



海南：盒马唱罢 大润发Super“登台”

超市更迭的背后是什么



盒马国贸店不少柜台已经空无一物。

海南盒马本月内关停所有门店业务

8月7日，南国都市报刊发了《盒马“退场”的背后：有人走 也有人想留住逛超市的“烟火气”》一文，报道了盒马鲜生即将退出海南市场，海南省内的三家门店将陆续闭店或转让，受到了广泛关注。8月31日晚，海南盒马通过旗下公众号“海南盒区生活”正式官宣印证，继盒马海秀店停业后，盒马海口国贸店与三亚店也将在9月底前陆续关停相关业务。

“后台盒粉宝子询问关于海南盒马去留的问题，小盒很抱歉地回复宝子们，盒马海口国贸店将于9月9日、三亚店将于9月25日停止相关业务。”在声明中，盒马感谢所有消费者的支持和关注，也为无法继续为盒粉提供最快最好的服务而表示遗憾。

9月1日，盒马也通过APP发布了“致盒粉的一封信”，进一步确认盒马国贸店将于9月9日起停止营业，并明确了盒马礼品卡、提货券的售后处理方式等问题。记者当天在盒马国贸店内看到，包括米面粮油、饮品、酒水区等在内的大多数货柜在经过消费者选购后已经空无一物，门店内仅有水果蔬菜、肉蛋禽区以及部分熟食档仍有商品在售。

“有些遗憾，这么多年已经习惯家旁边有这样一个产品齐全、配送便捷的超市。”对于盒马的闭店，在门店内选购蔬菜的海口市市民陈女士表示“可惜”。

大润发Super两家门店将陆续开业

然而，超市形态在海南的更迭，也随着企业携不同理念的“退”与“进”而开展。

在遗憾盒马退场的同时，一些三亚消费者也开始对新超市抱以期待。海南盒马在声明中提及，9月26日起，大润发Super将“接棒”盒马三亚店进行营业，以全新的产品搭配业态继续提供优质的生活服务。

而在海口，不少消费者也实时关注着王府井海垦广场负一层的大润发Super的开业动向。记者从王府井

海垦广场方面获悉，随着前期筹备工作整体告一段落，大润发Super王府井海垦广场店即将进入室内装修阶段，预计将于今年年底前开业，与广大消费者见面。

“位于王府井海垦广场的大润发Super是王府井集团与大润发合作的首个项目，双方都很重视这一项目的展开。据我们了解，大润发方面在项目的具体选址与室内设计方面已经经过了多轮考量，力争展示大润发Super的独特定位与调性，为广大海南消费者提供更多特色消费精品。”王府井海垦广场方面相关负责人说道。

那么，这一海南尚未布局的大润发Super有何特点，与传统大润发或是其他大型超市又有什么不同呢？

有业内人士告诉记者，大润发Super在整个大润发体系俗称“中润发”，按照定位属于中型生活超市。在大润发官网上，中润发和小润发一起被列入了“新零售创新业务”，而这也是大润发由传统超市寻求转型的探索路径之一。

近年来，大润发Super已在武汉、济南、东莞等地落下门店，基于中型生活超市的定位，大润发Super的面积主要集中在3000—5000平方米。而据消息人士透露，大润发Super王府井海垦广场店的面积便是大润发Super品牌中门店面积最大的5000平方米档次，主营业务包括生鲜、快消、百货等，同时能够为周边数公里内的居民提供线上线下一体化的高效配送服务。

从商品角度，相比传统大润发等大型商超，大润发Super还更加聚焦核心品类和商品升级。以本月底将开业的三亚大润发Super为例，该超市将更注重选取特色差异化商品和高品质生鲜，如优质地理标志特产、大润发联名定制加量装商品、各地时令水果、有机蔬菜、冷藏鲜奶以及海鲜与肉类加工服务等。

