

一瓶饮用水 0.41 元,近 1 升鲜奶 7.5 元,仿佛穿越回 20 年前…… 低价层出不穷,上海这些超市超划算

曾经,人们感叹:“超市里的东西越来越贵了。”后来,人们又说:“超市里的东西怎么越来越便宜了?”

外卖大战的硝烟渐散,当“巨头”们集体将目光调向硬折扣超市,社区超市里的价格更加速“卷”了起来:9.9 元一组的饮用水,竟然有 24 瓶之多;10 元以内的巴氏杀菌鲜奶,价格一降再降;9.9 元的白酒、洗面奶、洗发水已经是老生常谈……

然而,坐拥家门口“低价”的上海人却琢磨起了商品品质。到底是“价廉物美”还是“一分钱价一分货”?讲究的市民在买 7 块多一升的鲜奶时,都盯紧纸盒上的蝇头小字:这款鲜奶有几个供应商,某个地址生产出来的最好喝……

在低价面前保持理性,找准自己的真正需求,或许才是消费者面临的新考验。

看中就拿不“肉疼” 六款“肉蛋奶菜”总共才 57 元

今年,市民小许家附近开了一家盒马 NB,他几乎每周都要去逛。在他眼里,这里的不少商品改变着他的消费习惯。

“100%的果汁一升装能在 10 元内,接近一升的冷藏鲜牛奶能在 10 元内,这都不符合我前些年的认知的。但现在,已经变成了我的‘常识’,买过了这样的优惠价格,我已经不会花七八元去买那种小瓶装的橙汁,或者花小二十元去买一升装的鲜奶了。”

但让他惊讶的是,这里的商品在推陈出新的过程中,价格还在“卷”出新境界。

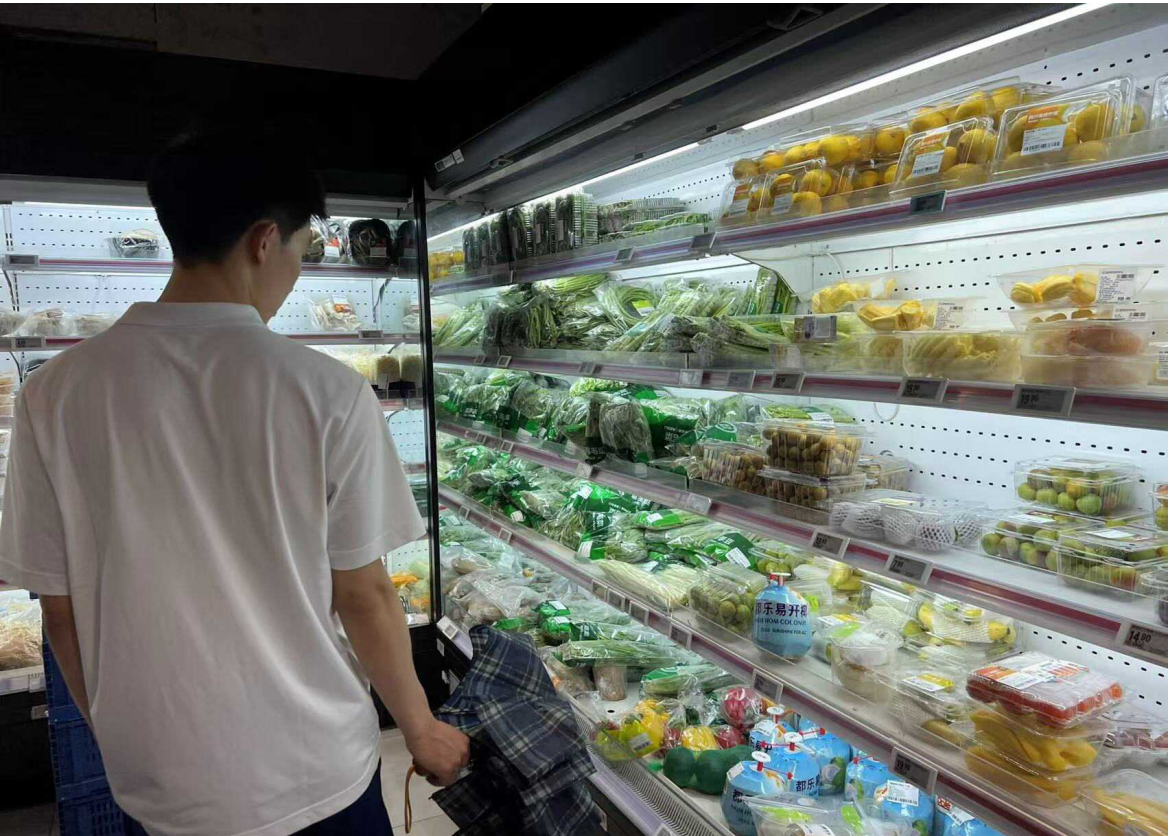
“有一天我突然看到了 9.9 元的纯净水,这是一组的价格,但是足足有 24 瓶,平均每瓶才 0.41 元。我吓了一跳。之前农夫山泉开始做绿瓶纯净水,定价 1 元,在网上狠狠火了一把。大家都说 1 元的水回来了。因为之前的瓶装水零售价格都奔着两块三块去了,1 元的话可能临期商店才有。”

