



主管主办: **新华报业传媒集团**

江苏经济报



江苏经济网



江苏经济报
官方微信

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

星期二 2026年8月25日 丙午年七月十三 总第10426期

冷热不均 超市零售业如何焕新突围

□江苏经济报记者 周凯航

8月10日,开业12年的金鹰超市(新街口店)正式闭店,自此,金鹰自营超市在南京再无门店。“告别,亦是新的开始。悦活里(新店型)即将接棒,焕新亮相,继续守护您的日常烟火。”闭店告示牌上这样写道。

8月22日,全球连锁精选平价超市ALDI奥乐齐正式进驻南通,崇川大有境店与金鹰中心店双店同步开业。开业期间,奥乐齐不仅为南通消费者带来多款“好品质,够低价”的商品,还推出“免费注册新会员,首单实付满99元将返10元优惠券”“月累计消费满200元获好礼”“到店单笔实付满129元参与抽奖,百分百中奖”等多重福利。开业伊始,两家门店客流爆满,热门商品供不应求。

这样一冷一热的场景,深刻反映了商超行业加速分化的现状。跟不上消费者需求的老品牌加速退场,“木业有专攻”的新势力陆续入局,传统商超的下一步究竟应该走向何方?记者近日就此展开采访。

优势不再 老牌超市黯然退场

8月12日,记者来到金鹰超市(新街口店)原址时,只见现场已全部被围挡封锁,围挡处“重塑美好 共赴新境”八个大字格外引人注目。现场还有零星的不知超市已经关闭、前来购物的顾客。“在他家购物很多年了,许多进口商品品质还是挺好的。”市民刘阿姨的语气中透露着惋惜与不舍。

曾经,“去金鹰超市买东西”在南京是一种高端消费方式的象征。作为南京最早一批进口超市之一,金鹰超市定位中高端,主营食品、百货、生鲜、滋补四大品类,店内设有网红打卡区、日韩商品区、营养保健区等特色专区,一度是不少南京消费者的

的“心头好”。然而,随着山姆和开市客在城市外围截走了中产家庭的批量采购,盒马、美团小象在“最后一公里”切走了即时需求,奥乐齐和超盒算NB在社区门口抢走了日常高频消费,留给这家老牌商超的市场空间越来越窄。2025年,南京金鹰世界和江宁百家湖的金鹰超市相继闭店;今年3月,开业16年的金鹰超市珠江路店也宣布清仓闭店。

“金鹰超市的退场反映出的是一整代传统商超的‘结构性失速’。这类老牌商超的底层逻辑是‘大而全’的货架经济,依靠规模采购压成本、依赖地段流量等客来、依傍品牌惯性吃老本。然而,年轻消费者要的不是一万个SKU的堆砌,而是精准的选品、有记忆点的体验和可感知的价值感。”江苏省社会科学院财贸研究所(江苏省金融研究院)助理研究员王紫筠认为,“金鹰们”既没有像山姆、Costco那样构建起供应链的排他性壁垒,又未能像奥乐齐那样用自有品牌重写定价权,卡在中间地带进退失据。传统商超的盈利模型高度依赖通道费和堆头费,是把货架当“摊位”出租给供应商,这种地收租思维导致选品高度同质化,消费者走进任何一家金鹰超市看到的都是差不多的品牌、价格和陈列。当电商解决了“买到”的问题、社区团购解决了“便宜”的问题、内容平台解决了“逛”的问题时,传统超市所提供的一站式购物体验就成了一个伪命题,不是消费者抛弃了超市,而是超市早就不再是不可替代的入口。

各具亮点 新锐势力加速崛起

与金鹰超市的落寞形成鲜明对比的,是一片天空下商超新势力的持续扩张。同处南京新街口商圈,来自湖南的新鲜零食品牌金粒门华东首店开业前3天销售额便突

破100万元。记者在现场看到,门店入口被划分为零食排队区和饮品排队区,虽是工作日,但每个入口都排起了长龙。记者排队入场后,只见店内汇集了百余款特色零食,覆盖现烤、麻辣、茶饮、烘焙等多元品类,且商品多为短保质期,以优质新鲜的特性抓住消费者的味蕾。

