

尽管受新冠肺炎疫情影响，多家零售企业都已放缓了开店脚步，但麦德龙却依然坚定地开出了新店。近日，随着北京海淀区麦德龙四季青会员店的试运行，麦德龙完成了其2022年首家会员店的布局。而在麦德龙之后，今年包括山姆、盒马都在北京有新店即将落子。会员店对如今的超市行业来说，还是香饽饽吗？

麦德龙新店落地 会员店市场鏖战正酣



打造差异化购物体验

5月17日，麦德龙四季青会员店在北京海淀区试运行。和受物业条件限制颇多的麦德龙会员店北京首店草桥东路店相比，全新打造的四季青会员店显然更有仓储式会员店的样子。

“这是北京的第四家麦德龙会员店。”麦德龙商业集团有限公司副总裁周扬介绍说，四季青会员店是按照旗舰店标准打造的，是上下两层的独立建筑，总面积约为7500平方米，精选来自60个国家的8000多种高品质好物，其中包括660款首发新品，进口、自有品牌和独家商品占比40%以上。

“商品品种上，比草桥东路店翻了1倍；差异性上，我们的商品已经迭代了60%以上。但是不变的是对客户的服务。”据周扬介绍，四季青会员店的客户定位依然是中产家庭，他们对商品品质要求较高。

周扬介绍说，四季青会员店主要打造四个品类，即健康、母婴、送礼以及烹饪。“其中重头戏就是自有商品麦臻选。”周扬表示，除了自身的强项生鲜、红酒以外，四季青会员店还精选多种高品质产品。麦德龙会员店商品的更新频次是3个月左右，更新比例为20%~30%，努力给消费者提供更有新鲜感、更高性价比的选择。

如麦德龙四季青会员店在试运行期间推出了独家定制的“绿马定胜糕”，是融合苏式点心风格的新品糕点，饱含美好寓意——吃绿马定胜糕，保住绿码，保住健康。周扬介绍说，该款产品目前在北京首发，属于季节限定商品。

据悉，除了商品选择更加丰富外，比起草桥东路店，四季青会员店还结合所处地理位置的消费群体进行了个性化的设计。

C端重要 B端也不能忘

以B端客户发家的麦德龙，在设计会员店时并没有忘记“老朋友”。

“积累深厚的B端服务能力，正是麦德龙会员店有别于其他商超的独特优势，这同时也为C端会员带来了好处。”麦德龙中国副首席执行官陈志宇表示。

据了解，四季青会员店内专门设置了商业会员中心，其中的商品主要是为B端企业用户设计的。“目前全国范围内，我们有1000名销售人员服务于10万商业会员，那么整个to B的业务也占到了麦德龙全国整个业务量的30%~40%。”陈志宇说。

麦德龙B端业务最大的优势在于供应链建设以及商品品质保证。据悉，如今麦德龙全国的所有门店都通过了HACCP的第三方认证。作为最有效的食品安全控制体系，HACCP在国内、国际范围内被广泛接受。此外，麦德龙也是业内率先开发出食品可追溯体系的企业，很多熟悉麦德龙的顾客都知道，只要扫一扫包装袋上的麦咨达“绿标”，就可以看到它“从田间到舌尖”的全生命周期中的每个环节，全程透明可追溯。

周扬表示，自去年11月品牌升级至今，麦德龙用B端优势赋能C端，将服务B端客户的“规模化品质”“专业化能力”和“批发级价格”用于服务C端的每一位会员，为会员提供安全放心、质优价廉的品质选择。

会员店市场鏖战在即

可以说，麦德龙新会员店的开业，拉开了2022年北京会员店市场的新一轮竞争序幕。

据悉，除了麦德龙会员店以外，山姆会员商店和盒马X会员店都表示今年将在北京布局新店。其中，山姆会员商店新店将于10月左右在大兴开业，而盒马X会员店北京第二家门店也在筹备中。

各大商超纷纷“杀人”这一新的赛道。在过去的一年里，不仅早已进入中国市场的山姆会员商店、开市客(Costco)一反以前谨慎的开店节奏，加速布局，不少零售龙头企业也加入这一赛道，永辉超市、麦德龙等纷纷开始试水仓储式会员店业态。

即便是受国内多点散发的疫情影响，也挡不住“会员店”们开店的步伐。如山姆会员商店的最新动态显示，其不仅5月在无锡开出新店，在合肥的选址也已经确定，正在建设当中。而盒马X会员店也在今年1月率先打响了2022年仓储式会员店赛道的第一炮，南京首家盒马X会员店燕子矶店开门纳客，全国范围内共有七家门店已经开业。麦德龙方面也表示，今年年内，北京还有一家会员店将要开业。而在北京之外，麦德龙也将陆续在上海、武汉等地布局新店。

