

武义超市在我市做大做强秘诀何在

——解开欧家超市实体店生存的文化密码

12月16日,市中心九铃华府一楼5500平方米的欧家超市九铃店开业。记者发现,欧家超市已在我市城区的华丰菜场、望春小区,以及前仓、邵宅、长城等地开出9家门店。在如今超市实体店整体萎缩的情况下,是什么支撑着它开出这么多门店?

记者了解得知,欧家超市的经营者来自中国超市之乡武义。这群白天店里忙生意,晚上店里睡地板的经营者,是如何突围取胜的?就此,近日记者采访了相关人士。



九铃华府一楼欧家超市九铃店开业时场景。

记者 舒姿

吃苦耐劳 攒下创业第一桶金

徐华是欧家超市董事长,地道武义农民出身。2002年,在亲戚的带动下,徐华和妻子加入超市大军,前往江苏创业。刚开始的十来年,我们和大多数老乡一样,开的是夫妻店。徐华说,靠着小打小闹,他们在江苏攒下几十万元。

徐华坦言,那十年,白天在店里兢兢业业忙生意,晚上就在店里搭个地铺睡觉,真的是24小时不离店。当地人看夫妻俩踏实肯干,商品价廉物美,都喜欢去购买。不过,攒下第一桶金后,徐华觉得靠原来的模式发展出现了瓶颈。他开始思考传统经营和管理模式的缺陷和不足。此后,在一年多的时间里,他远赴福建等地,向行业领军企业虚心学习聚客、销售、管理及盈利模式。2014年,他选择返乡创业,和章晓东等一帮兄弟合伙,在武义县茆道镇政府所在地杨家开起了一家规模较大的超市。

2016年,徐华等人将创业的目光投向我市。为避开激烈的竞争,他将开拓重点放在了镇(街、区)。永康经济开发区门店是他们在我市经营的最大旗舰店,有独立的美食广场,并且尝试涉足生鲜自营,上线线上配送服务小程序。经过两年的运作,客流量逐年提升,尤其是生鲜客单量从1500多单悄然增加到近4000单,由此带来的客流也有效增加了超市的整体营收。

与徐华一样,在完成原始积累后,一批武义超市店主从夫妻店发展成为大中型现代化超市,有的与上海华联、联华等著名品牌联姻,而更多有实力的干脆打出自己的品牌。营业面积也从几十平方米拓展到几百平方米,甚至几千平方米,经营场所从市郊逐渐挤入市中心黄金地段。据不完全统计,目前有10万武义人在全国各地开设超市15000家,形成了独特的超市经济现象。

更让人惊讶的是,面对大润发、永辉、物美等大品牌,武义超市不惧强敌,出现了做大做强的趋势。除了错位发展,武义超市还将大超市的先进管理模式引入其中,并保证进货质量。

徐华告诉记者,欧家超市能快速占领市场,除了价格优势,就是诚信经营。就拿今年新冠肺炎疫情期间来说,欧家超市承诺:作为保障群众菜篮子的主力军,我们不涨价。

据悉,为助推疫情防控工作,武义大溪口乡以超市党支部名义向从业者发出《关于新冠疫情期间保供稳价的倡议书》,倡导全力做好保供稳价,保证商品质量,自觉接受当地政府和社会监管,积极传播正确信息。倡议书发出后,得到了武义数千家在经营超市业主的响应。

徐华表示,超市经济是武义在外地的一张金名片,代表武义人的形象,坚持诚信经营是承诺。不仅

疫情期间,平时欧家超市坚持每天推出3款特价商品,进价1块的蔬菜仍按1块卖,受到了周围居民的点赞。宁可自己少赚点,也要让利消费者,还要保证质量好。同时,尽量减少员工数量,减少商品损耗量。记者了解到,欧家的顾客群体多为工薪阶层、精明的家庭主妇,如果将价格提上去,虽然短时间内可以获利,却失去了口碑,以后肯定做不长久。

武义超市之所以能够在竞争激烈的零售商战中站稳脚跟,并成为浙江超市商帮的一支劲旅,除了顺应时代发展的潮流、发扬吃苦耐劳的精神外,更重要的是恪守了诚信经营的道义。除了诚信经营,徐华

他们还采取抱团发展的形式。比如,除了硬件方面的投入外,欧家超市着力提升具有自身特色的核心竞争力。首先是合伙人模式,确保了团队的凝聚力和创业激情;管理机制的灵活也让公司决策链变短,能够及时有效应对市场变化,加之依托浙江制造,尤其是义乌等市场的采购优势,让超市货品的引进保持在流行前沿。

据武义县工商联不完全统计,仅今年1月至8月份,全国各地武义超市累计销售商品价值近400亿元,新开门店200多家,新增就业岗位近万个,为疫情防控、保供促需、维稳增效、助力内循环发展做出积极贡献。

讲诚信抱团发展,致力于品牌打造

无缝对接市场需求,内生动力强劲

记者了解到,浙江超市商帮源于上个世纪九十年代,以温州永嘉人外出开店为滥觞,继而从瓯江逆流而上,携亲带友,影响到丽水景宁、金华武义两个畲族城镇。从小百货柜台经营,到自选商场、超市、大卖场、购物中心、无人超市、机器人超市,在二十多年中经历了多次业态转型。来自金丽温三地的经营者现有超市门店10万多家,分布全国各地,从业人员约50万人,是当代浙商的一支劲旅。

就我市而言,温州的十足超市曾经遍布城区主要生活区。这两年,武义的欧家超市后来居上,他们都是浙江超市商帮的代表。如今武义超市后来居上,大有取代温州老大哥的意味。

除了欧家、易家福、万客隆、三联、好邻居等全国知名的超市都由武义人开设。他们除了做强主业,也作了提升。比如,欧家超市九铃店是一家用休闲购理念设计的超市,一层进去是生鲜和水果,下班的人买了东西就可以赶着回家烹饪;入口设有一个小型儿童乐园,有供儿童游玩的设施;内场有专门的海鲜专区,满足消费者的新口味,还引



超市消费者在欧家超市内选购商品。

进华莱士、古茗等餐饮品牌,丰富消费者选项。这些让消费者感觉到,武义超市虽然起点不高,但现在的发展态势与大润发、物美差不多。

如今,武义人对超市有了一套自己的认识,适当的环境、适当的产品及适当的消费。由于做的大部分是邻居生意,超市实体店还兼有社交场所功能,结伴购物、拉拉家常也很常见。这就是所谓的适当的环境,也是超市客流量的秤砣。

再比如,适当的产品。徐华经常起早到基地去看蔬菜瓜果的长

势,力争把生鲜的活做到极致。他常说,要做与电商并肩驰骋的商场,超市实体店在价格上很难体现优势,但眼见为实的品质保障和水嫩鲜活的生鲜品相,依然是招来菜篮子的法门。从大多数武义超市的商品标价看,食用油、大米的价格基本与网店持平,大部分生鲜的价格则低于网店。

武义人知道,超市实体店,不管用什么方式生存,关键依然是接近市民,这是不可替代的商业文化载体。