



为什么是山姆？

质价比为王 拆解山姆的商业底层逻辑

山姆落地石家庄以来,每一步进展都备受关注。

作为沃尔玛旗下的高端会员制商店,山姆全球门店已超800家。自1996年落户深圳以来,已在中国市场深耕30年。2025年,山姆中国新增10家门店,总店数达到63家,年度开店数创新高。

那么,一家年费最低260元的会员制超市,为何会有大量消费者愿意为之“买单”?答案就是“质价比”。

传统超市动辄几个SKU(最小存货单位),消费者要花大量时间比较品牌、看配料表,判断性价比。山姆则反其道而行,将SKU精简至4000个左右,每个品类只精选一两种。它扮演了“买手”的角色,替消费者完成第一轮筛选,极大地降低了决策成本。

山姆奉行“只服务付费会员”的原则。

赋能共成长 山姆与河北产业的相互成就

此次落地石家庄,足以看出山姆对石家庄市场的重视,这背后也离不开石家庄有利的政策扶持与持续优化的营商环境。

针对首店入驻流程繁琐的痛点,石家庄推行一次性告知、全程帮办等服务模式,精准对接企业在选址、审批、物流通行、配套设施规划等方面的需求,大幅压缩开店筹备时间,提升落地效率。

优质的营商环境让更多优质品牌愿意来、留得住、发展好,为石家庄全力打造区域消费中心城市筑牢根基。据不完全统计,2025年,石家庄商贸领域累计引进各类首店逾百家。

除了开店布局,山姆还为河北本地企业打开了一扇进入全球供应链的大门。

定州伊利成为山姆的定制冰品供应商之一。2025年起,这家企业开始承接山姆定制冰品订单,其生产的生牛乳绿豆雪糕(山姆专供)凭借生牛乳基底和清爽口感成为山姆冷饮区的人气爆款;2026年又新增

260元会员费,看似是一道门槛,但它给山姆带来了稳定现金流。在此基础上,山姆更少的SKU,意味着更可控的供应链、更少的库存与损耗、更高的商品周转率;仓储式卖场又进一步压缩了装修和运营成本。最终,山姆得以把更多成本和利润空间,投入商品品质、供应链管理 and 用户体验中。

会员制度还帮山姆完成了一轮“用户筛选”。愿意主动办卡的人,大多是家庭型消费者——复购率高、对品质稳定敏感、也更在意购物效率。稳定的用户结构,又进一步帮助山姆降低库存损耗、提高供应链效率,最终形成更强的成本优势。

在服务端,山姆选择了一条更“中国”的道路,大力推进线上业务。据了解,山姆有近500个前置仓和云仓,电商销售额占比超过50%。

想买山姆的东西,开车能去,手机下单也能送到家。山姆“大店+云仓”的全渠道模式,门店、前置仓、App,将消费者圈定在自己的生态体系内。

了Fruithie雪糕(山姆特供)的生产。截至目前,工厂已为山姆生产定制冰品超2万件。

总部位于张家口张北的西麦食品,则凭借当地有机燕麦基地的产能优势,成功将有机高蛋白燕麦打入山姆渠道。据西麦食品披露,2025年有机燕麦销售额接近1.5亿元,同比增长约150%,公司对山姆渠道的爆发力表示认可。

这些案例的背后,也隐藏着强烈的倒逼效应。有供应商透露,能进入山姆供应链的企业是幸运的,但价是必须达到其严苛的产能和质量标准;挤不进去的企业,则必须找到差异化竞争的出路。

在河北省社科院经济所副研究员严文杰看来,山姆落地,对河北企业将产生积极影响。更多粮油、乳业、生鲜等本地企业将有机会嵌入其全国乃至全球供应链体系,从而激发河北企业投资增产。同时,山姆成熟的供应链体系和严格的品质管控标准,将倒逼河北零售、食品加工、冷链物流及仓储等行业加速向标准化、品牌化和高端化方向升级。

逐鹿石家庄 新品牌掀起行业“鲶鱼效应”

作为全国零售业创新提升试点城市,这两年,石家庄即时零售市场群雄并起,山姆、盒马、京东七鲜、小象超市几大品牌纷纷“抢滩”。

盒马鲜生去年8月最先杀进石家庄,靠着“日日鲜”“盒马工坊”和大数据调度,硬是把半小时达变成了标配,京东七鲜走起了“中心店+卫星小店”的路线,今年2月底就把石家庄二环内基本铺满了,主打一个“密”字。美团小象超市则另辟蹊径,从高