接棒新街口金鹰超市的悦活里同样人气爆棚。今年1月,悦活里金鹰世界店和江宁店双店同开,金鹰世界店首日销售180万元,位列全国门店第一。其打法清晰而直接:主打“好物够低价”,自有品牌价格比同类低10%至20%;熟食区“一日两清不卖隔夜”;海鲜可免费加工;生鲜区电子屏每日公布果蔬进货溯源信息。记者了解到,悦活里入驻新街口金鹰后,将打造“超市+便民菜场+现制美食”的复合业态,打造更加适配上班族、游客、年轻群体的便民烟火商超。

作为硬折扣模式鼻祖,奥乐齐始终秉持“植根本土,服务当地”的理念,深入洞察中国消费者饮食习惯,并依托高效稳定的本土供应链优势,通过精选SKU、源头开发自有品牌等举措集中采购,降低成本,砍掉中间环节溢价。在严格把关品质的前提下,让消费者享受到“没有套路的天天低价”。品牌相关负责人告诉记者,奥乐齐此次选择面江临海、底蕴深厚的南通,将围绕南通消费者家庭的日常饮食偏好,备好一系列高品质价比自牌好物,覆盖肉禽、蛋奶、水产、粮油等多品类,让一日三餐买菜做饭刚需一站式购齐。就在首店开业的同时,南通如皋万达店、新城菜场店已经进入筹备阶段。

善做“减法” 建立独特品牌“护城河”

百花齐放的商超新势力是如何抓住消费者的需求点的?王紫筠认为,新势力的

突围策略看似各异,却有一条共同的产业逻辑:放弃“什么都卖”,专注于“卖什么就卖到极致”。“奥乐齐带给南京市场的是德国硬折扣模式的降维打击,90%自有品牌占比意味着它卖的不是品牌商的货,而是自己定义的消费标准,品质对标一线品牌而价格砍掉三到五成。这种‘低价不廉价’的心智一旦建立,传统超市的价格体系便再难自圆其说;悦活里走的是‘生鲜餐饮化’路线,把超市从购物场所升级为生活场景,现制现售的烟火气既拉升了坪效,又制造了到店的理由;金粒门则精准卡位在‘零食折扣+社交货币’的交叉地带,用极致的单品突破和强视觉的店面设计把买零食变成一种可拍照、可分享的消费体验。”她表示,这三者的共同切入点或是“做减法”——减SKU、减中间环节、减无效空间,把省下来的成本投向品质、体验和供应链效率。消费者感知到的不再是“便宜货”,而是物超所值,这恰恰是新旧零售的分水岭。

未来,超市零售业又该如何发展以适应时代新的需求?王紫筠认为,超市零售业的未来不在于是线上还是线下,而在于能否重新定义自己在一个被极致切割的消费生态中的角色。最根本的一条出路是从“卖货的场所”转型为“解决问题的平台”,消费者不是来逛货架,而是来完成一个生活任务,比如“今晚吃什么”“周末朋友聚会的零食怎么备”“家里有小孩该选什么食材”。围绕任务组织商品而非按品类陈列货架,这背后需要的是从供应链到门店运营的一整套重构。自有品牌应成为“护城河”的核心,当货架上的东西只有在这里才买得到、才买得起,消费者才没有比价的动机。“超市最终要回答的问题不是‘比对手大多少’,而是‘离消费者的生活近多少’。”王紫筠说。

