

江苏经济报



主管主办：新华报业传媒集团

今日4版 国内统一连续出版物号：CN 32-0016 代号：27-50 全国发行 星期四 2026年2月12日 乙巳年十二月廿五 总第10299期

商超赛道硝烟起 爆红如何变长红

虎踞调查

江苏经济报记者 周凯航

岁末年初，南京商超赛道“硝烟四起”。1月24日，全球连锁精选平价超市ALDI奥乐齐南京首批4家门店同日开业。开业当天，各家门店纷纷因客流爆棚而被迫采取限流措施；前一日，连锁超市品牌悦活里在南京的两家新店同时开业，开业现场同样人气火爆，顾客络绎不绝。

有人欢喜有人忧。1月21日，永辉超市发布预告公告称，预计2025年归母净利润21.4亿元。虽然永辉称业绩亏损的主要原因是2025年公司进行了重大经营策略调整，然而学习“胖东来”经营模式近两年后，无论是从经营业绩还是消费者口碑来看，永辉的“胖改”之路均未见明显成效。

随着零售商超入局者日益增多，市场竞争加速分化。“永辉”们为何难再获消费者青睐？对商超品牌而言，消费者新鲜感淡去后，又该如何通过可持续经营策略实现长红？记者展开调查采访。

“新势力”精准定位争市场

通过对近期大热的几家超市“新势力”的走访，记者发现，精准契合特定受众群体的需求是其走红的关键特征。“披萨一盒4.9元、鸡腿4个7.9元、乳果果经典护手霜一支9.9元……”奥乐齐四店同开首日，记者来到位于南京栖霞区金鹰湖滨天地的一家该品牌门店采访时，消费者小金欣喜地晒出了她的“扫货”账单。“传说中的‘穷鬼超市’确实不一样，到处都是9.9元及以下的商品，质量看着也都还不错！”

相比于传统零售超市追求“大而全”，聚焦消费者一日三餐之刚需，以及极致的性价比，是这家已在全球开出超过13000家门店的百年零售巨头的“主攻点”。对此，奥乐齐方面向记者介绍，品牌通过精选消

费者高频需求产品，进行集中采购以降低成本。同时，从源头开发自有品牌严控品质，以减少中间议价环节，从而让“好品质、够低价”的目标成为可能。目前，奥乐齐在售14个自有品牌，商品种类虽不多，但无论是消费者一日三餐买菜做饭的刚需，还是更多匹配日常高频消费需求的好物，都可以用极具竞争力的价格买到。这一点，也成为奥乐齐在零售超市品牌“混战”中所塑造的核心优势。

另一方面，作为来自湖北的连锁超市品牌，悦活里则主打“烟火气”。以该品牌新近开业的南京江宁金鹰店为例，“菜场+美食街+超市”模式，将新鲜直采的生鲜与现制热干面、海鲜炒饭、生烫牛肉粉等熟食结合，消费者可观现实现做、即买即食。“每次逛到这里的热气腾腾，满满的烟火气都吸引着我往里走，我想这也是悦活里得以这么火的原因！”消费者苏苏说。

记者注意到，同为超市“新势力”，在经历过消费者开业尝鲜的红利期后，奥乐齐和悦活里的口碑也开始出现分化。“第一时间去了两家超市。个人认为，悦活里场地比奥乐齐大且明亮很多，商品布局更加合理，种类也比奥乐齐多了不少。奥乐齐虽然在价格上有优势，但是和悦活里相比，这个优势并不明显。”一名不具名的消费者说。另有不少消费者表示，在奥乐齐购买的不少单品“踩了雷”，比如，车厘子购买当天即出现腐烂、不少蔬菜肉类口感不及预期，9.9元一瓶的锡兰红茶牛乳茶喝出塑料味……

