

家乐福“倒闭”风波发酵

传统商超路在何方

■中国城市报记者 张亚欣

家乐福风波不断,传统商超发展亟待破局。

近日,不断有“家乐福购物卡在门店无法购物”的消息在社交平台发酵:多地居民反映家乐福购物卡消费受限,部分货架出现空置现象,家乐福要倒闭的声音由此传出。尽管家乐福事后回应称,不存在倒闭情况,将持续深耕中国市场,但其困境仍旧令业内唏嘘不已。

近年来,家乐福门店频频关闭,老牌连锁商超缘何没落?现阶段,家乐福的境遇更像是传统商超的一个缩影,从行业整体来看,传统商超未来发展路径是什么?该如何转型或是破局?

“倒闭潮”发酵,家乐福紧急回应

连日来,家乐福深陷“快倒闭”的舆论之中。

1月上旬,包括马家堡店、马连道店、双井店、九棵树店、首地大峡谷店等在内,家乐福北京多家门店被曝出购物卡“消费受限”的情况。据悉,店内,日化、零食、家电、乳品、生鲜、干果等众多品类都被贴上了“福气心选”标签,显示“购物卡系统升级中,暂不支持购物卡结算,其他结算方式正常购买”,仅个别商品价签旁的标签显示“此商品可使用购物卡结账”,如红酒等饮品,导致部分货架出现了货品大面积空置的情况。

实际上,中国城市报记者看到小红书上其他城市,如沈阳、昆明、无锡、青岛等地用户纷纷发帖称,所在城市的家乐福门店不少货架已售空,且购物卡同样被限定商品使用,只能买一堆可有可无的东西来消耗购物卡,疑似要倒闭。不仅如此,还有黄牛透露,他们已不再收购家乐福购物卡,担心砸在自己手里。

疑似要倒闭的舆论逐渐发酵,对此,家乐福方面回应称,公司会持续深耕中国市场,正通过积极协调,多措并举优化商品供应链效率,给消费者更丰富的商品选择,请广大消费者不信谣、不传谣,理性消费。

而此次风波与多位供应商齐齐退出家乐福不无关系。事实上,2022年以来,家乐福被供应商追收货款的事件就频繁被曝光。“线下终端依赖到店流量,外卖等线上流量可贡献比例现阶段仍然有限,而且会影响门店利润。”零售行业专家孟奇在接受中国城市报记者采访时表示,虽然随着防控政策的

调整,这个问题一定程度上会得到缓解,但是因为疫情期间的惯性,比如供应商欠款,人员、房租等成本的累积,这种情况还会持续一段时间,而且零售企业的上游生产也在逐步恢复中。

在中国商业联合会专家委员会委员赖阳看来,苏宁收购家乐福的股份后,虽然做了一些调整,但是,本质上并没有对经营业态进行根本变革,因此效果并不理想。

“受到疫情的影响,不少企业的技术团队都或多或少有一些问题,甚至于有些公司的技术团队出现了集体“中招”的现象,因而家乐福称是出现了一个系统产品升级的问题,看似说得过去,却无法掩盖家乐福超市整体市场需求下降、市场竞争力不足的现状。”盘古智库高级研究员江瀚告诉中国城市报记者。

昔日传统零售巨头缘何如今频频闭店

1995年,法国零售巨头家乐福进入中国市场,巅峰时期在国内有210家大型综合超市以及24家便利店,覆盖全国22个省份及51个中大型城市。公开资料显示,2018年,家乐福中国营业收入接近300亿元,位列当年的中国快消品(包括超市、便利店)连锁百强前十。

在传统商超时代,家乐福曾与零售巨头沃尔玛并肩,对国内商超形成巨大压力,绝大多数消费者购物更倾向于选择家乐福、沃尔玛等大品牌超市。

2019年,家乐福中国80%股份由苏宁易购全资子公司苏宁国际斥资48亿元完成收购。至此,苏宁成为家乐福中国的控股股东。苏宁原本的如

意算盘是通过此举实现其在大快消类目的跨越式发展,希望用家乐福中国的快消品运营经验及供应链能力,与苏宁的智慧零售场景相结合,甚至苏宁还希望其旗下线下6000家苏宁小店与家乐福门店联合,打通最后一公里。

家乐福中国被苏宁收购后并没有迎来大发展,原本家乐福的电商化业务发展滞后,其发展势头早已显颓势。苏宁收购了家乐福中国,并没有挽救家乐福,反而在被收购的两年中,家乐福中国门店的坪效持续下降,连续亏损。家乐福中国随后开启了关店潮,2020年门店减少了5家,2021年门店数量净减少23家。据苏宁易购2022年三季度财报显示,前三季度,家乐福无新开门店,闭店数量达到54家,门店数量从2021年底的205家减少到151家。

昔日连锁巨头缘何在频频闭店?