虎踞财评

江苏县域经济挺起“硬核”脊梁

○张韩虹

当前,全国县域消费加速崛起,成为拉动内需增长的核心增量。商务部2026年1至7月消费数据显示,全国县乡消费品零售额累计同比增长2.4%,增速较城镇高出1.3个百分点,且已连续55个月持平或超越城镇消费增速,县乡消费品零售额占全社会零售总额比重达39.1%,县域市场正式成为内需扩容的关键支撑。在这一发展大势下,江苏县域凭借雄厚经济实力与强劲消费活力,稳居全国县域消费第一方阵。

如今全国县域消费格局已然重塑,13个县域消费能力成功赶超一线城市,打破了一线城市垄断高端消费的传统局面。全国GDP千亿县域数量已超75个,其中6个县域GDP突破3000亿元,昆山、江阴、张家港、常熟组成的“苏南四小龙”占据四席,领跑全国县域经济。江苏头部县县的消费逆袭并非偶然,而是产业、收入、商业生态深度共振、迭代升级的必然成果。

县域消费的强势增长,彻底重塑了传统城市商业格局,打破了一线城市对高端商业资源的长期垄断。过去,高端商超、国际酒店、头部消费品牌高度集中于一线城市核心城市,县域市场业态单一、产品不足,始终处于消费链末端。而当下江苏头部强县消费能级跨越式提升,消费购买力大幅跃升,倒逼优质商业资源主动下沉县域蓝海市场。

一众高端商业落地案例,印证了江苏县县的硬核消费实力。山姆会员店相继入驻昆山、张家港、江阴等县城,其中昆山山姆门店年销售额位列全国前列,彰显县域居民强劲的品质消费能力;希尔斯、万象、洲际等国际高端酒店品牌,也持续加码“苏南四小龙”,密集布局线下业态。这标志着江苏头部县域消费彻底摆脱被动追赶的局面,实现了比肩甚至超越一线城市的能级跃迁。

县域消费的持续火热,并非短期消费热潮,核心依托于江苏县域扎实的经济底座,民营经济活力与居民增收能力成为两大核心支撑。消费是经济与民生的直观体现,实体经济稳健、居民收入充裕,才能实现消费的长效升级。

民营经济是江苏县域消费增长的核心引擎。“苏南四小龙”深耕实体经济多年,培育出高端制造、精密电子、临港经济等多元化特色产业集群,民营经济业态丰富、主体庞大,既有行业龙头企业引领,也有中小微企业扎根赋能。完善的民营产业体系,筑牢了千亿级、三千亿级县域GDP底座,提供了海量优质就业岗位,让县域经济具备自主造血、持续增长的能力,为消费升级夯实了产业根基。

产业兴旺直接带动民生富足,持续走高的居民收入,转化为县域可持续的消费能力。2025年居民收入数据显示,“苏南四小龙”人均可支配收入稳居全国县域前列,远超全国县域平均水平,比肩多地核心城区。相较于一线城市高生活成本的挤压,江苏千亿强县就业充足、配套完善、物价房价友好,居民刚性支出压力小,可支配收入充裕,消费意愿持续攀升,消费需求从基础刚需向品质多元升级,持续释放内需潜力。

综上,江苏县域的消费逆袭,是产业赋能、民生增收、市场迭代的立体成果。民营经济筑牢产业底座,居民增收夯实消费底气,强劲消费吸引力倒逼商业升级,三者双向赋能、循环联动,形成了独特的县域发展优势,以“苏南四小龙”为代表的江苏县城,为全国县城消费提质、产业升级提供了标杆样本。未来,在持续做强民营经济、稳住居民增收态势、完善高端商业配套方面,江苏县域将持续领跑全国消费赛道,为全省扩内需、稳增长注入源源不断的县域动能。

【2026“苏超”：从“造梗出圈”到“城市品牌”的升级】系列报道④

从“流量狂欢”到“制度深耕”