频频出现的品控问题，让不少人感慨“一分钱一分货”，似乎也预示着这家“穷鬼超市”从开业初的爆红到真正被本地消费者所接受与信任的长红，还有很长的路要走。

“老玩家”逆势求变寻自救

“新势力”忙于“开疆拓土”，“老玩家”则为了守存量、拓增量努力求变。“大串草莓糖葫芦，十元一串”“清爽开胃的龙须菜，快来尝尝”“全场八折、全场八折……”2月6日，周末晚间，记者来到南京江宁宝龙广场的这家永辉超市时，只见现场有不少市民

在选购商品。漫步店铺间，多处宣称“学习胖东来”的红色标语醒目可见。“学习胖东来，初衷是好的，但是目前来看，永辉店员的业务能力亟待提升。刚刚我向蔬菜区的店员询问哪里有芦笋卖，店员愣愣了很久也没能给我答案。”一位路过的市民叹了口气说。记者注意到，这家永辉超市墙面上的一条横幅中写着：“我们大多数是新员工，技能还不成熟，服务有不周到的地方请您谅解，我们会加快成长！”

永辉的“胖改”之路，初衷在于商品供应链变革、服务与顾客体验升级以及员工福利的提升。大刀阔斧的改造之下，部分调改后的单店业绩确实出现回升。然而，从永辉发布的2025年度业绩来看，转型的阵痛仍在持续。这一方面源自改造带来的资金压力，另一方面，也有不少人质疑永辉对门店的调改更像是“表面功夫”。“换汤不换药，改造前后的门店除了货品摆放稍有区别，以及增加了熟食和现场烘焙区，其他与改造前别无二致”“越调整价格越贵，关键商品质量也很一般”“说是晚上八点后全场八折，实际上许多菜品不打折根本没人买”……冰冷的数字与消极的市场反馈，都预示着永辉的转型之路道阻且长。

不只是永辉，江苏本土商超华润苏果也在逆势中寻找突破。2月7日，记者在位于南京江宁区东晓路的一家苏果生活超市发现，周末下午近一小时的空闲时间，进店客人屈指可数，买单消费的更是寥寥无几。该门店的现状只是华润苏果当前经营所面临挑战的缩影。对此，苏果亦开始转型尝试，力图通过门店焕新、体验升级、供应链优化等举措回应消费者对品质生活的多元需求。转型收效几何，还有待市场印证。

用稀缺价值构筑“护城河”

即便是永辉超市、华润苏果等如今陷入转型危机的商超品牌，过往也曾经历过人声鼎沸的甜蜜时刻。而当下正成为消费者新宠的新人局者，也未必能够成为“常青树”。行业冷热不均，什么才是实现长红的

破局之路？当前传统商超行业的“冰火两重天”，是零售业从“二房东模式”向“买手制模式”转型的阵痛期反应。江苏省社会科学院财资研究所（江苏省金融研究院）助理研究员王紫筠告诉记者，过去二十年，苏果、永辉等老牌巨头依靠的是“通道费”逻辑，通过向供应商收取进场费来获利，这种模式导致了商品同质化严重且价格虚高。如今，随着奥乐齐等硬折扣店的人局以及电商的挤压，旧有的护城河已变成了“围城”。永辉虽然大刀阔斧地进行“胖东来式”调改，但巨额亏损的出现并不意外，因为这不仅是门店装修的翻新，更是对深层供应链、利益链的重构。改革需要剔除数以万计的无效SKU，重建信任体系，这种沉没成本的清算必然会在短期财报上留下惨烈的赤字。未来的商超发展路径将呈现极端的“K型分化”：要么像奥乐齐那样，通过极致的供应链掌控力把价格打到地板，做效率的王者；要么像悦活里或调改后的永辉，提供电商无法复制的情绪价值与服务体验，做品质的管家；而平庸的、没有特色的中间层超市将面临最残酷的淘汰。