每瓶均价 0.41 元的纯净水之外,还有 8.2 元的矿泉水,一组 12 瓶,平均每瓶才 0.68 元。而且,无论纯净水还是矿泉水,都不是小瓶装,分别是 520 毫升和 550 毫升的常规容量。

鲜牛奶的价格也一降再降。如今的上海,950 毫升的盒装鲜奶,定价在 10 元以内已不稀奇,叮咚买菜和盒马鲜生都有相应款,而硬折扣超市的定价无疑要更极致。

奥乐齐的鲜奶定价在 8.5 元,而盒马 NB 的定价则在 7.9 元。随着盒马 NB 近期更名为“超盒算 NB”,日前记者再次进店,发现印有“超盒算 NB”字样的鲜牛奶价格是 7.5 元。

在奥乐齐,有市民“看中就拿”采购了一波生鲜:生菜 400 克 3.9 元、冷鲜鸡大胸 400 克 5.44 元、冷鲜猪肉丝 200 克 6.6 元、冷鲜带皮猪五花肉 400 克 14.3 元、鲜奶 950 毫升



8.5 元、营养谷物蛋 30 枚(1.59kg)18.8 元。含三款鸡肉、猪肉在内的“肉蛋奶菜”加起来才 57.54 元。

对于层出不穷的低价,有些市民颇有疑虑:一分钱价一分货,便宜能有好货吗?对此,也有消费者反驳:可能你现在看到的价格才是合适的价格,过去才是溢价太高了。

被硬折扣超市“偏爱”的魔都 外地网友感叹:好羡慕

在网上,“魔都物价”是个经久不衰的热梗,无论多么贵的东西,“沪爷”一买全国网友都觉得合理。

但是近年来,硬折扣超市的出现,让上海的商品价格印象发生“逆转”。过去人们感叹一百块越来越不经花,但这两年却觉得原来一百块能买这么多东西。

走进一家硬折扣超市,逛上半小时,出来时手上提了两袋东西,也没满 100 元,还不用担心食品临期要尽快“处理”掉。这种新奇的体验对如今的上海人来说已变得日常。

“好羡慕上海人!”社交媒体上,外地 IP 的网友真诚感叹。之所以会有此一叹,乃是因为硬折扣超市的布局有些反直觉——便宜的超市不是应该先出现在小城市,小县城里吗?在相当长的一段时间里,奥乐齐只在上海开店,而在盒马 NB 上发力的盒马总部也在上海。

