



随着一些门店关闭,曾经送福“到家”的购物卡,却引发了消费者的信任危机。

调查二

外资超市开始出现关店潮 曾是超市的“导师” 缘何呈现“倒势”?

不再“福到家”的背后

今年5月,家乐福传出了华东区店长大出走的新闻,伴随着西安小寨店关闭的消息,人们开始关注家乐福内部的动荡。

值得玩味的是,家乐福全面启动企业文化新理念“福到家”。按照家乐福大中华区总裁兼CEO罗国伟的解释,“福到家”有多重含义,比如,在顾客满意方面,“福”包括“便宜到家”、“惊喜到家”和“新鲜到家”等含义;从企业社会责任方面,“福”还包括“可持续发展到家”和“关爱到家”等。

价格优势不再

细心的消费者却发现,家乐福店内的商品价格并没有“惊喜到家”,甚至有媒体发现,某些水果的价格,家乐福比竞争对手高30%~40%。

“我们店的销售确实在下滑。”一位家乐福的员工说,“比如思念筒装水饺500g,其他超市促销价是5.9元,我们店的DM单上的价格是6.9元。”再调价时,家乐福的CCU(城市采购中心)完全不看市调,“比如有些商品的市调价是3元,CCU居然要涨到3.2元。”

购物卡难退

中国消费者发现,家乐福在信誉也出现了问题。

7月21日,中央人民广播电台“中国之声”报道说,在已经关闭的西安小寨店,家乐福曾表示,持有家乐福储值卡的消费者可在7月28日前将卡内金额兑换为现金。但家乐福却把退卡截止日期悄悄提前至7月20日,致使众多消费者权益受到损害。

9月28日,《焦作晚报》报道,因为家乐福焦作店关闭,市民张先生两张500元的家乐福购物卡也无法退掉,其退卡时间定于9月27日~10月3日,恰是黄金周出游时间。

消费者王栋说,在这之前,他对家乐福的信誉度一向非常放心,“现在,我需要考虑一下了”。

“家乐福指数”或在郑州发生?

知名营销家李光斗曾提出一个著名的“家乐福指数”:商业经济越发达的市场,家乐福越难成功,商业经济不发达的市场,家乐福容易成功;经营状况不好的市场,受经济危机的冲击越大,经营状况好的市场,会越快走出经济危机的泥沼。

李光斗解释说,家乐福在商业经济不发达的市场相对容易取得成功,家乐福注重对消费者的研究,不仅为其提供良好的购物氛围和低廉的价格,还带来精致化的服务。但是这些是很容易被本土竞争对手学习、模仿和复制,而且后者对本地消费的了解程度,不是家乐福这些外来者在短时间内能达到的。

显然,无论是大连新华绿洲店、西安小寨店还是河南焦作店,家乐福都败在本土企业手里。

“家乐福由盛转衰,值得郑州的超市研究。”业内专家指出,家乐福现在遇到的问题,也将是所有以家乐福为榜样的超市即将遇到的。现在郑州的超市如果及早转型,或许能避免危机,比如改善一下和供应商合作的关系,提高一下商品管理水平,更重要的是要从以租赁和类金融模式为主的“家乐福模式”中走出来。

外资超市开始关店

十一前夕,家乐福在河南的地市店之一焦作家乐福关门了,接手的是大商超市。

这并非家乐福的第一次关店。今年3月,中国大连家乐福新华绿洲店正式关店,据称该门店已亏损7年之久;7月,经营仅3年的西安小寨店因业绩不佳被停业;加上刚刚关门的焦作店,家乐福一年内破天荒地在中国出现连续关店现象。

要知道,虽然家乐福出售了日本门店、撤离了俄罗斯市场、关闭了比利时门店,但中国家乐福却一枝独秀,中国市场也一直被家乐福认为是最坚固的“马其诺防线”。如今,家乐福的关店潮开始在中国内地蔓延开来,并且,就在河南。

关店的原因当然是因为亏损。业内人士说,家乐福西安小寨店有时的日营业额仅12万元左右,而焦作店更惨,有时日营业额仅5万元左右,就连家乐福最好的郑州北环店,营业额也一直在50万元左右徘徊,而这已经是家乐福在河南盈利的“天花板”了。

据《每日商报》报道,近期,因为杭州家乐福经营状况不佳,国有资本已经开始撤出家乐福。到今年10月,家乐福中国全年25家新店的开张计划仅完成了不足1/3。

为什么,曾是连锁超市榜样的外资超市,如今却陷入这样的尴尬局面?

外资超市光环褪去

其实,家乐福在河南经营不善就连消费者都感受到了。

在刚开业的焦作家乐福,焦作网友“zhengjieaj”就发现,一向以低价高质闻名的家乐福和想象中的完全不一样,“降价促销的旗号喊得非常响,可是大部分商品的定价畸高,丹尼斯定价3元的麦片在家乐福是5.8元,在丹尼斯原本就卖19元的洗发水,家乐福的员工大喊着原价50(元)现价19(元)……”“zhengjieaj”在博客中善意地提醒家乐福说:“想在焦作市场占有一席之地,这样敷衍肯定是不行的。”

河南的其他门店也不断爆出家乐福出售劣质商品、和顾客发生冲突的新闻,在洛阳,甚至出现家乐福的保安把现役军人打伤住院的事件。

一系列的事件,让家乐福在河南人心中的光环逐渐褪去,连一向视家乐福为“老师”的业内人士也有了这样的想法,“我们现在更多的是对家乐福以前成功经验的学习,以及对它这几年失误的教训的吸取。”一家超市的总经理说,现在他们新的学习目标是华润发。

依靠低价、熟悉市场等优势,华润发在二三线城市和一线城市的城郊结合部迅速开花,全面超越家乐福。有消息称,华润发将在明年登陆港交所。

在河南市场,家乐福除了大商、丹尼斯和沃尔玛等老对手的围追堵截,加上新对手华润发和永辉尾随入场,家乐福的焦作店现象,也许只是一个开始。