虎踞观察

□江苏经济报记者 王峻峰

暑期以来,新赛季“苏超”舆论场和消费场的热度重新“回升”。

“热度”,既包含了舆论关注度、海内外影响力,也包含了带动足球竞技水准与消费、产业升级的新动能。

“回升”,是与去年“苏超”巅峰期相比。这一江苏省级城市足球业余联赛去年5月初揭幕,第三轮之后才逐渐火爆出圈。新赛季揭幕战起,比赛现场热度一直保持在高位,观众人数远超去年同期;互联网热度虽不及去年巅峰期,但围绕“苏超”的各种话题依然频频出圈,“苏超”自身升级和推动升级的新动能也在不断增强。

江苏省社会科学院区域现代化研究院副院长、研究员杜宇玮认为,作为现象级体育IP的“苏超”,今年延续了去年的火热状态。比赛观赏性大增,从球员阵容到教练咖位,从裁判配备到竞赛规则,从赛程安排到商业运营,都已提档升级,新赛季的“苏超”已全面进阶到2.0版。

(一)

5月2日的南京与常州之战,演绎了新赛季“苏超”全面优化升级的新故事。媒体和互联网的聚光灯下,这个故从事多个维度记录了“苏超”的“螺旋式升级”之路。

这一晚是南京队新赛季的首个主场比赛。继去年11月1日的上赛季“苏超”冠亚军决赛之后,被称作“圣奥体”的南京奥体中心——江苏最大足球场再一次爆满。潇潇春雨中,6万多名观众的每一次呐喊、鼓掌和叹息,都如同山呼海啸。

新赛季“大换血”之后的常州队,实力大增,首轮即三球击败上赛季亚军南通队,此番作战金陵,其势浩浩。开赛仅6分钟,常州队即以一记世界波破门,士气如虹。南京队随即展开强势反击,之后凭借来自VAR介入并判罚的两粒点球实现逆转,最终以2比1战胜常州队,艰难拿下赛季首胜。

此战过后,“常州输给了主动介入的VAR”的言论一度甚嚣尘上,裁判的两次关键判罚也引发了巨大争议。有球迷据此在网上评论称“苏超变质”“暗箱操作”,一些不知情的球迷被裹挟其中,一时间网上负面舆论汹涌。

实际上,此论调极为主观偏颇。发言者或者对新赛季“苏超”的变化缺乏了解,或者本就是只求“热点”和流量的“伪球迷”,甚至可能是从不了解高水平足球规则的“球盲”。

从判罚看,此视频频助理裁判两次介

入、两次补判点球,准确与否,有现场视频(VAR)记录,7月1日生效的国际足联新版《足球竞赛规则2026/2027》为证,而不是来自当场视频助理裁判——“名哨”马宁的个人观点。

从推动这一判罚的关键人物看,作为曾执法世界杯等全球顶级职业赛事的优秀裁判,马宁担任当场的视频助理裁判,第一时间发现问题,及时提醒主裁,及时弥补漏判,不为现场情绪和舆论所左右,既体现出了较高的职业素养,也体现出了极强的责任感。

“苏超”本赛季全面升级,引入VAR与国际级裁判,场均观赛人数超3万人,成为全民健身与城市文化的新名片。在这一升级体系的映照之下,类似寻常之战赛后的网评家、“伪球迷”甚至“球盲”们正逐渐走向“苏超”赛场与舆论场的边缘。

(二)

新赛季“苏超”的“螺旋式升级”,不仅体现在赛场的执法水平,还体现在赛场外的长期培育上。

毋庸讳言,“苏超”也映射出了江苏相关方面的短板,譬如优秀年轻球员的数量尚不稳定。开赛前几轮,来自江苏省U19队的苗润东、张桐桐、叶文杰等新人表现惊艳,他们所在的徐州、宿迁、常州等队战绩颇佳,排名较上赛季显著提升。但苗润东们同样也是中冠俱乐部江苏常晋队的骨干。4月中下旬,这些新人随常晋队参加了中冠分区赛,徐州等队的战绩出现了波动。8月25日开赛,常晋队还将参加中冠总决赛,时间在一个半月。缺少了这些最强新生力量,上述城市队的战绩再明显起伏的可能性不小。