“从宏观角度来说,是多元因素共同造成的。”北京社科院研究员王鹏在接受中国城市报记者采访时分析,由于时代的变迁,消费者的实际诉求发生了巨大变化。传统商超年代,消费者更加注重线下体验,包括家乐福在内的大型零售商不仅有供应链优势,还具备价格优势,因此飞速发展。但近年来,电商不断发展,电商的供货量、渠道、配送时间及方式、服务内容、价格等反而更具优势,因此家乐福的发展受到了冲击。

此外,也有业内人士认为,目前,家乐福业绩下滑并非都来自线上竞争对手,更多的原因是疫情冲击了家乐福的供给侧与需求端。独立国际策略研究员陈佳在接受中国城市报记者采访时坦言,过去三年疫情反复极大影响了一线城市核心

地段的人流,其直接结果就是让一直注重在人流密集的核心地段布局的家乐福流量锐减。这种需求萎缩并非只是发生在家乐福这种线下消费平台。其实,近三年中国整体零售板块的需求都相当压抑,近期政策优化后消费板块全领域大幅反弹就是最好的实例。

同时,陈佳还称,家乐福在核心地段选址的策略让其供应链极具特色,对供应商的距离、物流、仓储和成本管理都要求精耕细作,并且依托高质平价策略来赢得熟客。而恰恰是这种供应链策略和营销战略的特点导致在疫情冲击、需求萎缩的情况下,家乐福的供应链网络,生产、运输、仓储、检疫等各项流程受到重挫。

传统商超路在何方

与其说家乐福遭遇动荡,不如说这是数字经济时代下传统商超的一个缩影。

据不完全统计,2022年,实体零售多个业态中有将近7000家实体店宣布关闭,从业态分类来看,商超行业至少有1138家门店宣布关闭,其中中华联超市关店146家,家乐福关店54家,沃尔玛关店21家。

因此,转型和破局成为当下传统商超不得不亟待解决的难题。

“传统商超模式可能越来越难以得到消费者的认同,而且在当前的市场上,对于供应链的管理和需求也开始进一步增加,这将进一步考验这些商超企业自身的能力。”江瀚直言,对于以家乐福为代表的传统商超而言,必须要想方设法提升自己的市场竞争力,降低自己的成本和运营压力,只有这样才有可能在激烈的市场竞

争之中占有一席之地。

不少业内人士认为转型新零售是商超不可阻挡的趋势。孟奇称,除了包括选品、价格策略、服务意识等传统线下运营效率提升外,还要积极拥抱选品、价格设置、营销互动、O2O的联合运营等线上的发展。“沃尔玛的海外购业务在门店的推广就是上述类似的思路,而线下业态也要进一步探索,可以参考早前的盒马、近期兴起的折扣店、仓储会员店等。”孟奇说。

在天使投资人郭涛看来,零售业的未来是新零售。他告诉中国城市报记者,新零售对消费品、消费行为、消费场所进行了重新定义和塑造,结合了多渠道、多服务,以需求和体验为中心、技术为驱动的新型业态,将会对零售行业产生深远影响,并有望成为引领零售行业转型的重要尝试。

此外,也有业者认为,传统商超有新零售业态不可替代的优势,疫情过后仍会回暖。陈佳表示,以家乐福为代表的国际零售巨头不仅仅是传统商超,它更代表现代商圈、线下经济以及城市核心地块的繁荣度,是一个城市微观经济活力的标杆。这也是目前很多线上平台无法替代的,而为了维护上述核心地位,其势必在产品和服务方面更加追求信誉度和品质,这恰恰又是全国大力推进食品安全战略的一个重心。“传统商超更为注重城市网络布局,在新的形势下有望深得政策红利,借助近期中国消费极度反弹的高峰实现拐点式发展。”在陈佳看来,只要线下商超做好技术进步,融合线上营销思维模式,线下商超回暖并在中国式现代化进程中实现高质量发展就指日可待。

河南郑州：“年货班列”开行忙

1月12日,一列满载红酒、奶制品、坚果制品、果汁、巧克力等货物的75090次中欧班列驶入中国铁路郑州局集团有限公司圃田站,这些来自欧洲各国的食品经清关、转运、拆箱分包后,最快3天可进入市场上架销售,化身“洋年货”丰富百姓餐桌。

人民图片

