海、惠州等城市,加上即将进驻的佛山、中山、东莞,与江门相邻,对江门市场有辐射作用,如果再布局江门,可能会导致市场过于密集。此外,江门外来人口、流动人口不像珠三角周边一些城市那么多,市场消费力有限,自身大型商超生意也冷热不均,有的商超开业初期人气不错,但最终还是撑不下去,新进大型高端超市能否适应江门,还是一个未知数。

6月30日,深中通道通车。今年底,黄茅海跨海通道也将建成通车。江门全市上下拥抱“大桥经济”,提升城市能级,城市的高质量发展迎来黄金机遇。那么,知名品牌仓储式会员制超市会不会进驻江门?让我们拭目以待。

### 专家观点

#### 广东省连锁经营协会秘书长樊飞: 扶持本地超市企业持续经营

当前各地政府积极作为,争相引入山姆、开市客,值得肯定,但也存在一些弊端。山姆、开市客有其独特性,如果他们靠市场行为按照政府规划进入区域市场是没有问题的,但是一些地方政府往往开列部分优惠条件给山姆、开市客从而吸引他们进驻。地方政府应该注意城市商业发展的整体性来考虑与山姆、开市客等大型商业设施的对接,既要把能念好经的“外来和尚”引进来,也要扶持本地企业持续经营。事实上,一家超市满足以下三个条件也有可能成为带动地方经济的网红超市:一是空间设计的舒适性和陈列的高颜值;二是商品品类的丰富性、独特性以及微笑服务;三是生鲜加强型超市,包括蔬菜瓜果肉蛋,以及即烹、即热、即食的“3R”商品。

#### 江门职业技术学院教授宋旭民: 鼓励本土超市品牌“走出去”

本土知名大型超市面临着巨大挑战,但仍然展现出顽强的生命力,其中的重要原因在于,这些超市经过几十年在本地深耕,对本地消费群体有了深度的了解,本地消费群体在其中得到较好的消费体验之后,也会形成消费惯性,把这些超市作为日常购物的首选。

我们确实应该用心爱护本土超市品牌,使其更好地成长,同时,也应鼓励这些本土超市把更多的位置留给本地的优质商品,使本地商品有更通畅的销售渠道。随着城市间距离的拉近,还可以鼓励这些超市稳步地对外扩张,把品牌继续做大做强,这不失为一个经营城市品牌、宣传城市文化的抓手。

当然,也应吸引有影响力的知名品牌超市来江门发展,产生“鲑鱼效应”,促进超市间的良性竞争。

### 他山之石

#### 广东中山: 积极引进山姆、盒马等零售头部企业

2024年中山市政府工作报告提出,要保持丰富消费场景,推动一批大型商业综合体建成营业,引导商圈差异化、特色化发展,积极引进山姆、盒马等零售头部企业。

今年5月21日,中山山姆会员商店签约奠基仪式在中山岐江新城举行,标志着山姆会员商店正式落户中山。此外,有媒体报道,盒马鲜生于今年5月27日已正式进场石岐万象汇,并开工建设,具体开业时间待定。

#### 江苏无锡: 加速构建“首店+”体系

这些年从易初爱莲、欧尚、家乐福等知名超市的退场,到如今山姆无锡店的火爆,大润发的进军,无锡商超有“退”有“进”,正在面临着转型与发展,努力“实现质的有效提升和量的合理增长”。

2023年12月28日,无锡《全力打造“美食之都、购物天堂”加快培育创建国际消费中心城市三年行动计划(2024—2026年)》正式发布,明确将在加大对“老字号”等本土自主品牌培育振兴的基础上,进一步推动国内外知名品牌在无锡开设品牌概念店,加速“首店+”体系的构建。

此前,有媒体报道,目前,无锡的开市客项目招引已经取得了明显进展,当地正积极对接并引进知名商业体或知名商业运营团队,打造消费新地标,提升商业的影响力、辐射力。届时,随着开市客的落户,无锡市区范围内将有麦德龙、山姆、大润发、开市客四大会员制品牌超市。