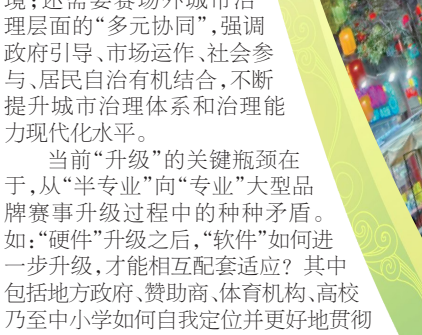
新赛季常州、盐城、徐州等队引进了部分效力于中超俱乐部梯队的优秀球员——这些球员本身符合“苏超”新政要求,他们的加盟大幅提升了球队即战力,但这也从侧面再次证明了“苏超”优秀年轻球员的稀缺性。

业内人士指出,从表面看,这是业余性质的“苏超”球队与半职业、职业俱乐部的一种人才竞争,但同时也凸显了江苏足球优秀后备人才不足的问题。一言以蔽之,各地青训看似一片繁荣,青少年球员的数量在逐渐增长,但其中高水平球员并不多,占比有限。

值得一提的是,在“苏超”引领带动下,江苏省近期出台了青少年校园足球高质量发展实施方案及配套文件,计划依托江苏省江宁足球训练基地建成省级青训中心,到2027年底完成13个设区市市级青训中心建设,逐步实现县市级青训中心全覆盖,夯实江苏足球发展根基。

(三)

欲从“造梗出圈”升级为“城市品牌”,从“网红”走向“长红”,“苏超”不仅需要赛场内



式”政绩,转而追求扎根民生、着眼长远的“实绩”。譬如,从“见物不见人”转向“以人为本”,让市民从旁观者变为价值创造的核心,通过足球激活城市的情感共鸣与文化认同。再如,将联赛定位为年轻球员的“孵化器”而非职业球员的“余热场”,通过高强度实战为中国足球青训提供可持续的人才通道。实现这些才是真正的“升级”。

有观察人士直言,必须摒弃种种伪职业的行为,如短期逐利、地域攻讦、类似娱乐圈的“造神”文化。同时,必须补足全民体育赛事带动市场供需两端升级这一新模式的短板。

2026年的“苏超”正以制度创新守护草根初心,以长远布局夯实足球根基,为中国社会足球的高质量发展探索出一条可复制的“江苏路径”。

体育竞技层面的“扬长补短”,保持赛事“真实纯粹”,不断优化公平、竞争有序的比赛环境;还需要赛场外城市治理层面的“多元协同”,强调政府引导、市场运作、社会参与、居民自治有机结合,不断提升城市治理体系和治理现代化水平。

当前“升级”的关键瓶颈在于,从“半专业”向“专业”大型品牌赛事升级过程中的种种矛盾。如:“硬件”升级之后,“软件”如何进一步升级,才能相互配套适应?其中包括地方政府、赞助商、体育机构、高校乃至中小学如何自我定位并更好地贯彻长期化理念,以及球迷的素质水平如何进一步提升等。

“苏超”的升级不仅是赛事规则的调整,更是城市发展逻辑的深刻变革。江苏足球、体育乃至消费市场、区域经济的升级,必须从“理念升级”开始,摒弃急功近利的“盆景

除署名外,图片由视觉江苏网供图

全国累计收购小麦超9000万吨

本报讯 目前,我国夏粮旺季收购进入高峰。国家粮食和物资储备局8月24日发布最新数据显示,全国各类粮食经营主体累计收购小麦超9000万吨。南方早灿稻迎来集中上市。各地收购工作有序开展,收购进展整体顺利。