“中型超市最大的特点，是在于注重‘精致’的同时，又能比便利店等更小的业态兼顾品类的丰富性，是更加贴近消费者的‘生活型’超市。”中国商业经济学会副会长、自由贸易港（区）专委会会长宋向清表示，评估和依托城市内现有大型超市分布，中型超市一般力争做到与传统大型超市在同类商品的差异化竞争，“轻装上阵”的同时又不失竞争力。从国内各大超市集团纷纷启动中

一方唱罢，一方登台，超市的迭代仍在继续。

近日，海南盒马通过海南盒区生活公众号正式“官宣”，盒马海口国贸店将于9月9日停止相关业务，三亚店将于9月25日停止相关业务。而令广大消费者惊喜的是，在盒马陆续闭店后，大润发的新形态——大润发Super即将亮相海南，在海口、三亚分别设店。

承压之下，转型求生。对于消费者而言，新形态的超市开业将更加便利其日常生活；而从市场角度，这是超市转型更迭的行业所迫与时代所需。

南国都市报记者 王子遥 实习生 王斯文/图

小型超市的布局看，中小型业态或已经成为超市行业探索转型的发展趋势。

专家：探索转型已成为行业共识

事实上，这样的业态探索对于超市行业而言已成必然。正如家乐福、盒马陆续闭店退场所体现出的，近年来，以大型超市为代表的线下零售大卖场业态在海南乃至全国都遭遇了前所未有的市场挑战，除了电商渠道带来的冲击外，即时零售的迅猛发展也对传统超市的市场份额进行了分流，使得传统大型超市的卖场多年来在线下建立的渠道“护城河”基本消失殆尽，转型已然迫在眉睫。

环顾之下，依托数字经济的普及，以轻资产模式经营为底，以距离与调性上更贴近社区、更贴近消费者的小业态配合以数字化和移动化的用户交互，成了大型超市企业转型的主要探索方向，也为超市行业的发展提供了更多可能性。目前除了大润发的大润发Super外，盒马、永辉和华润万家等企业也都在国内陆续开设盒马mini、永辉mini、华润万家BLT等，试水中型或小型超市，迎合消费者需求的同时寻求转型机遇。

“中型精品超市的转型目前存在三大方向和趋势，一是增加一线中高端品牌品类和数量，优化核心商品结构；二是调整超市经营面积，降低经营成本；三是以消费者为中心，强化超市购物的体验感、交互式和社交属性。”在宋向清看来，在电商横行、消费者消费需求愈发个性化的当下，大型超市集团在转型时开始更加注重满足消费者对品质化、个性化商品的需求，同时通过优化经营模式与重构购物场景，争取更多的消费者。“这样的转型旨在通过商品品牌化、空间集约化、场景人性化等方面的改革，摆脱过往重资产经营的负担；同时，向精品超市转型的过程中，超市企业也更加注重通过业态调整来适应中高收入消费者对有机食品、品牌商品的日渐增长的消费需求，满足消费者个性化购物带来的满足感和愉悦感。”

也有行业人士对在海南开设中型精品超市的前景抱有担忧，认为海南相比一线城市，在中高端产品的消费能力上稍显不足，对价格较为敏感；从线上线下融合交互的情况看，海南线上即时零售的占比也相对较低。

“海南消费者喜爱‘逛街’，对消费环境与氛围不算敏感，整体购物行为与习惯也相对单纯，这与一线城市的消费者追求新型体验性购物、交互式消费和乐享新购物场景的特点确实存在‘慢半拍’的现象，但这并不意味着中型精品超市在海南聚焦核心商品、增加体验类服务的尝试会‘水土不服’。”宋向清认为，对标高水平自由贸易港与国际旅游消费中心，目前海南在促进新型商业、新型消费发展方面已经采取了一系列措施，而随着自由贸易港的建设，未来海南整体商业环境还将进一步提升，整体消费水平预计也将持续增长。因此，大型超市企业提前选择海南进行转型的探索布局，探索提供更多互动体验、个性化服务等，不仅能为自身转型寻求更多路径，还能抓住自贸港发展机遇，引领与促进本地商业的高质量、可持续发展。