王紫筠认为，要在如此激烈的存量博弈中赢得消费者，核心在于解决消费者的“选择疲劳”并提供稀缺的“确定性”。现代都市人并不缺商品，缺的是“闭眼买不错”的信任感。奥乐齐扮演了“严苛把关人”的角色，极致精简的SKU让消费者免去了比价的焦虑；而胖东来模式的内核，则是将尊重与服务量化为一种高溢价的非标资产。”她表示，实体商超若想存活，必须放弃“大而全”的执念，转而追求“窄而深”的精准定位。消费者愿意为两件事买单：一是极致的性价比，这需要商超具备强大的自有品牌开发能力，去除品牌溢价；二是不可替代的场景体验，比如试吃的烟火气、精细化的生鲜加工或是极具亲和力的社区互动。简而言之，当下的商超竞争已不再是单纯的货架之争，而是对消费者“时间”与“情绪”的争夺，谁能让消费者觉得“逛超市”是一种解压而非负担，谁就能真正拿捏住流量的密码。

“家门口”的坚守



江苏经济报记者 张青峰 通讯员 徐旭东

海州湾寒风凛冽，连云港徐圩港区却是一片繁忙景象。2月10日，一艘从新加坡驶来的液体化学品运输船缓缓靠泊徐圩港区盛虹炼化一体化项目码头。连云港出入境边防检查站执勤六队民警徐德懿，早已和战友们在岸边整装等候。

“随着基地不断发展，现在进出口的液体化学品运输船越来越多。”等候间隙，外轮代理封顺主动和徐德懿聊了起来。

“是啊，今年以来，我们站已经查验了50余艘次液体化学品运输船。”徐德懿笑着回应。他心里清楚，徐圩港区是全国七大石化产业基地之一，也是国家东西部区域合作示范区的先导区，更是江苏沿海开发和“一带一路”强支点建设的关键载体，每一艘船舶的安全顺畅通关，都事关重大。

说活间，船舶稳稳靠泊，舷梯缓缓放下。徐德懿和战友立即登轮，办理边检查验手续。他用流利的英语与船员沟通交流，逐人核对证件信息，仔细深入机舱等重点部位开展安全清查。

“检查完毕，无异常，可以正常作业。”在岸边等候的码头生产经理贾石磊接到通知后，立刻组织人员接通道，开始装卸作业。

我省7部门送上春节“安心礼”

本报讯 今年春节假期长达9天。为确保群众度过一个欢乐美满的春节，2月11日，江苏省政府召开新闻发布会，省公安厅等7部门联合发布春节保障工作方案，全力营造平安、稳定、祥和、丰足的节日氛围。

据介绍，节日期间，全省公安机关将最大限度把警力摆上街面，围绕人员密集场所和治安复杂地区，全面落实联动巡逻机制和快速反应措施，提高见警率、管事率，让群众感受到安全就在身边。此外，春节期间，全省将举办各类大型活动437场，同比上升3.8%，其中万人以上27场，预计参与人数214.13万人。公安机关将密切关注活动动态，严格落实安保措施，严防发生失窃、火灾等安全事故。

今年春节假期较往年偏长，叠加经济复苏、群众生活观念转变，返乡探亲、旅游出行需求更加旺盛。经省交通运输厅综合研判，今年春节期间，我省公路出行将整体呈现“节前分散、节后集中”的鲜明态势。预计2月21日（正月初五）起，跨区域人员流动量增长明显，高峰将出现在23日（假期最后一天）。据初步测算，今年春节假期，我省旅客出行规模将高于去年同期，全省公路水运预计发送旅客1685万人次。省交通运输厅相关负责人介绍，针对可能出现的大客流大幅增长，全省计划投入公路客车2.1万辆，城市公共汽车4万辆，城市轨道交通1.3万辆，在客运枢纽站、旅游景区等重点区域加强运力投放和组织调度，开行区间车、定制公交、旅游直通车等。同时，铁路部门增开临客列车229对，在热门线路增开夜间高铁，民航部门计划执行客运航班5.7万架次，全省机场新增多条热门航线，最大限度满足运输需求。

城乡节日消费迎来高峰，全省商务部门围绕“保供应、促消费、惠民生”总体要求，积极引导企业加强产销衔接，全力组织货源，丰富产品种类，保障春节期间生活必需品稳定供应，让城乡居民买得舒心、吃得放心。依托415家重点保供企业、27000多个市场供应网点，全省商务部门构建了较为完善的市场保供体系，确保生活必需品供应不断档、不缺货。此外，全省商务部门还将围绕“好购、好吃、好住、好行、好玩、好看”7个重点，开展“乐购新春”江苏春节节

