



# 杭州城里最闹猛的超市 为啥要关门?

5月15日,杭州世纪联华超市庆春店正式宣告关门,开始长达四个多月的装修。这个自1997年就开始运营的大超市,它的销售业绩一直都是杭州超市业的佼佼者。现在,它操劳的“身躯”终于要躺下来休息了。

47岁的章洪福9年来天天都要光顾这家店,三只苹果、一把青菜,不管买什么,他总爱来这里,图的就是新鲜便宜。5月15日下午5点半,从苏宁电器买了一台鸿运扇后,他骑着自行车习惯性地往左拐,准备去超市买两斤鸡蛋给儿子下面条。但眼前的景象吓了他一跳:紧紧关闭的店门,门前堆放的杂物,他这才想起超市关门的消息。

“家友关门了,以后我到哪里去买东西呢?”虽然超市改名已经有两年的时间了,章洪福还是改不了口,他已经习惯叫它“家友”。看着紧闭的店门,章洪福实在想不明白,这开了九年的超市怎么说关就关了呢?

## 场地小、车位少是硬伤

提起位于庆春路的这家大超市,杭州的老老少少没有不知道的。在老百姓心里,这家超市的东西既多又好,尤其是生鲜产品,价格公道又新鲜。不过,即使知道这些,30出头的“有车族”吴女士还是不愿意去这家超市买东西。

“停车太麻烦了,每次我只能把车开到超市对面的小巷子,买完东

西我必须提着大包小包的塑料袋,还得穿过密密麻麻的车流才能到达停车的地方,太吃力了。我喜欢去麦德龙或者欧尚,手推车能一直推到停车场,非常便利。”

“不过,买车以前,这家超市我们一个星期总要去两三回。”吴女士说。

其实,超市早就注意到了这个问题。

“从1997年发展至今,这家店作为企业的旗舰店,发展势头一直不错。不过,场地有限一直是我们最头疼的问题。不少消费者都和我们说,超市太嘈杂拥挤,空气质量也成问题。再加上超市没有大面积的停车场,周围又是商铺林立,一碰到大的促销活动,整条庆春路都被堵得动弹不得。为此,我们流失了很大一批中高端消费者。”杭州联华华商集团总经理来荣涛在谈到这个问题时颇显无奈。

“现在超市之间的竞争太激烈了,我们的处境已经到了不得不整改的地步了,顾客对购物环境的要求越来越高了。”来荣涛说。

## 关门要损失2个亿

经过大半年的酝酿,来荣涛终于做出了这个在业界看来非常“疯狂”的举动。“整整四个月停业装修,这在零售业是非常罕见的,照这家超市目前的销售业绩来看,这四个

月将至少损失2亿元左右的营业额。”杭州另一家著名超市连锁的老总如此说。

## 欲做中高端 超市要随顾客一起成长

费时4个多月、损失2亿元,联华花重金打造的“旗舰店”将来究竟会是什么样子的?来荣涛给记者做了描绘。

“首先,超市将在面积有限的情况下,最大限度地提升购物环境和档次。例如,地下一楼食品区将腾空做停车场,到时候能新增70多个停车位;以往设在中央的阶梯式电梯将封掉,1层到4层将全部改成斜坡式电梯,方便手推车的上行。”

“其次,在保留原有商品品相的基础上,超市将对商品的品类进行微调。例如原先的生鲜区一直很受老百姓的欢迎,这一块我们打算做精做细,增加商品种类、提高商品档次。食品区则注重打造健康休闲的食品风格。”

来荣涛强调,这些不过是现在的一些初步想法,超市具体该怎么调,还将广泛征求会员的意见,今后的三四个月时间内方案随时都有可能调整。

## 三个月足以改变购物习惯 周边超市纷纷制定“抢客”计划

世纪联华庆春店周边,超市并不少。“光是庆春店附近,就有好几家门店:世纪联华外海店、江城店、潮鸣寺店。其他超市还有家乐福涌金店、乐购湖滨店、好又多凤起店等。”说起超市,张洪福如数家珍。不过,现在最喜欢去的超

市已经关门了,他到底该去哪一家买东西呢?

与此同时,联华旗下位于庆春路附近的兄弟门店、家乐福涌金店、乐购湖滨店、好又多凤起店早就开始动起了脑筋,直接针对像张洪福这样的老顾客制定出了“作战计划”。

## 好又多凤起店: 免费巴士改造庆春商区

“早在四十五天前,我们就开始准备了。毕竟蛋糕只有这么大,谁都希望能分一点。”好又多凤起店马店长表示。据马店长介绍,从5月16日起,他们就开始在世纪联华庆春店周边的小巷、社区分发宣传广告单,“至少要发1万份,此外,我们会对生鲜商品进行促销,因为生

鲜是老客户最看中的一块。前几天,我们还特地调整了免费购物巴士,方便那一带的居民来这里消费。”眼看着端午节临近,马店长还希望争取到一部分原世纪联华的团购客户。“预期能够在庆春店闭店期间成长两成业绩,毕竟三个月的时间足以改变一个人的购物习惯了。”

## 乐购: 去社区办会员卡

乐购超市江浙营运区公共事务部主任金涛表示,乐购湖滨店也会调整进货量,加强人手,投入到这新一轮竞争之中。“乐购庆春店虽然处在‘三公里商圈’之外,但同样会有一定的

影响。”乐购庆春店的郑忠告诉记者,“我们也已经采取了一些措施,比如去那边的社区办理会员卡,与社区联系搞活动,开通免费巴士等,有生意当然要做的,这几个月的营运额应该会提升。”

## 家乐福、华润万家: 提供更好的价格与服务

与以上两家的主动出击相比,家乐福、华润万家等超市则打算采取“攻心策略”,放长线抢夺忠实消费者。金涛告诉记者,对卖场来讲,顾客的忠诚度非常重要,这就需要大卖场提供最

好的价格与服务。不管超市出台怎样的促销政策,最终受益的还是消费者。超市大卖场也不能一味为了竞争而存在,带给老百姓更实惠的价格、更优质的服务才是共同的愿望。

## 世纪联华庆春店: 想方设法留住老顾客

面对竞争对手带来的巨大压力,世纪联华庆春店早已想好对策。据杭州联华集团企划主管许平阳介绍,早在4月份他们就对会员做了民意调查,近40%的消费者

表示会就近选择其他超市消费,15%的消费者则很坚定地表示会选择联华的其他门店。针对这种情况,他们决定策划几种不同的营销方案来锁定超市的固定消费群。

## ● 新闻链接

## 看看这家店的“发迹”史

文/本报记者 钟兰

1997年,家友超市在杭州庆春路正式开业。经过四年的发展,经营规模位居浙江零售业第一,成为杭州人心目中的老牌子。

2002年7月,浙江家友超市被上海联华集团并购,组建了联华华商集团有限公司,目前共有151家门店,杭州

市内就有65家。

2004年,家友庆春店正式更名为世纪联华。目前,世纪联华庆春店的营业面积为12000多平方米,2005年的销售额为6亿元,客流量600多万人次,在全国超市中首屈一指。

2006年5月15日正式闭店装修,预期于2006年9月重新开业。