国家粮食和物资储备局有关负责人表示,为保护种粮农民利益,8月以来,国家有关部门先后在江西、湖南两省启动早灿稻最

低收购价执行预案,在河南省启动小麦最低收购价执行预案,发挥政策托底作用,稳定市场预期。

下一步,国家粮食和物资储备局将坚持市场化收购和政策性收储相结合,持续跟踪降雨等天气变化,指导有关省份强化烘干收储,优化收购安排,帮助农户减少粮食产后损失。同时,深化粮食产销合作和农企对接,保障农民售粮顺畅,促进市场平稳运行。(古一平)

固态电池领域首个国际标准立项

本报讯 由我国提出的国际标准提案《电动汽车驱动用二次锂离子电池 固态电池应用指南、测试项目及条件》近日在国际电工委员会(IEC)成功立项。该标准是固态电池领域全球首个国际标准。

固态电池被视为下一代锂离子电池重要发展方向。相比传统液态电池,它续航更长、安全性更高,性能也更稳定。这项标准依托我国固态电池研发积累,将清晰界定固

态电池的测试规范。该标准将使未来全球车企在研发和生产固态电池时拥有统一的“标尺”,有助于加速更安全、长续航的电动车走进千家万户,推动新能源产业快速发展。

该标准由我国牵头提出,法国、韩国、日本等多国专家参与研制。该标准的制定有利于向全球分享我国先进电池技术理念,为全球电池产业技术升级和能源转型贡献更多中国力量。(林丽鹏)

江苏今年已上线10个国定和省定“一件事”

本报讯 记者从省数据局获悉,截至8月20日,江苏今年已上线10个国定和省定“一件事”,群众和企业办事便利度进一步提升。

今年1月,国家部署了新一批13个“一件事”。省数据局加强工作统筹协调,牵头部门会同责任部门编制实施方案,依托江苏政务服务网开发建设省级统一受理端。截至目前,涉及个人服务的育儿补贴申领、教师资格认定、灵活就业参保、新房购置等“一件事”,涉及企业服务的企业购置不动产转移登记、知识产权保护、举办体育赛事活动、海船开航等“一件事”均已开通上线。以灵活就业参保“一件事”为

例,改革后办理时间由9个工作日压缩至1个工作日,申请材料由8份压减至1份。

围绕“高效办成一件事”,全省推动部门政务服务事项网上办理入口全面集成至“苏服办”,线下服务向大厅综合窗口集中;推进电子证照、证明材料在办理中共享使用。对民政、人社、医保等六部门接入“一平台”的高频事项及办事指南进行标准化梳理,目前已扩展接入88个事项、100个标准服务应用。上线11类电子证照在线调用功能,支撑70万群众水电价格优惠“免申即享”。

(黄蒙 范洁萍 陈忠耀)

江苏850个省重大工业项目超序时推进

本报讯 进入下半年,江苏850个省重大工业项目建设继续超序时进度,内外资企业瞄准先进制造业纷纷增资扩产、加速投产达效,展现出抢抓机遇、扎根发展的信心和活力。

今年江苏重点实施850个省重大工业大项目,年度计划投资6646亿元,所有项目均属于战略性新兴产业、高端制造业或技改升级类。7月底,完成投资额已经超过60%,建设超序时推进。

在盐城融和智电新能源有限公司,随着产能的全面达产,几条自动化率达80%以上的新能源重卡电池

生产线,每天下线55套重卡电池组包。该公司目前国内外订单饱满,预计今年销售额将达25亿元,展现出强大市场竞争能力。

重大项目是江苏打造“1650”产业体系的重要引擎。1—7月,江苏制造业投资基本保持平稳,高技术制造业中,医药、航空航天器及设备、计算机及办公设备制造业等投资增长较快。

统计显示,850个省重大工业项目中,今年计划新开工项目数269个,目前各地正冲刺三季度全面开工,让其早日转化为高质量发展新动能。(俞海 周雷 沈杨)