

- 家乐福、盒马鲜生“退场”
- 大润发Super海口首店开张
- 麦德龙海南首店落地……

海口超市正在洗牌 将带来哪些新体验?



从2024年踏入2025年,海口超市格局又有了新变化。

在2024年的最后一天,知名国际仓储会员制超市巨头麦德龙与海口日月广场签约,将在海口开设海南首店;今年1月4日,经过业态整合的大润发“新模式”——大润发Super海口首店在海口王府井海垦广场正式开业,一时间人气火爆。

超市是居民日常生活消费的重要一环。在家乐福、盒马鲜生“退场”后,海口迎来了更多“首店”与“新面孔”。它们缘何落地海口?又将会给海口消费者带来怎样的购物新体验呢?

□南国都市报记者 王子遥 文/图



1月4日,海口王府井海垦广场内大润发Super超市开业首日人头攒动。

火爆

大润发Super开业首日销售额逾百万元

1月4日一早,海口王府井海垦广场门前彩狮舞动,消费者翘首以待大润发Super的开业。

“大润发我们都去过,所以更加想看看大润发Super究竟是什么样的,与普通大润发有什么区别。”家住王府井海垦广场街对面奥林匹克花园小区的市民常女士告诉记者,早在在大润发Super筹备开业时,她就与小区里不少人一起提前办理了大润发Super的会员登记,期待着这一门店的开业。“家附近能有一家品类齐全的超市,生活的便利度肯定是直线上升的。”

记者在超市内看到,日用、生鲜、熟食等各类销售分区依然明确且显著,每个分区内商品琳琅满目,不仅有头部单品在售,还有不少消费者少见的优品供选择,“可逛度”非常高。记者5日从王府井海垦广场方面了解到,4日大润发Super开业首日的客流量超过4万人次,销售额超过120万元。

“作为大润发大超底盘长出的精选业态,我们着力精细了商品和服务,虽然整体面积与单品总数有所减小,但精选出所有商品都是经过大数据长期沉淀分析后得出的,各品类中的头部品牌,同时还有很多我们自有渠道采购的特色商品。”大润发Super海秀中路店相关负责人陈超林告诉记者,作为大卖场精选,大润发Super既有大卖场的零售“基本功”,又基于消费者新生活方式做了商品、体验等方面的全方位重塑。

据介绍,相比大润发旗舰店,大润发Super更加突出“优选”与“生活”属性,如着力聚焦特色差异化的商品和高品质生鲜,推出“超省系列”“荟尚”“钻典”等自有品牌,并与知名品牌联名定制的加量装商品,引入“起跳价”“大润发必买”“天天便宜”“加量不加价”等价格力IP商品,长期提供超过1000款低价商品。

有业内人士表示,随着国内消费市场已从供给短缺走向了供给过剩,越来越多的消费者正在摒弃花费大量时间在海量同质化商品中选择的大卖场购物经历,摒弃“人找货”的体验,进而选择经过零售商精选与推荐、愈发细分与专业化的零售经营体验,享受“货找人”的购物体验。而大润发Super,就是大润发为了应对新消费趋势而推出的新零售经营模式。

期待

超市“新面孔”在海口接连落地亮相

在业内人士看来,大润发Super的焕新亮相,是源于大润发对消费者的洞察,以及过往商超运营基本功的积累。“我们可以看到,大润发Super一是优化了商品结构,二是减少了超市的经营面积,降低了各方面经营成本,三是以消费者为中心强化超市购物的体验感、交互式 and 社交属性。这些有助于满足消费者对品质化、个性化商品的需求,也能更好地适应来自电商的竞争,提升商品和服务的附加值,以追求更高的商业利润。”中国商业经济学会副会长、自由贸易港(区)专委会会长宋向清说。

可以作为参照的是,有着“样板店”之称的大润发Super江苏昆山花桥店自去年11月开业以来,业绩表现十分亮眼,一些品类的销售表现甚至高于大润发旗舰店,为大润发Super的进一步拓店提供了充分的验证。

据大润发母公司高鑫零售在去年11月发布的2025财年中期业绩报告,被定位为第二增长曲线中超业态的大润发Super将作为大润发未来在全国开店的“主力”进行加速扩张。虽然近期高鑫零售已正式“易主”,但市场普遍认为其这一扩张策略不会明显改变。

而对于海口而言,除了大润发Super的“首店”外,另一个“新面孔”同样值得期待。2024年12月31日,海南控股旗下海南机场运营管理的海口日月广场与麦德龙商业集团有限公司、上海麦德龙商贸有限公司举行签约仪式,标志着麦德龙这一国际连锁仓储式会员制超市巨头将进驻海口日月广场开设海南首店。据了解,该门店商业面积达1.2万平方米,预计将于今年下半年投入运营。

麦德龙曾号称“德国超市之王”,于1996年在上海开出中国第一家门店。

对于此次在海口落地,麦德龙供应链有限公司相关负责人2024年12月31日在签约仪式上表示,海南自贸港作为中国对外开放的新高地,拥有独特的政策优势和市场潜力。麦德龙一直致力于为中国消费者提供最优质的产品和服务。此次首度进入海南市场是公司深化中国市场布局的重要一步,麦德龙对海南自贸港未来的发展也抱着坚定信心。

转型

探索“差异化战略”谋求发展机遇

去年以来,海口大型超市的格局不断发生变化。继家乐福之后,去年8月-9月,海口两家盒马鲜生先后闭店,退出海口市场,一度导致不少人看衰超市在海口的发展走向。

然而,此后大润发Super入驻王府井海垦广场的消息传出,大润发南亚店的装修也在同期紧张进行;此外,不少超市也在实质性开业。去年9月底,在龙湖海口天街,旺豪超市已随着海口天街的开业而正式开始运营;在望海国际广场,由其自营的望海超市在望海国际30周年前夕正式开业,基于望海国际的供应链优势以及相当黏性的购物群体,望海超市有50%的商品来自岛外自采,在开业后也受到周边居民的广泛支持与欢迎。到去年底麦德龙确认入驻海口,又为海口超市行业带来了一波“新气象”。

“有人认为在电商大行其道的背景下,超市已成为‘夕阳产物’,这种观点并不符合实际。”宋向清认为,看待超市的发展应一分为二,一是超市的传统商业模式已经不合时宜,需要变革,需要迎合市场新变化、新趋势,通过转型升级实现与时俱进;二是超市的真实性、体验感、交互性依然不可替代,以及只有在现实场景中才存在或衍生的附加功能,如便捷的退换货服务、就地餐饮和休憩服务等,这也是电商盛行背景下资本依然竞相投资超市的原因。

他表示,通过观察国内超市的发展经营变化可以看出,尽管如今电商消费模式已深入人心,但超市行业仍在通过转型优化,通过差异化战略、加强供应链建设、创新经营策略等方式提升核心竞争力。具体到海口市场,尽管家乐福、盒马鲜生选择离场,但其他超市选择落地海口加入“战局”的商业逻辑仍然具有合理性,通过市场调研,众多超市品牌仍然看好海口的市场潜力和发展前景。

宋向清同时认为,海口已经吸引了包括麦德龙在内的多家国内外超市进驻,这些企业看中海南自贸港建设带来的发展机遇,同时也有着卓越的管理理念与运营模式。政府方面应进一步优化政策和投资环境支撑,为海南自贸港建设提供更多助力,招揽更多管理理念超前、运营能力强大的实体企业落地海南,助力海南国际旅游消费中心建设,惠及更多民众。