

走档次、趋平民、搞策略

平价超市带来购物大比拼

文/片 本报记者 李芳芳 实习生 孙静波

大润发搅动泰城商业

“多了个大润发超市，突然觉得购物的选择性大了很多，现在出门坐上去火车站方向的公交车，在大润发转转，买不全的再去银座商城，省了不少跑腿的力气呢。”家住泰城东部的张女士说。

不得不说，大润发超市的入驻，不但带来了泰城市民新鲜感和购物新选择，同时也给其他类似经营业态的商场超市带来一阵紧张感。

以高档次，高消费为卖点的银座商城，近期也正在加班加点进行主楼的装修工作，统一的楼宇外观和新上的配套设施，明显把商城档次再次拉

升。

16日，记者在采访中了解到，中百大厦虽然位于泰城的另外一个商圈，但受其他经营主体的冲击，也明显感觉到了顾客被分流的现象。“一直以来中百都主打低价位，以前中午和周末都不太敢进超市，好不容易挤着买完东西了吧，还要在收银台排半天队，超市真是火得一塌糊涂。”正在中百大厦佳乐家超市购物的学生杨晓琳告诉记者，如今再来逛超市，突然发现买东西好像方便了许多，而且经常出现打折促销也让学生群体越来越兴奋。

商场频频使出看家本领

在各超市暗流涌动的比拼过程中，能形成独特的购物特色，也算是赢得了大局中的一步棋。

比如一贯走高档路线的银座商城，其销售产品不乏众多国际一线品牌。“一直喜欢在银座购物的原因，主要因为这里有很多我中意的品牌，它们都比较高端，应该是最符合我购物习惯的地方了。”家住花园社区的鲁明对记者说，像鲁明这样年轻消费者，大都表示了对银座商城高端品牌的喜爱。“有时候给长辈或者朋友送礼的时候，银座商城会给我更多选择，显得很有档次。而且，单位发的福利卡大部分也是银座购物卡，购物方便多了。”手提两只购物袋，刚从商场出来的市民王于丽说道。

一直主打平价的大润发，和银座商场直接形

成了鲜明的对比。大润发进驻泰安后，新鲜、便宜、舒适、便利成为它的营销策略，加上亲民的价格和一站式的购物方式，给消费者提供了很大的便捷。“我最喜欢的就是这里物品齐全，以前要在多个地方才能买到的物品，在这里都能买全。”大学毕业后留在泰城居住的陶雅园告诉记者，有很多年轻市民表达了对新兴超市的喜爱。

“中百超市开业六年以来，一直走中低档路线，本着提高家庭生活品质的理念，亲民的价格以及产品符合部分消费群体的消费水平，都给超市带来大量的消费群体。”中百超市办公室负责人王兴福说，同时超市经常不定期地推出各种活动来吸引消费者，比如很多时令性较强的产品，价格基本能保证是同行业中最低的。

不知不觉，大润发开业已经快两个月，以一站式、平价为卖点的超市每天都行人如织，让不少生意人看了眼馋。如今，泰城其他几家同类的经营体也都在寻找让自己更加突出的优势，重装、提档次、强化服务等等招数，只为怎样招揽顾客。



在大润发超市蔬菜区，喷洒的水蒸气保持了蔬菜的新鲜和营养。

配套和服务，这些筹码很重要

3月26日，泰安银座商城抢在大润发超市开业前，提前开出了七辆免费购物班车，服务范围基本覆盖整个泰城。除了银座商城东岳店外，每个分店都配备两部免费购物班车，保证了市民购物出行的便利。

采访中记者发现，四大超市除了拼价格和硬件条件外，软性服务也是不可或缺的关键要素。各种便民措施，通常都会被消费者拿来比较一番。“在大润发买东西，还没出现过缺购物车的现象呢。很多时候去逛超市，经常因为找不到一辆购物车而苦恼，不方便不说，弄得心情也很糟糕。”在大润发购物的泰城市民田瑶说。

记者在大润发超市入口处看到，整齐的购物车排成几排，醒目的

服务台和指示牌也都给前来购物的消费者提供了大大的便利。

“我家离银座商城东岳店比较近，而且很多商品都集中在一层楼里面，需要什么可以迅速地找到，节省了我的购物时间。”泰城市民夏齐女士说。

作为泰城最早设立免费购物班车的大型超市，卜蜂莲花的班车从最初的每天五辆增加至现在的七辆。“我们店班车的辐射范围为泰山大街、东岳大街、长城路、泮河路、岱宗大街等重要路段，以及泰城的各大社区等。”卜蜂莲花营运主管孙兆民介绍说，由于超市班车运行了很长时间，所以已经得到很多市民的普遍认可，在一天的某些时间段里，班车的上座率能达到150%左右。

布局和经营 最好形成差异化

银座商城在泰城的第五家分店已经筹备了很长时间，目前外体逐渐成形，招商工作也已经基本就绪。根据所处位置的不同，银座商城几家分店有着不同的档次定位。比如，东岳店走的是中高档路线，而东湖店和花园店走了中低档路线。

“泰安的商业逐渐活跃了起来，区域商圈进驻了越来越多的零售商。这种进驻对于同行来说，没有任何冲击是假的。但从长远看这是件好事，给周边的市民和泰安的众多流动游客带来更多选择的同时，也让同行的商家在同城经营中学到很多经验。”银座商城东岳店孙经理表示，目前银座在泰安打造的区域商圈已经颇有成效，结合周边消费能力来打造适合的消费场所，是银座商城选址的重要目标。

王兴福介绍，超市经营有几个至关重要的点，首先是贴近民生，体现在价格和品质方面；再就是提高服务质量，用高素质的营业员会提高超市整体环境，使消费者都能在高品质的环境中购物。“最后还要注重差异化经营，只有在商圈中找好自己的位置，打造出特色，才能找到适合自己的消费群体。”王兴福说。