别活动，省市县、政银企联动开展超1700场“一市一特色”消费促进活动，联动金融机构、商贸流通企业投入超12亿元开展以旧换新、有奖竞赛、消费券、满减立减、数字人民币红包等系列惠民活动，全面激活春节消费市场。

春节临近，文旅市场持续升温。省文化和旅游厅联动各地文旅部门以及文旅经营主体，推出演出、文博、非遗、旅游等7大板块共计5800余项文旅活动，全面营造“好吃、好看、好玩、好购、好度假”的节日文旅消费氛围，以春节文旅市场“消费旺”推动新春文旅“开门红”。为抢抓消费节点，“非遗贺新春”“博物馆里过大年”等主题活动已陆续落幕。配套2026年春节全国文旅消费月，推出“过舌尖团圆年”“过浪漫艺术年”“过非遗烟火年”“过古韵国风年”等主题活动，打造一批具有冬季和春节特色的旅游线路产品，吸引人们过文化年、过旅游年。

假期时间长、人员流动大、食品消费集中、聚餐活动增多，是食品安全风险易发、多发的重点时段。为切实筑牢春节期间食品安全防线，近期，省市场监管局赴全省13个设区市开展节前安全检查，督促各地全面抓好落实。省市场监管局相关负责人表示，春节期间，全省市场监管系统将持续强监管、惠民生、保安全，多措并举保障广大群众买得放心、吃得安心、安全度假、祥和过节。截至目前，全省已组织开展“你点我检”活动50余场，完成各类节日专项抽检1.7万批次。

发布会上，省民政厅介绍了春节期间民生保障相关工作。其中，民政部门将通过走访慰问、资金补助、社会救助、慈善帮扶和“寒冬送温暖”等举措，春节前发放节日补助金3.6亿元，提前下达2026年救助补助资金，确保困难群众温暖过冬、幸福过年。此外，针对探亲不便、务工不幸等突发困难群众，江苏实行“急难发生地直接救助”，畅通省、市、县三级社会救助服务热线，及时提供基本生活保障或协助返乡。

省卫生健康委相关负责人介绍，春节期间，全省所有医院急诊科24小时开放，二级以上综合医院、中医院、儿童医院将合理安排门诊、呼吸科、儿科、感染科、胸痛、卒中、创伤等科室和救治中心将配齐配强中医医护人员，保障患者能够得到及时有效的救治。（徐杨）

【观察与解读“差一点过万亿”的徐州】系列报道之二

“破壁”之途

台4000吨级全地面起重机等一批“国之重器”相继问世，彰显了中国装备制造的硬核实力。

在位于徐州高新区的江苏先导微电子科技有限公司，22万平方米的厂区寂静无声，车间内不见人来人往的繁忙，只有众多设备在闪烁运转。目前，该公司产品已应用于光伏、平板显示、MEMS传感器等领域，部分技术填补国内空白。

先导微电子只是徐州新崛起的半导体集成电路产业众多企业中的一例。近十年，该市集成电路、绿色能源、数字经济等新兴产业迅速崛起，正加速替代煤炭与火电两大传统支柱产业，推动产业结构由“重”向“新”转型。2025年，徐州四大重点产业集群——工程机械、绿色低碳能源、数字经济、食品及农副产品加工，产值皆突破千亿元；集成电路与ICT、新材料产业集群规模均逾500亿元。

徐州重点发展的战略性新兴产业之中，绿色能源业已形成光伏全产业链，江苏中能硅业科技发展有限公司自主研发的新型先进硅材料——颗粒硅产能超过6万吨，居世界首位；安全应急产业建成了工贸安全装备制造基地；集成电路产业的电子级多晶硅、大硅片、光刻胶单体制造达到国内先进水平。徐州的软件信息服务也在不断发展。徐工集团创立的徐工汉云已成为我国工业互联网平台的佼佼者。2025年10月，徐州新兴产业母基金完成工商注册，总规模30亿元。

