“胖改”标杆永辉胶东首店落户青岛

将引入60支胖东来自有品牌商品　山姆、盒马鲜生等商超“重仓”青岛

11月11日，知名永辉超市宣布，其位于崂山丽达天地的青岛首店即将开门迎客。门店位于青岛市崂山区深圳路156号国金中心3号楼丽达天地负一层，经营面积2963平方米。青岛首店也将是永辉在胶东地区首家落地“十大健康场景”的调改店、山东第5家调改店，丽达天地店将填补永辉在青岛、烟台、威海等胶东地区市场的布局空白。伴随着永辉超市的落地，山姆会员店、盒马鲜生、小象超市等当下全国最热门的零售品牌已齐聚青岛，为青岛零售业带来更多新变量。



永辉超市首店即将亮相。

“含胖量”最高超市落地青岛

永辉超市是总部位于福建的连锁超市，在2026年中国超市百强中位列第五、年销售额580.47亿元。自2024年起，永辉超市启动了对标胖东来的调改，并引发全国关注。永辉超市学习胖东来的效果十分显著，永辉披露的数据显示，首批调改满6个月的123家门店，平均日销由调改前一年的25.2万元增至43万元，增幅超过七成，日均客流从3239人次升至4888人次。根据永辉超市发布的三季报显示，截至9月30日，永辉已累计完成338家门店调改。

商品结构是永辉崂山丽达天地店学习胖东来的核心看点。据了解，永辉超市青岛首店引入60支胖东来自有品牌商品，进口商品占比超10%；生鲜商品在保障民生需求的基础上，增加中高端品质商品，满足顾客多样化需求。青岛人不用跑河南，在家门口就能买到胖东来自有品牌商品，也能感受到对标胖东来的选品思路和服务细节。

永辉超市还将胖东来人性化的细节引入青岛首店，例如门店取消强制动线，熟食区设有就餐区，现制现售的熟食、烘焙商品更集中，买了就能坐下来吃，轻松解决“选择困难”。便民服务区还提供血压测量仪、视力表、茶饮、一次性餐具等30多项服务。



青岛山姆会员商店人气火热。

把青岛城市烟火搬进超市

据悉，永辉学习胖东来的调改要进入第二阶段，更多的改变将体现在商品结构、品牌产品扩大，以及经营管理、人力资源等“软实力”的重塑上，青岛门店则更多地贯穿了这样的理念。

作为青岛首家“全新升级版调改店”，丽达天地店集中呈现永辉调改第二阶段重点打造的十大健康场景：现烤烘焙馆、鲜食包点坊、轻食能量站、海味厨房、市井小吃街、卤味食集、鲜活水族馆、健康鲜蔬园、缤纷果坊、原切肉铺。不同于传统超市按品类陈列，这些场景更强调现场制售、即时体验和健康消费。围绕青岛“靠海吃海”的消费习惯，鲜活水族馆上架帝王蟹、波龙、小青龙、面包蟹等珍稀大货，当季海捕蟹、海捕冰鲜系列同步上新；三文鱼橙红纹理清晰，生食柔嫩、烤制焦香。海鲜柜台服务同步升级：提供清洗、打氧等专业保鲜服务；海味厨房可提供清蒸、蒜蓉、椒盐等烹饪服务，从深海到餐桌全方位满足味蕾，让贯穿青岛人日常的“哈啤酒、吃蛤蜊”不止停留在街边小馆。

在生鲜和本地化商品上，门店也做了更细的安排。健康鲜蔬园引入胶州大白菜、马家沟芹菜等本地标志性蔬菜品种，温县铁棍山药、罗田板栗、荔浦芋头等十余种自带“地理标识”的区域特色菜一并呈现；原切肉铺不仅有新西兰进口牛肉，更集合潮汕牛肉等特色地标食材。对于青岛消费者来说，这些商品既照顾了本地口味，也提供了更多品质化、差异化选择。



盒马今年入驻万象汇B1层。

新零售标杆接连重仓青岛

伴随着永辉超市的官宣落户，它将要面对的不仅是心怀期盼的青岛消费者，还有实力强劲的竞争对手。

今年5月，青岛山姆会员商店正式开业。紧接着，美团旗下小象超市宣布进军青岛。而早在2018年就已经落户青岛的盒马鲜生，也加快了在青岛开店的步伐。记者从盒马鲜生APP上查阅到，目前盒马鲜生在青岛门店已达9家，不仅遍布主城区，更把选址范围延伸到城阳、即墨。不同的门店也有不同的打法。盒马鲜生更侧重店仓一体、线上线下融合，以鲜食工坊、半成品菜、时令爆款打造一日三餐解决方案，兼顾到店堂食体验与30分钟即时配送。

作为外资零售业的典型代表，山姆会员商店的开业在青岛商业引发震动。即便开业时间已将近半年，但对于青岛及周边城市消费者依然有着超强吸引力，排队进店依然是青岛山姆的常态，潍坊、烟台、济南、东营等城市甚至开通了“山姆专线”。山姆的核心竞争力不仅体现在超强的选品能力，更通过不断扩大“极速达”的配送范围，覆盖更广泛的消费者。

10月29日起，青岛山姆会员商店第9个云仓正式落地投用，市民通过山姆App或微信小程序下单，生鲜、烘焙、日用个护等千余种精选商品可实现云仓就近发货，最快1小时送达。目前青岛山姆云仓覆盖市南、市北、李沧、崂山、西海岸新区、城阳部分区域及胶州城区核心板块。

山姆开业后不到半个月，美团自营即时零售业务“小象超市”在青岛正式运营，首批两个服务站均位于李沧区。“小象超市”定位为家门口的“30分钟极速送达超市”，采用产地直供模式，并在居民社区周边布局集仓储、拣货、配送于一体的便民服务站，服务覆盖周边3公里范围，提供数千款商品的即时购买与配送服务。

赛道不同，打法各异，几家巨头看似同台，实则错位竞争。新零售品牌的聚集，不是简单的“扎堆开店”，而是一场从价格内卷转向价值竞争的行业升级。不同品牌之间的竞争或许将不再是简单的价格战，竞争标尺已经变成供应链能力、自有商品打造、本地化适配、服务细节和场景体验。

从单一大卖场，到会员仓储、即时零售、场景化体验超市多轨并行，青岛零售的版图正在变得立体丰满。各家赛道有别、各有专长，共同做大消费市场、拉高城市零售服务水准。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 李沛 受访者供图