新区、桥西区二环外的地方切入,29元就包邮,直接把价格打下来。

品牌“大佬”们拼的不只是谁跑得快,更是背后的硬实力。谁家全球选品更牛,谁家物流底子更厚,谁家数据调度更准——每一单“半小时达”的背后,都是一场供应链的较量。截至目前,这些品牌在石家庄布局的即时零售配送仓已超过20个。

新品牌带来的“鲶鱼效应”,也推着本土老大哥加快升级脚步。以北国超市为例,66家门店打通“到店、到家、到点”,自营社区团购把库存和会员价全链路打通。信誉楼裕华店完成四、五楼区域升级,优化空间布局,增加休息与就餐区域,实现“购物+休闲+餐饮”一站式服务。

石家庄的零售版图还在持续外扩——高新区的前置仓储网点越布越密,县域乡镇的服务触角也在慢慢延伸。随着服务覆盖持续扩大、数字技术持续迭代,即时零售业态将持续丰富城市消费场景,释放消费活力。

河北经贸大学金融学院教师董岚表示,新业态零售品牌纷纷入驻石家庄,传统卖场提质焕新,实质是城市消费升级、供给效率提升、商业生态优化的综合体现。消费者正在发生深层次变化,从过去的看中价格实惠转向追求品质、健康和便捷,消费结构自然升级。消费习惯的变化促进商业逻辑的改变,一座城市的商业基因,正在被重新编写。

(本报综合)

评论

石家庄山姆首店8月21日开门迎客——开业即排长队,车流汇聚,这沸腾的烟火气,不仅是石家庄零售市场近年来激烈交锋的缩影,更让我们看到了消费现象背后的民生信号。

从盒马鲜生主打的“30分钟极速达”、京东七鲜的“产地直采”,到永辉超市的“胖改”焕新、北国超市的提质扩容,再到如今山姆携“大店+云仓”强势入局,石家庄的零售版图正经历着前所未有的重塑。

过去不少河北消费者,要跨城、找代购才能买到山姆商品。如今门店落地家门口,既是供给的补位,也是群众对品质购物需求的集中释放。货架之上,既有全球选品,也有河北制造走向全国,外来渠道与本土产业双向赋能,这是零售新业态带来的双赢。

然而,在这场“神仙打架”中,我们更需理性审视其民生底色。比如山姆的会员费是一道门槛,其主打的大包装商品虽具性价比,却考验着普通家庭的消耗能力。零售业态的狂飙突进,绝不能走向脱离大众的消费分层。山姆的入局,不应只是某些消费群体的狂欢,更应成为倒逼本土商超提升品质、优化服务的“鲶鱼”。

归根结底,无论业态如何创新,零售的本质始终是服务民生。老百姓期待的,从来不只是一家网红超市,而是更多元、更优质的消费选择,让不同群体都能买到适配自己生活的好商品,民生才算是真正落到了实处。

逛山姆，热闹背后的民生新期待

□本报记者 秦霄

即时零售兴起 指尖下单开启“快”意生活

□本报记者 烟成群



半小时送到 一小时送达 成为即时零售商家的标配。本报记者 烟成群 摄

星小店,通过系统智能派单、就近拣货打包,实现核心区域3公里内最快30分钟送达,今年2月底已基本实现石家庄二环内配送全覆盖。

盒马鲜生自去年8月进驻后,快速搭建配送体系、扩大服务半径。依托大数据、智能调度等数字化技术,站点搭建起全链路优化体系,可为骑手精准规划最优配送路径,实现服务半径内稳定的“半小时达”履约。即便面对高温、雨雪等极端天气,也能通过配备冰袋、防水和保温装备,最大限度保障生鲜货品品质与配送效率。

此外,山姆会员商店河北首店采用“大店+云仓”模式,可实现3至5公里内1小时送达。美团旗下小象超市则持续向外拓界,将高新区等二环外区域纳入配送版图,让更多市民畅享“万物到家”的便捷。

边界拓宽 开启消费者新生活方式

“不用出门,手机下单半小时,生鲜、酒水、日用全部送到家。现在买菜像点外卖一样简单,我已经很少去线下商超买东西了。”8月15日晚上9点半,家住石家庄桥西区的市民陈女士,在京东七鲜小程序上又下单了一条鲈鱼和两袋坚果。