不仅如此，徐州已开始构建“4+X”未来产业体系，包括具身智能、深地开发、氢能、生物制造等。徐州高新区深地产业先行集聚发展试点入选首批江苏省未来产业先行集聚发展试点，是苏北唯一入选者。

江苏省社会科学院中国式现代化研究院院长、研究员程俊杰认为，作为老工业城市，徐州并没有盲目“去工业化”，而是坚持系统化推进产业转型升级。在促进传统产业焕新的同时，培育壮大新兴产业和未来产业，并充分发挥传统产业在新旧动能转换过程中的支撑作用。他分析，在这两个进程中，徐州皆依托产业集群完善创新生态，既发挥徐工等“链主”的龙头作用，也建设了深地科学与工程云龙湖实验室等高能级科创平台，加速提升新兴产业的创新能力。

“淬火”十年，这座传统制造业之城的工业变得更大、更精、更强，经济变得更加坚韧。其间，从依靠优势资源，到创新驱动和“智造”驱动，徐州工业发展模式的“升级”远比单纯的产业结构调整、技术的迭代更为关键。

一座资源型城市的自我“革命” 作为一座有着百年开发史的資源型城



徐州益客食品有限公司的鸡肉加工流水线。



徐工汽摩产线上，即将组装完成的纯电动半挂牵引车。

区域经济亮优赛道

江苏经济报记者 王峻峰

就经济规律而言，传统优势产业、优势资源的另一面，往往是单一产业、单一资源的束缚与困境。对于徐州这座老工业城市来说，如何真正从资源消耗型发展模式转向高质量发展模式，如何从一座老工业城市转变为高科技、绿色和智慧的现代产业之城，是其必须突破之“壁”。国内生产总值（GDP）超过万亿将是一个重要的“破壁”契机。但是，暂未迈入“万亿之城”，也并不意味着“破壁”之途就此停滞。

实际上，作为江苏省唯一兼具老工业基地和资源型城市“双重身份”的地区，徐州已蓄势多年。此“力”，便是徐州能级不断攀升的内生动力。据徐州市政府工作报告，2025年徐州“343”创新产业集群总规模突破8000亿元，其中工程机械“一号产业”增长19%。

“新”“旧”之间，徐州在加速“破壁”而上。

一座老工业城市的“淬火”之路

徐州有着坚实的工业基础。多年来，

徐州工业在坚守，也在蜕变。2023年初上映的科幻大片《流浪地球2》中，许多充满未来感的大型工程机械装备，都出自徐工集团。其中的“钢铁螳螂”，学名“多地形智能应急救援平台——徐工ET120”，配备了18个液压油缸，在山地、沼泽、隧道等复杂地形中如履平地，能够在4500米海拔、零下40摄氏度等极限环境下工作，堪称“中国造”的现实版变形金刚。智慧与工业美学兼备。

徐工集团是中国工程机械行业的龙头，是业内首家市值超千亿元企业，也是徐州工业实力的象征。近十年，徐工集团的升级方向是高端化、智能化、绿色化、服务化和国际化。2023年，徐工实现“一人一厂”的高效率生产。2025年，徐工新能源重卡以3.54万辆的年销量夺得行业冠军，同比增长147%。徐工系列产品出口覆盖绝大多数共建“一带一路”国家。不久前，徐州重型机械有限公司入选由工业和信息化部等部门联合授予的首批领航级智能工厂名单，全省仅两家。较之普通工厂，这一智能工厂的新产品交付周期缩短55%，研发周期缩短32%。

徐州素有“工程机械之都”。“十四五”期间，徐州工程机械产业集群入选首批国家先进制造业集群，17类主机产品国内销量第一，全产业链自主可控率突破90%，全球最大4000吨级履带式起重机、世界首



2月11日，市民在淮安市汇通市场选购春联、福字等喜庆年货，处处洋溢着迎新年的热闹氛围。当日是传统的南方小年，我省各地春节气息日渐浓厚。 贺敬华 摄