

会员店“进城”划算吗

大卖场更迭,会员店蠢蠢欲动。随着沃尔玛建国路店撤出成为既成事实,连日来盒马X会员店进驻的声量颇高。如果盒马X会员店能成功在CBD站住脚,这也意味着会员店业态从郊区开到了市区乃至社区与写字楼旁,但这个距离是否合适还不得而知。随着大卖场退潮,物业和业态的空白有待填充,众多会员店品牌在市区的确有了更大的施展空间。只不过,会员店还保持高挑高、大包装、精简SKU等特质,想要顺利博取社区与写字楼客群的喜好,势必要做出调整。分析认为,长期来看暂时不会出现大量会员店进驻市区的情况。



门店面积、层高存在一定要求。例如,盒马X会员店面积约17000平方米,上海高青店接近20000平方米;山姆会员店占地面积通常约25000平方米,2021年更是在上海开出占地面积70000平方米的旗舰店;fudi仓储会员店的面积则大致在5000-10000平方米之间;而由物美门店改造的麦德龙会员店面积多为5000平方米。

进入市区后,如此大的经营面积对应的是高昂的租金,且想要找到面积足够大、硬件条件合适的场地资源并非易事。

安居客平台显示,朝阳区CBD周边2000平方米的商铺月租金为36万元,大兴区旧宫附近1900平方米的商铺月租约15万元。不难看出,位于CBD的盒马X会员店与大兴世界之花假日广场店相比,租金成本将明显增加。

杨青松认为,未来会员店大量进入市区的情况不会出现。“会员店体量大、毛利较低,需要开在租金相对便宜的地方,绝大多数的会员店无法承受市中心的租金。”他还指出,“会员店以‘走量’为主,消费者通常选择驱车前往,市中心容易出现交通堵塞、停车难等问题,对于消费者来说未必方便。”

选址的变化,给盒马X会员店带来了更高的运营要求。柏文喜强调,盒马X会员店进入市区之后,物流、前置仓、配货场地等环节都将面临变化,这与原先布局在郊区的门店有着许多差异,品牌方应及时做出调整。

“供应链是会员店发展的重要因素”,杨青松指出,若能在供应链上做好,获得低进货价,提高利润,能对会员店进市区的高成本有所缓和。此外,对于消费者难到店的问题,品牌需要利用线上平台,通过自己的物流配送以覆盖顾客的需求。

北京商报记者 赵述评 胡静蓉/文并摄

盒马接棒沃尔玛

沃尔玛建国路店刚撤,新选手身影就开始频繁出现。近日,北京第二家盒马X会员店年底开业,选址正是原沃尔玛建国路店的信息不绝于耳。

北京商报记者调查时了解到,原沃尔玛建国路店的招商直接由万达物业进行管理。针对盒马X会员店进驻一事,在万达租赁部现场,一位工作人员透露:“在沃尔玛撤出之前就已经对接好了。”

经营了16年的沃尔玛超市于2023年3月7日停业。北京商报记者走访看到,原沃尔玛建国路店大门已上锁,门口粘贴着停业公告,暂

时无法看到内部情况。

盒马X会员店是盒马旗下的会员制商店,首店于2020年10月在上海开业。截至目前,盒马X会员店已经在中国开设9家门店,其中,6家位于上海,北京、苏州、南京各1家。公开资料显示,盒马拥有近300万付费用户。

有望提高坪效

盒马已有9家会员店,相较于此前的门店选址,此次选址多有不同。据了解,上海的6家盒马X会员店距离市中心都存在一定距离,驾车车程约30分钟。北京世界之花假日广场店位于南四环外,苏州、南京的门店分别位于苏州相城区、南京栖霞区,同样与市中心有一定

的距离。

相比之下,盒马X会员店在京的第二店,选址则要核心许多。原沃尔玛建国路店位于三四环之间,毗邻北京CBD核心区,周边写字楼、购物中心集中,分布着国贸商城、北京SKP、华贸购物中心等商场。同时,该位置交通便利,粗略计算,其距离国贸地铁站、大望路地铁站步行时间在10分钟以内。

IPG中国首席经济学家柏文喜指出,对于盒马X会员店来说,选址于CBD这一位置,顾客匹配度以及线上化程度都将有所提高,“目前盒马有着相对完善的运营体系,通过线上配送覆盖更大范围,且突出生鲜优势,或许能创造更高的坪效比”。

近年来,会员店的布局正逐渐向城市中

心、社区周边靠拢。fudi仓储会员店负责人表示,fudi新店将选择人流密集的大型居住区;麦德龙中国副CEO陈志宇也曾直言,未来会员店会更多抢夺城市中心的位置。

在离消费者更近的位置寻求落点,能在一定程度上扩大会员店的辐射范围、提升聚合能力。在中国百货商业协会秘书长杨青松看来,位于城市外围的会员店一般在周末迎来消费高峰,而布局在社区周边,平日的销售额能得到一定提升,且由于社区密集,辐射的范围更广,能吸引更多消费者。

租金成本攀升

由于采取店仓一体化模式,会员店对于



商业那点事儿

以新闻的视角,每天和您聊聊商业那些事儿

头条 微信 百度 抖音 微博

Big Sale

BUY