

2023.3  
星期二 | 28  
癸卯年闰二月初七

合肥 / 多云  
21°C~6°C / 东南风

# 安徽商报



扫码看电子报

全国都市报30强  
安徽第一早报

安徽日报报业集团主办 | 国内统一刊号 CN34-0044 | 第7989期 | 新闻热线 65179666 | 发行热线 65179700 | 今日8版 | 1-8版

## “世纪联华杏花店”月底撤店

为该品牌在合肥最后一家大卖场 开业至今已超20年

“门店调整,仅限持购物储值卡的顾客进店。”

3月27日上午,杏花公园西侧、蒙城北路与寿春路交口西南的世纪联华超市(下称“世纪联华杏花店”)门口张贴一纸通告。与此同时,打烊时间也已经提前到了下午6点之前。

二楼超市入口的世纪联华超市工作人员告诉记者:世纪联华杏花店将于本月底撤店。“现在就是清理存货的阶段,绝大部分商品都打折甩卖。”

从上周五开始,人们开始涌入超市,抢购商品。

实际上,整个世纪联华超市杏花店已经基本处于半瘫痪状态。这里更像是一个小商品市场,至少一半以上的货架已经空置;各品牌促销员在这里做最后的打折促销。

“最低折扣,也是最后的机会了!上午卖不掉我下午就不来了。”一位知名化妆品品牌的促销员用大喇叭推介超市存货。在她手指指向的货架上,用A4纸手写了黑色的“6.5折”字样。

另一位卖日用品的大叔则打出了“买三送一”的口号。“现在买绝对划算啊,我们也没办法,货带不走,能卖多少卖多少。”

一位国内知名饮品品牌的促销员正在打包存货,要将最后一百多箱饮品搬到永辉超市去。“消息来得太突然了。说关就关。一点征兆都没有。”

许多主力店铺也面临突如其来的困境。超市一楼“鸣琪表行”的老板告诉记者:初步计划是将店迁到双岗新菜市旁的时

代超市门口。“我是上个礼拜五才知道超市要

关门,店里有很多老客人,影响很大。”

一家面部护理品牌店刚刚做完“三八女神节”的大促,现在也计划搬迁到淮河路和蒙城路交叉口的新店,“可能要到4月中旬才能重新开业。”

失去根据地,一些店铺可能将永久歇业。

世纪联华杏花店李店长告诉记者:

撤店的原因是因为租约到期。“我们第一份租约是从2001年9月30日开始,租期20年。从2021年9月30日开始,我们就开始找业主谈新的合约,但谈到今天,各方面都付出很大努力,但就是一直没谈下来。”

李店长告诉记者:世纪联华杏花店撤店后,联华超市(股份有限公司)在合肥尚有三家店,分别是元一滨水城店、盛景大厦店和信达天御店,“但这三家店属于另一个子品牌‘联华’,只是‘标超’,面积要小得多。”

他同时表示:世纪联华杏花店的老顾客可以拿购物卡储值卡去上述几家店消费,“具体细则我们将在31日对外公布。”

世纪联华属于联华超市股份有限公司旗下的大型商超品牌,联华超市股份有限公司旗下拥有国内著名连锁零售品牌“联华”、“世纪联华”、“快客”等,其母公司则是国内全业态实体商贸巨头上海百联集团。

面积1.3万平方米的“世纪联华杏花店”开业已逾20年,它并不是一家寂寂无名的超市,而是目前合肥最大的世纪联华大卖场,更是一家很多合肥人从小逛到大的老牌商超。

2017年前后,在位于北一环路与新蚌埠路路口的“世纪联华双岗店”闭门歇业后,“世纪联华杏花店”已经成为世纪联华在合肥最后一家大卖场。

而合肥最后一家“世纪联华”大卖场,也将在本月底谢幕。“这真的令人遗憾。”

安徽商报融媒体记者 梁巍 徐博文 / 摄  
(政经八百工作室出品)



## 时代如斯 不必眷念

一家二十年历史的老牌商超关门,这样的事情会让人感到遗憾,但却并不令人沮丧。

消费的时代变了,竞争的态势也随之而变。如今,商超企业不再是通过大面积铺陈商品以满足全类型消费,而是主打“小而精”,为消费者提供更高品质的消费,并通过“接近消费者”拿到入场券。

因此,在商超转型升级的大背景下,一些老店的撤店、关店,是一种自然现象,不必从中推导出城市商业环境的萎缩;相反,它向我们展示出一幅城市消费力革故鼎新、重新布局的图景。

这幅新图景里有大数据。一些已经在合肥崭露头角

的新商超业态,不仅改良外部商业形态,还带来内部运转机制的革命性变化,借助互联网工具,它们可以熟练地运用大数据颠覆线下业态——通过移动支付收集消费者信息,进而指导生产、改进销售。

新图景里也有流量。2022年,合肥共有114家品牌首店、旗舰店落户。首店带来的是流量,流量又成为拉动消费的新动能。

从某种意义上说,城市优质首店的数量及密度很大程度上代表了城市的活力。一座城市只有拥有包容的营商环境,才能吸引更多首店落地。

这幅新图景里还有星罗棋布的社区店、走进楼栋的

社区团购和线下场景消费的下沉,其核心是从向消费者销售商品转向服务消费者,“是线上线下皆大欢喜”。

今年前两个月,合肥限上批零住餐行业累计销售(营业)额分别为1110.9、335.9、6.2、27.6亿元,分别同比增长7.0%、1.0%、14.1%和13.0%。

“沉舟侧畔千帆过,病树前头万木春。”商超业态正在迎来新一轮洗牌,零售业态也在寻求新的增长点。时代如斯,不舍昼夜。不必眷念,而应该昂首向前,拥抱新变化。

安徽商报融媒体评论员 梁巍  
(政经八百工作室出品)