为何巨头纷纷布局会员店？或要归于会员店的良好业绩带给了企业信心。沃尔玛发布的2022财年第四季度财报显示，沃尔玛中国Q4净销售额增长26.7%，可比销售额增长19.8%。其中，山姆会员商店和电商业务表现出色。永辉做的是仓储店，并不收会员费，但单店日均客流同样实现较大增长。麦德龙方面也表示，自2020年12月推出199元付费会员卡后，市场反响很好。短短几个月，付费会员已近200万人，60%以上的零售额都来自于付费会员。

与之相对的，是目前国内传统超市大卖场行业的落寞。2021年的相关财报数据显示，14家超市上市企业中仅有家悦和红旗连锁出现营收同比增长，其余12家全部出现同比下滑。并且这14家超市上市企业2021年共新开门店1276家，关闭门店725家。在这样的背景下，发展高黏度付费会员的会员商店成为不少超市企业的新出路。

综合比对多家会员商店的会员年费后发现，大多数都在200元以上，麦德龙是目前首个会员卡费低于200元的玩家。而除了基本的会员商店购物权利外，各家还推出了免费停车、宠物服务、多倍积分等增值服务，线上配送更是会员店的标配。不过，需要注意的是，付费会员商店并不是收取会员费用这么简单，其背后考验的是企业的供应链、选品以及服务等多维综合能力，会员续卡率更是核心指标。

面对激烈的市场竞争，“会员店”们的新一轮“战争”正在打响。这个赛道将如何发展，消费者拭目以待。
(冉隆楠)

北京便利蜂加大 商品保供力度

本报讯 田宁 近日，便利蜂对外宣布已提升北京门店商品的保供力度，其中鲜食冻品储备量增加20%。同时，为解决突发疫情带来的跨城市运输难题，便利蜂将启动新增地方供应商计划，以长期、稳定保障各地市民生活。

据了解，为应对北京市民的基本生活需求，便利蜂逐步提升门店商品保供水平，包括鲜食冻品和长保商品在内。当前，鲜食冻品备货量已增加20%，长保商品储备主要围绕水饮、方便速食、防疫产品等展开。便利蜂相关负责人表示：“自北京突发疫情以来，便利蜂提高了对北京地区消费需求的关注、汇总频次，商品保供水平将根据实际情况灵活调整。”

值得一提的是，近日，针对北京部分居民对大包装产品需求旺盛的情况，便利蜂北京门店上线鲜食整袋贩售业务。据悉，便利蜂鲜食整袋贩售业务涵盖蒸包、炸品、酥饼、早餐，这些鲜食以冷冻、预制形式单独包装，消费者购买后可通过家庭微波炉加热并食用。

盒马门店打造 夜间消费新体验

本报讯 宋好 近日，盒马对长沙所有门店进行升级改造，从每日17点以后，盒马超市变身“夜肆”并上线多款宵夜小吃，为市民带来夜间消费新体验。

据了解，除了盒马的小龙虾、大鱿鱼、各色小海鲜外，这些门店内还有臭豆腐、紫苏牛蛙、口味虾等长沙本地风味。此外，在堂食区的一角，盒马还增设了精酿鲜啤、鲜榨椰汁等档口，让夜间的市民可以“逛吃逛吃”。

据了解，盒马“夜肆”上，除了全国人都爱的小龙虾，长沙人最爱的老长沙臭豆腐、糖油粑粑、紫苏桃子姜、冬瓜山肉肠等地方特色小吃也一应俱全。酒水饮料方面，盒马也供应了精酿小麦白啤、淡色艾尔、黑麦啤酒、杨梅啤酒等。

另据盒马鲜生长沙负责人介绍，盒马还有在其他夜市上吃不到的芥末罗氏虾、芝士焗波龙、蒲烧鳗鱼等特色海鲜烧烤，种类还将会不断增多。每天18点以后，消费者还能参加“夜肆打卡”以获得惊喜福利。

值得一提的是，近日，元气森林出品的无糖植物茶饮品牌纤茶，携手盒马鲜生旗下鲜花连锁品牌盒马花园，在全国范围内联名推出“元气芍药馆”“花+茶”限量组合套餐。此次纤茶与盒马花园的跨界联手，是为在年轻消费者的日常生活中，重现古人诗词里品茗赏花的悠然意境。

据悉，在此次活动中，消费者可在盒马App内及全国200余家盒马线下门店，购买到“元气芍药馆”“花+茶”限量组合套餐。其中前两万名下单的用户，可另外获赠古色古香的品牌定制款“芍”华香锦囊一枚。