



激烈争夺战中,泉州超市凭何立足?

一方面传统商超断臂变革求生,另一方面超市新业态层出不穷,消费者消费方式改变,超市如何打造核心竞争力,专家支招

N海都记者 沈舜枝 林良标 文/图

刚刚过去的5月,泉州的超市业大事不断,朴朴进入泉州,并相继开了两家店,而永辉超市两家门店闭店调改。从去年以来,永辉超市在大泉州的门店不断关闭。一方面是传统商超断臂变革求生,一方面是超市新业态层出不穷,瓜分市场份额。那么,在消费者消费方式改变,商家竞争日益激烈的情况下,如何打造自己的核心竞争力,在市场竞争中保留自己的一席之地呢?

华侨大学工商管理学院副院长周飞认为,零售业竞争激烈,商超要想稳定发展,需要打造有竞争力的商品性价比,并通过增加商超的休养娱乐和社交属性,来吸引消费者,留住消费者。

线上超市高速扩张,线下门店频频闭店

5月10日,朴朴超市泉州首店开张,这是继福州、厦门、广州、深圳、武汉、成都六城之后,朴朴进入的第七城。

短短13天后,5月23日,朴朴在泉州的第二家店开张。

和传统的超市不同,朴朴超市虽然没有门店,但门店并不做销售,而是作为外送员取货的仓储点,消费者则通过APP下单购买。

“前置仓+即时配送”模式已成为朴朴超市的核心竞争力,以一键下单、30分钟配送到家,总部集采、自有品牌直连工厂等优势,不断扩大自己的市场份额。

朴朴超市成立于2016年,近几年进入高速扩张

期,目前在全国拥有400多家店。2024年,朴朴超市首次实现年度盈利。其全年收入约300亿元,毛利率22.5%。

和朴朴超市相反,近几年,传统超市的日子似乎不太过好。

就在朴朴连续开店的5月,永辉超市位于泉州中骏世界城和百捷上悦城的两家门店公告闭店调改。据悉,本次永辉超市的调改将从卖场布局、商品结构、价格品质、顾客服务、员工福利等核心方面进行整改。例如在优化商品结构方面,将增加进口品牌、胖东来自有品牌等,放大现制现售比例,调改后的商品结构达到胖东来商品结构的65%左右。

而在此之前,2024年4月,永辉超市泉秀店官宣停业,安溪财富广场店和德化万达店则分别于今年3月和4月闭店。

为了抢夺线上市场,永辉也开辟了APP小程序、美团外送等,但终未能带火其销售。

据财报披露,永辉超市2024年营收675.74亿元,同比下跌了14.07%,净亏损超14亿元,连续四年收入下降。2024年,永辉新开门店7家,关闭门店232家。

另一家老牌商超新华都这两年也不断闭店,今年4月份,新华都汉唐店官宣停业,2024年,石狮和德化相继有新华都门店官宣闭店。

消费者:无论线上线下买,都看性价比

尽管一些传统商超不断闭店,但记者采访发现,线下店并非全在走下坡路,有些品牌超市发展稳定,而消费者中也有一些群体喜欢通过线下体验购物。只是有一点相同的是,无论是线上线下,消费者都讲究商品的性价比。

“孩子上学的日子,过得跟‘打仗’似的,用朴朴真的帮我节约了很多时间。”住在

水岸假日的洪女士说,她每天下班到超市买个菜,再回家做饭,饭还没做好就要去接孩子,特别麻烦。朴朴开业以后,她每天通过朴朴买菜,方便又省时。比较过后,她也觉得,朴朴的产品品质不错,性价比也比较高。

而在中闽百汇,68岁的陈阿婆告诉记者,她每天早晨都会到超市,把一天的菜和水果买齐。“在这

附近住了十几年了,都在这里买菜。”阿婆说,百汇的海鲜蔬菜和水果都很新鲜,价格也不贵。“这种天天吃的东西,就要到现场慢慢挑。”

