



新闻热线 87777777

『心系寻常百姓 可读可用可亲』

宁波晚报



扫码关注
宁波晚报视频号
扫码关注
宁波晚报公众号

今天 多云到晴 10℃-23℃
明天 多云到晴 11℃-26℃

2026年4月25日 星期六
丙午年三月初九

宁波日报报业集团主管主办
国内统一连续出版物号 CN 33-0087

第11252期 今日 8 版

曾几何时,线上电商与线下实体店被视为零售的一体两面,然而随着电商巨头加速“俯冲”,宁波零售格局出现深度融合趋势——4月24日上午,小象超市浙江首店以及盒马鲜生两家直营门店同步开业。小象超市位于鄞州龙湖天街,面积近5000平方米,上架超千种商品,几乎涵盖全品类消费品;盒马鲜生两家直营门店分别位于龙湖海曙天街与北仑银泰城,经营面积均超3000平方米,6000多种商品完整覆盖盒马鲜生全品类,这是盒马今年挺进宁波市区的首批直营门店。

而在上月底,美团旗下的“快乐猴”超市在宁波双店齐开,上架货品约1600种。这是实体零售行业的复苏,还是电商逻辑对线下空间的深度重塑?



盒马鲜生直营门店。



盒马鲜生直营门店。

近些年宁波实体零售行业『不平静』

宁波实体零售行业尤其超市业态,在近些年始终“不平静”。开业20余年,家乐福3年前彻底退出宁波;永辉超市在前两年集中关店;物美超市如今已基本退出宁波主城区……实体零售行业不行了吗?并非如此。山姆会员商店在宁波连开两家,开市客浙江首店落地宁波,如今美团、阿里等电商巨头携门店“押注”宁波实体零售。但背后的商业逻辑明显变了。普通线下零售店大多基于人群的空间分布设立,连锁零售店的核心竞争力是规模效率与品类丰富度,会员制超市卖的则是决策服务。那么,背靠电商巨头的超市卖的是什么?

小象超市宁波门店负责人说,他们卖的是服务,包括商品力和烟火气。记者在开业现场看到,透明操作间里,烘焙师正在现场揉面烘烤,一旁的小象咖啡提供包括甄选SOE、风味拿铁、元气果咖等现制饮品,吸引了许多年轻消费者驻足体验。盒马鲜生宁波海曙天街店店长泉景表示,他们卖的是体验。“此次升级的显著亮点是全面拓展的堂食体验区。新店将生鲜零售与餐饮场景深度打通,牛排、烧烤、火锅等主题食材同步上线,可现场直接加工烤制,真正实现边逛边吃的鲜食体验。”泉景说。

与其他超市不同的是,这些实体门店开业前,率先铺开的是即时零售服务:4月1日,盒马直营仓线上全城配送服务开启;小象超市前身是美团买菜,在宁波开展线上配送已有多年的。

盒马直营店首进宁波 小象超市同步开业

能否带来新惊喜?
线上线下零售市场加速融合

城市零售新业态正在重塑

“这些‘动物园’超市的集结并非是对传统零售的回归,而是线上平台的物理延伸,本质是线上线下的加速融合。”宁波大学商学院讲师解兆涵说。

这些电商平台选择宁波,并确定门店选址,遵循的是传统零售行业的思路。

多位超市营销负责人在分享时不约而同地谈到了宁波的消费力。小象超市宁波门店相关负责人表示,宁波区域消费经济活跃,居民购买力强劲,对品质消费有着旺盛需求,是极具价值的消费市场,“浙江首店落子宁波,小象超市从前置仓到门店的落地,能够精准匹配本地用户的高品质需求。”

门店选址上,这些超市分布在鄞州、海曙以及北仑,但均为核心商圈的核心位置。小象超市瞄准宁波鄞州龙湖天街周边聚集的大量亲子家庭与年轻客群。盒马鲜生浙江区域总经理冷智勇表示,2026年,计划在宁波主城区再开至少2家门店,线上配送也将基本覆盖宁波主城区。

选址以外,紧随其后的是在地化改造。比如在选品上,盒马鲜生专门打通象山石浦码头的冰鲜直采链路,从渔船到门店全程冷链仅需12小时;小象超市挖掘宁波本地食材资源,引进本地品牌,推出地标水产系列。

传统零售的经营逻辑在于“场”,而电商逻辑的核心在于“流”,即讲究流量效率、用户运营、全域履约。在宁波东海经济研究院研究员蒋一萍看来,电商系品牌携线上运营优势与数字化能力入局实体零售,并非简单的渠道扩张,而是把电商基因植入物理空间。这意味着物理空间被彻底数字化与仓储化,竞争点被放在生鲜上。冷智勇直言,今后宁波消费者将第一时间品尝到盒马鲜生推出的新品,“我们将数字技术与实体门店深度融合,将全球供应链与本地特色需求精准对接。”

小象超市的选品逻辑延续电商优势,把线上畅销品搬到线下。市民王川笑着说:“原本线上商品变成看得到的新鲜货,肉蛋堡、炒酸奶、披萨等看花了眼,好吃的太多了。”

“消费市场迭代升级,居民消费需求日趋多元,大家既看重线上消费的高效便捷,也珍视线下场景的沉浸体验,这样的双向需求正在重塑城市零售新业态。”市商务局相关负责人说。

记者 孙佳丽 史妮超
通讯员 佟杭航 沃宁璐 文/摄



小象超市宁波首店。

责编 胡晓新 楼世宇 审读 朱忠诚 美编制图 许明