

# 美团旗下两大零售品牌 “小象超市”“快乐猴”在宁波同步扩张 “动物园”扎堆商超界 将为宁波带来什么？



三江购物明楼店前,另一品牌商超摆出了促销摊。

3月20日,三江购物明楼店启动为期一周的商业促销,店门前彩旗飘飞,促销摊位前人流不息;而在距离该店约200米的十字路口,一家名为“快乐猴”的超市品牌正在安装店招、加快装修,身穿黄马甲的商超人员将促销摊摆到了三江明楼店的路边,为3月底的店铺开业揽客……

在北仑城区,北仑银泰城的盒马鲜生直营店目前正在紧锣密鼓地装修中;而一路之隔的盒马北仑店将于本月底关闭后转型为三江购物的大型门店。两家店的开业时间预计都在4月中下旬,经营面积类似,一场“正面硬杠”似乎不可避免。

有趣的是,近期,在甬城“跑马圈地”的外来商超品牌大多与动物相关,猴子、小象、马……各种LOGO组成了商超界的“动物园”。宁波本地商超与新入局者同台竞技,正在加快优化升级步伐。一场围绕客群、品质、性价比、速度的零售竞争,将在宁波全面升级。



三江购物近期加大促销力度。



“小象超市”“快乐猴”正在进行店面装修。



## 1 三江购物、盒马鲜生 “联姻”终止后如何变？

今年3月底,宁波零售市场的一轮重要调整为三江购物与盒马鲜生的10年“联姻”关系正式终止。为此,三江购物与盒马鲜生联营的7家门店大多数将于3月31日停止营业,其中复悦城店已于3月中旬关闭。

那么,这7家门店将何去何从?

记者通过多方渠道打听到,这7家门店中,已明确将转型为三江购物的有盒马鲜生北仑店、甬江店,宏泰店正在谈判中,万象汇店将转型为盒马鲜生直营店,其余3家将关闭。

除了万象汇店外,盒马鲜生直营店已确定落户海曙龙湖天街、镇海吾悦广场、北仑银泰城,计划4月中下旬陆续开业,万象汇店将在重装后7月开业。

此次闭店并非因经营不善,企业公开信息显示,这批联营门店在近3年保持正常盈利,运营稳定。闭店的核心原因,是盒马鲜生在全国范围内

优化联营合作模式,转向直营化管理,提升供应链、商品、服务的统一标准,更好地匹配区域消费需求。

与此前联营模式不同,直营门店由盒马鲜生自主投资、运营、管理,商品结构、供应链、线上配送、现场服务执行全国统一标准。门店将以生鲜为核心,涵盖海鲜、肉禽、蔬菜水果、烘焙、预制菜、日用百货等全品类,同时配备现场加工、餐饮堂食等服务,线上线下一体化运营,配送时效与商品品质将进一步提升。

除直营门店外,盒马旗下社区折扣店“超盒算”也在宁波持续加密,聚焦社区刚需,与上述直营大店形成互补。

据了解,盒马鲜生此番“关联营、开直营”,是其在宁波市场从“合作试水”转向“深度深耕”的标志,也是全国战略收缩联营、聚焦直营的一部分。

## 2 美团杀入战团 旗下两大零售品牌同步扩张

在盒马鲜生调整全国布局之际,美团也杀入战团。美团旗下两大零售品牌“小象超市”与“快乐猴”近期在宁波同步扩张。

在江东颐高数码广场,记者看到“快乐猴”的装修围挡上写着“双店同开”的字样,地点一处是颐高数码,另一处为镇海招宝广场。巧合的是,“快乐猴”门店基本与三江购物毗邻,有的直接就是面对面选址。而在鄞州龙湖天街B1层,浙江首家“小象超市”超市正在装修中,预计于4月

中下旬开业。

据了解,美团“小象超市”面积较大,定位中高端生鲜超市,对标盒马鲜生,门店以生鲜、鲜食、日用品为主,采用“线下体验+线上即时配送”模式,依托美团物流体系,实现短距离快速送达,商品结构与用户体验偏向家庭一站式消费。而“快乐猴”营业面积相比“小象超市”要小,主打社区硬折扣,以米面粮油、零食酒水、日用百货等刚需品为主,业态接近“超盒算”。

## 3 本土商超积极应对 “我们要持续练好内功”

面对外来品牌商超的密集布局,宁波本土商超正在积极应对。

3月20日,记者在三江购物明楼店采访时发现,作为扎根宁波30多年的本土商超品牌,三江购物近年来加快门店升级调整的步伐,对胜丰店、来福士店进行全新升级,同时对一批社区店不断焕新,如丰富海鲜、蔬菜品种,增加烤鸡、烘焙等现场制作空间,货品陈列更明亮,走进店铺有了更多的烟火气,店堂的舒适度、体验感有较大提升。为了更多吸引客流,爆品促销力度不断,如最近上新的小龙虾,门店推出“3斤79.9元”的促销价,吸引周边居民竞相选购。

“我们要持续练好内功!”三江购物相关人士表示,面对竞争升级,三江购物除了对门店不断焕新升级外,还将继续发挥本土网点多、覆盖广、供应链成熟的优势,稳固客群与市场。

业内资深人士认为,从行业角度看,宁波此次零售格局变化,呈现三个明显趋势:

第一,联营模式收缩,直营成为主流。盒马鲜生关闭联营店、开设直营店,意味着品牌方更愿意自主掌控门店运营、商品品质与用户体验,减少合作层级,提升管理效率。

第二,折扣业态快速崛起。折扣业态以高性价比、社区型、小面积为特点,贴合当前居民务实消费的需求,成为零售企业扩张的重点方向。

第三,线上线下一体化竞争加剧。盒马鲜生、美团等依托成熟的线上配送体系,比拼的不再只是门店商品,而是供应链效率、配送速度、服务体验与价格体系的综合能力。

宁波市商务局消费促进处一级调研员尹秋平表示,宁波居民消费能力稳定、社区商业成熟,是各大零售品牌争夺的重点市场。盒马鲜生、美团加快布局宁波市场,说明资本与平台依然看好宁波生鲜零售市场。三江购物等本土超市深耕宁波市场多年,拥有较为深厚的客群资源与品牌信任度,竞争有利于推动自身更好调整升级、适应市场。

而在多位宁波零售业从业者看来,宁波零售市场竞争加剧的背后,是消费者需求的不断变化、业态的不断升级。良性竞争将推动零售行业提升商品品质与服务水平、淘汰低效门店与落后模式。随着门店更规范、商品更丰富、配送更快捷、价格更透明,宁波消费者也将大大受益。

记者 周晖 文/摄