而在麦德龙,为公司端午聚会采购的行政人员小刘表示,公司这类采购经常选择麦德龙。她自己也喜欢麦德龙的进口牛排,隔一段时间就会来采购一次。



朴朴超市分拣员在分拣商品

商家:以差异化打造核心竞争力

记者采访发现,无论是新型超市业态,还是传统商超,在市场竞争中胜出的,大多能做到商品高性价比,深耕差异化。

朴朴的“前置仓+即时配送”模式,在方便快捷的同时,通过总部集采、自有品牌直连工厂、优化供应链路等方式,缩短采购链路、降低商品的采购成本和售价,提高商品品质价比。

麦德龙于2007年进驻泉州,近十年里虽然没有扩张,但经营稳定。与其他商超相比,麦德龙的客群同时定位于B端和C端客户,B端是企业、单位、机

构类客户,C端是个人消费者。“包装袋上的绿标‘麦咨达’,扫一扫就可以看到其从田间到舌尖的全环节。这是麦德龙的核心竞争力之一。”麦德龙相关负责人介绍说,麦德龙依托与五大全球采购中心合作,以优惠的采购成本从全球原产地采购红酒、生鲜等商品,进口商品、自有品牌产品和同时进行B端和C端业务,也成为麦德龙差异化的竞争优势。

中闽百汇在泉州经营20多年,经营稳健,近几年,虽然泉州市场没扩张,但在长沙、无锡发展新的奥特莱斯业态,经营业绩

良好。

“中闽百汇采取商品上架的‘三分之一’原则,即商品保质期已历三分之一的不予进货,商品保质期仅剩三分之一的坚决下架,这也形成中闽百汇的核心竞争力。”中闽百汇相关负责人介绍说,为了打造高性价比,集团不断加大基地和工厂直采的比例,强化集中采购量,以集团的力量提高议价能力。

为方便年轻的消费群体,中闽百汇还发展线上商城,目前拥有粉丝超百万,与线下17家实体店形成引流、互动。

专家:抓住年轻人,留住“粉丝”

华侨大学工商管理学院副院长周飞表示,零售业一直是利润比较低的行业,竞争也比较激烈。

“一些老牌商超存在品牌老化、店铺形象、陈列老化、体验感不好等问题。”周飞表示,消费者的购买习惯正在发生转移,很多年轻人更愿意在家里线上购物,商超的经营也

要满足他们的需求,线上线下一起发展,相互引流。

周飞认为,无论线上线下,商品的性价比一定是决定商超发展的核心,所以要通过大规模集采,增加自己的定价话语权,降低采购成本,打造有竞争力的商品性价比。

相比线上的方便快捷,实体店商超要打造自己的

特色,比如店铺形象增加休闲娱乐、社交属性,打造免费体验和互动,让整个购物过程愉悦又有吸引力。

“年轻人依旧是最愿意花钱的群体,一定要抓住年轻的消费群体。”周飞说,商超要想办法吸引他们,也要想办法留住他们,做好会员粉丝运营,增加粉丝黏性。

省级技能大师工作室开始申报

今年泉州将新增建设12个,评估推荐4个

海都讯(记者 黄晓燕)6月5日,记者从泉州市人社局获悉,2025年全省计划新增建设省级技能大师工作室60个(其中依托企业建设的不少于40%),在已建成的省级技能大师工作室室内评估推荐10个发挥作用的技能大师工作室。其中,泉州新增建设有12个名额,评估推荐有4个名额。被评选上的省级技

能大师工作室每个可获得10万元补助经费,材料须于7月31日前申报。

据介绍,新增建设的省级技能大师工作室要求依托企事业单位为主建设。建设项目与经济发展密切结合,鼓励和支持战略性新兴产业、先进装备制造业、现代服务业的骨干企事业单位设立技能大师工作室。已是国家级、

省级技能大师工作室不再申报。依托同一家企事业单位建设省级技能大师工作室原则上不超过两家,但不同工种且特别优秀的可申报。

评估推荐的技能大师工作室要求从已建成的省级技能大师工作室中推荐产生,重点以企业技能大师工作室为主,仍在建设期的工作室不参与推荐。

此外,新增建设的省级技能大师工作室还要求领办人应为申报单位正式在岗人员,对超过法定退休年龄或在建设期(2年)内将达到法定退休年龄的,原则上不支持申报建设项目;技能大师工作室领办人应具有高级技师职业技能水平或相当于该水平的其他技能技艺水平,在我省某一行业(领域)技能拔

尖、技艺精湛并具有较强的创新创造能力和社会影响力,在带徒传技方面经验丰富;技能大师工作室能够积极开展技术技能革新并产生广泛的社会和经济效益;制定了“师带徒”计划,技能大师工作室通过传、帮、带,使技术技能得到传承,申报前一年及管理期每年为所在企业(行业)培养5名以上青年技术

技能骨干等。

优先支持市级技能大师工作室、具备闽台特色的大师工作室项目(台资企业创设大师工作室、工作室领办人或成员为台胞、工作室的技艺或产品具备闽台特色等)申报。优先支持从省级高技能人才培训基地、公共实训基地、职业技能提升中心培育和推荐省级技能大师工作室。