还有些市民记得,当德国平价超市奥乐齐最初来到上海时,是先做“进口好物”;盒马也一度将目光放在会员店赛道。然而后来,他们先后迈进了硬折扣超市这片当时的蓝海。

外卖大战的硝烟渐渐散去,硬折扣超市也被京东和美团瞄上。这个八月,两家的硬折扣超市接连开业,但全不在上海——这或许是因为,上海的盒马 NB 和奥乐齐已经“太满了”。

低价诱惑引来口碑不一 “讲究的上海人”很严格

如此低的价格不总是引来好评。在网上,人们热衷于争论这些低价商品到底好不好用,对于同一件商品,评价常常是相反的两极。

比如,奥乐齐 9.9 元 / 瓶的洗发水名声在外,有人说自己只用了一次就丢给了老公,有人喜欢已经用掉了两瓶;3.9 元 / 包的卫生巾,有人说好用得恨不得搬空货架;有人就说太薄不好用;钙化山药饼干,有人说口感甜腻粗糙好难吃,有人说:“我感觉挺好吃,9.9 元一大盒呢……”

鲜牛奶是被讨论最多的品类之一。

“我买过这种鲜牛奶,喝起来没什么奶味,像喝水一样。我只好把这种鲜奶用来泡咖啡,结果泡出来的拿铁也没有奶香。

我感觉 10 元以内的鲜奶都这样,要有奶香味差不多要 15 元以上才行。”爱喝牛奶的姜小姐看重奶味,最终还是用价格来给牛奶划分了“档次”。

但也有人很喜欢这种牛奶。市民小何表示:“因为之前听别人说过,所以特地调低预期去喝,结果很惊喜。我觉得奶味淡一些的口感比较清新,我本身也比较怕奶腥味。”

记者在走访中发现,还有些市民不愧为“讲究的上海人”——比起停留在议论这种鲜奶好不好喝,他们已经更上一层楼:翻看货架上鲜奶的盒身,看上面蝇头小字标注的生产商地址。“给这款牛奶供货的有不同的供应商,我觉得其中的一家更好喝。所以每次买都要找一下。以前不知道,买牛奶就像开盲盒,一次好喝一次不好喝。”

果然,对比同一款鲜奶盒身上的生产厂商,分别属于浙江湖州和苏州高新区两家不同的企业。

除此之外,还有市民在意盒身上标注的钙含量:“换代工了,最开始钙是 110 毫克 / 毫升,后来变成 108 毫克 / 毫升,这周变成 100 毫克 / 毫升了。”

记者手记:

低价诱惑面前,更要看清自己的真实需求

跑完这趟超市低价的采访,我最大的感受不是“哪里最便宜”,而是“怎么买才不亏”。

看着货架上琳琅满目的低于心理预期价格的商品,说不心动是假的。但往往我也像很多市民一样纠结,一边往购物车猛塞,一边心里犯嘀咕:“真的会好用吗?”“这么便宜要多拿几盒吗……”

采访中,身边朋友的话点醒了我:“不需要的东西,再便宜也是浪费。”她说,现在社区超市想逛就能逛,根本不用囤货。“明明这次来又可以买新鲜的,结果上次买多了,冰箱里的囤货还剩一大半。”

还有那些评价两极分化的商品——有人说“难喝”的牛奶,也有人觉得“清爽”;有人嫌弃的洗发水,却是别人的“回购款”……原来,在“低价时代”,别人的心头好,未必适合自己,要亲自试过才知道。所以,看中了什么想“多拿几份”时,不妨先单买试试试用一下,不花冤枉钱。

何况,有些东西看似“骨折价”,但对比一下电商大促、品牌团购,未必真划算。适当比价,或可抑制“冲动消费”。

说到底,超市再能“卷”,我们也不能被价格牵着鼻子走。看清自己到底需不需要、喜不喜欢,比抢到“史上最低价”更重要。毕竟,需要的再贵也是值;不需要的再便宜也是亏。