



## “实用”+“社交”，零售商业迎来变局 仓储式商超成年轻人“新宠”

记者 黎莉

核心提示

位于集士港的宁波本土仓储式美妆店干物美时成为“网红打卡地”，在抖音、小红书、大众点评上成为热点。而作为时下最新鲜最受欢迎的零售卖场形式，“仓储式卖场”已刮到了美妆、饰品、水果、户外用品等领域。

与此相应的是，沃尔玛中国首店将在12月7日停业结束25年的运营，另一方面沃尔玛旗下的山姆会员店则成为如今炙手可热的超市。同样备受关注的还有开市客。而山姆店和开市客的共同点就是“仓储式卖场”。

零售渠道要革命了？仓储式卖场要取代传统商超成零售渠道主角？

### 网络达人打卡“仓储式”

美妆、护肤品、日化……宽敞的商场里，一排排货架上整齐地码放着各种国内外的商品。简约又不失时尚的“颜值”，让它成为抖音、小红书、大众点评上达人们打卡的新场所。这就是现在很火的宁波本土仓储式美妆店干物美时。

昨天，记者在这家位于集士港樱花里的“网红美妆店”看到，主区域以铺满货的高货架为主，浓浓的工业风装修，确实有点“仓储式”的味道。商品品类除了美妆护肤、美体日化，还有一线大牌彩妆以及小样出售。工作人员介绍，店内有一千多种商品，货量供应充足，日韩、欧美的品牌都有，多数商品的价格比肩网店、代购，所以很受年轻消费者欢迎。“还有不少消费者是看着网上的图片，专门来打卡的”。

无独有偶，近期同样以“现场美图”出圈的户外生活用品店“野森领土”，也有明显的“仓储”烙印。“野森领土”的相关负责人告诉记者，卖场内货品用仓储货架式陈列更节约，同时也符合露营的调性，和整个卖场的设计风格一致，让消费者在一个更加放松的环境中购物。

“仓储式的特点，场景旁边就是产品库房的陈列，所见即所得。我们也希望消费者把聚焦点放在场景上，并通过场景语言来吸引消费转换。”这位负责人说。

### “仓储式美学”带来社交属性

仓储式商场又称为仓库商店、货仓式商场，是一种集商品销售与商品储存于一个空间的零售形式，简单地说就是把样品和库存都摆在你面前，让人有种逛“工厂”的既视感。

对宁波的消费者来说，“仓储式”并不陌生，从早年的麦德龙到宜家，再到当下的山姆会员店，都是以仓储式“立身”的超市。货品齐全、价格实惠、品控有保障也是这些“仓储式”超市受欢迎的原因。而现在，在大众点评上输入“宁波+仓储式”关键词，能找到美妆、饰品、家具、水果等多个零售领域的商户。

“质朴的外貌仿佛向消费者传达着‘我很实惠’的信息，很容易打动消费者。而社交媒介的发达，又为它的流量加持。”营销专家刘轩告诉记者，随着消费者对“实用主义”的推崇以及“社交属性”对消费市场的推动，“仓储式”或将拥有更广阔的“应用场景”。

当然，如今“仓储式”的火越烧越旺，社交传播和“仓储式美学”或许立了大功。

如果你经常游走在小红书、大众点评、抖音等社交媒体端，“仓储”一词肯定不陌生。景深好、线条感强、背景丰富且风格清冷的特点，都让其从一个“相貌”平平无奇的仓库，成为“超级出片”的潮流达人、意见领袖们镜头下的打卡心头好，更是引发了“仓储式美学”的大爆发。例如“得到头条”的主理人刘玲就表示，仓库强烈的秩序感，满足了人们内心对于秩序感的迷恋，也让零售行业误打误撞地发现了“仓储美学”对人们的吸引力，从而让零售行业重新找到了属于自己的导流“关键词”。