陈女士说,她手机上装着七鲜、小象、盒马的小程序,还加入了商家的微信社群,里面每天都有优惠券发放,尤其是晚

8月21日,山姆会员商店石家庄店正式开门迎客。开业当日盛况空前,甚至有很多外地消费者前来“凑热闹”“尝鲜”。

而早在6月8日,许多本地市民就已开始通过“极速达”服务,率先品尝到网瑞瑞士卷、麻薯等山姆特色商品——线上下单,最快一小时送货到家。

不只山姆,如今,以“线上下单、线下履约”的模式,提供“小时达”“半小时达”的即时零售服务企业,比如盒马鲜生、京东七鲜、小象超市正加速布局,先后密集落地石家庄、唐山、保定等地,加速补齐城市便民服务的短板。

当即时零售越来越多地融入人们的日常生活,成为一种新的消费方式,一场深刻的消费升级与商业重构正加速推进。

“鲜”人一步 商家做足供应链功夫

8月14日临近中午,石家庄勒泰中心负一层的盒马鲜生门店内,一位顾客挑了几只鲜活的梭子蟹,交给工作人员加工。“这里鲜活水产、全球鲜果、烘焙熟食应有尽有。尤其是海鲜,不仅新鲜,还能按自己的口味选择蒸煮方式,现场还有就餐区、筷子、餐巾纸都免费提供,非常方便。”该顾客说。

对消费者而言,食品最大的卖点在于“鲜”。为了做到“鲜”人一步,各商家都下了功夫。

盒马鲜生勒泰中心店副店长侯玉壮介绍,门店会根据不同时节推出时令产品,比如眼下正值开海季,他们备好了优质梭子蟹,让顾客尝上“第一口鲜”。

在京东七鲜石家庄万达广场店,一位负责人介绍,他们推出的“24小时鲜”系列,将“时间”作为硬性指标写入生鲜产品标准:从食材离开产地那一刻开始计时,24小时内完成从源头到门店的全链路流转,到店后仅售一天,未售完即下架。

“我们今年夏天上线了新品‘七鲜冰萃鲜啤酒’,产品在工厂完成灌装后,立刻装上专属冷链车。从灌装下线到上架销售,全程低温锁鲜。消费者在货架上看到的这瓶啤酒,可能昨天还在生产车间里。”工作人员介绍说。

“鲜”的背后,是高效供应链的强力支撑。京东七鲜工作人员介绍,石家庄市民在京东七鲜买到的挪威三文鱼,都经历了一场与时间和品质赛跑的保鲜征程:自深海捕捞出水后即刻处理,以最快72小时空运直达的方式横跨大洋抵达国内;随后通过多层标准化品控审核,核验源头信息、核对检疫证明;仓库收货时,现场查验鱼肉鲜活状态,只有色泽、弹性、脂肪纹理全部达标,才会摆上货架。

新鲜之外,这些即时零售品牌有严格的选品标准,契合现代都市人越来越重视的消费安全诉求,这也是他们迅速被市场接受的深层原因。比如京东七鲜在行业首推“配料干净”系列,严格规定无人工添加剂,无转基因成分等多个维度,从源头为产品划定“红线”。

省会的张先生办理山姆会员卡已有3年时间,在北京、天津的门店都购买过其特有商品。“我经常买山姆的小零食,别处买不到,给孩子吃也比较放心。”张先生说。

分秒必争 高效系统撑起极速配送

8月16日,石家庄市民沈先生约了几位朋友,晚上在二环外露营聚会。他打开手机下单,选了一份小龙虾、三罐啤酒、两份凉菜。摆好便携小桌和凳子,朋友们刚到齐坐下,电话就响了——骑手已经把货送到。他打开包装,发现里面还放了冰袋、啤酒凉丝丝的,跟刚从冰箱里拿出来一样。

在快节奏的现代生活中,“速度”已成为影响年轻一代消费决策的重要因素,也是激发消费欲望的催化剂。即时零售的核心,正是满足消费者“此刻就要”的需求。

在石家庄,各商家可谓“分秒必争”——京东七鲜、美团小象、山姆极速达,都强调“半小时到一小时达”。晚上追剧缺零食、嘴馋肚饿需补给怎么办?8月19日,京东七鲜宣布升级石家庄的深夜配送服务,线上配送时间延长至凌晨两点。

而要做到“快”,离不开背后的高效运转体系。

京东七鲜创新打造“中心店+卫星小店”发展模式,以裕华万达店为核心体验枢纽,配套十余家深耕二环内各片区的卫