本土、外资零售企业纷纷进军、扩张——

仓储式会员超市为啥火起来？

李　婕　罗静颖

这段时间，不论身边人的饭后谈资还是社交媒体上的热帖讨论，仓储式会员店出现的频率高起来。不仅前有山姆、Costco（开市客）等传统巨头在中国市场加速扩张，盒马、麦德龙、家乐福、北京华联等零售企业也纷纷开设或宣布即将开设门店，仓储式会员店这一零售业态变得热闹起来。

实际上，仓储式会员店并非新鲜事物，它早在20多年前就已开始在中国市场上生长，但网点不多、品牌单一。为何如今传统超市在电商冲击下不断收缩，仓储式会员店却人气渐旺，引得诸多品牌纷纷抢滩？仓储式门店的春天来了吗？怎么看零售业态的快速演化？

▲盒马鲜生上海浦东金桥店。
新华社记者　刘　颖摄

◀北京市一家仓储式会员超市内景。
本报记者　李　婕摄

门店一时热闹空前

——老品牌加速扩张，新企业纷纷进军；消费者购买热情走高

35岁的杨守诚住在北京市朝阳区，日常遛弯时，发现家附近多了一家本土零售企业开设的仓储式会员超市。5月门店开业当天下午，他就赶着去尝鲜打了卡。一进门是仓储式的货架，少而精的选品、大规格包装、丰富的进口货，还有闻讯而至的购买人群，让他感到这家店生活气十足、很便利。

最初的体验过后，杨守诚以半价优惠182.5元的价格购买了会员卡，成了这里的常客。购物需要会员资格，是目前市面上主流的仓储式会员店与普通超市大卖场的显著区别之一。“还是感觉会员卡挺划算的。现在大家生活水平提高了，超市适当提高门槛，服务和环境会更好。”杨守诚说，他现在每周去采购一两次，同类商品量大价优，付费会员相当于花钱买到更好的购物体验，挺值！

记者实地探访了北京几家不同品牌的门店，工作日的下班时间和普通周末，店内客流量都不小。消费者多以家庭为单位，两三人成行，比普通超市型号更大的购物车里装得满满当当。

与消费者的到店购买热情相呼应，在供给端，诸多零售企业正接二连三开出门店。老品牌加速扩张——扎根中国多年的山姆即将在上海开设亚洲最大旗舰店，预计2022年底在中国将有40-45家开业及在建门店；开市客落户上海后，很快决定设立二店，并在苏州、杭州等地快速布局。新企业纷纷进军——去年以来，盒马、麦德龙、fudi会员店陆续开业，另有华联、家乐福宣布即将新开门店。仓储式会员店赛道一时热闹空前。

经营实绩也亮眼。以去年在上海开业的首家盒马X会员店为例，门店开业2个月内实现盈利（不包括会员费），开业3个月后客单价接近千元。北京市商务局数据显示，近期北京市仓储式会员店单店日均销售额为60万-80万元，双休日超过100万元，比原有的超市模式增长了20%-30%。

瞄准消费市场需求

——精选产品、进口商品和自有品牌带来不一样的购物体验，付费会员店市场逐步走向成熟

实际上，早在上世纪90年代，仓储式会员店就开始在中国市场出现。是什么让这一前期“不温不火”的零售业态突然加速？

中国贸促会研究院副院长赵萍认为，这一业态具有3个显著优势：多位于城郊、购物面积大、房租及装修成本相对较低，成本优势明显；产品相对品类较少、包装较大，规模经济下单价优势突出；创新发力，自有品牌、高性价比产品等赢得消费者好感。

环顾目前市面上主流的仓储式会员店业态，基本都呈现上述特征。如在商品数量上，同等面积的大卖场能达到1万到2万个，而仓储会员店一般在3000至4000个左右，这当中，还有相当比例是自有品牌商品。“优中选优，相当于提前帮消费者想好、选好，什么样的商品更具性价比。”盒马X会员店负责人蔡荣鸿说。家乐福中国副总裁、家乐福会员店总经理常飞表示，相对大卖场，会员店将精选商品，帮会员做好选择，节省时间。

这些门店特点正与市场需求形成呼应。用消费者的话说是“更有购买欲”。精选产品、进口商品和自有品牌带来了与普通商超开架货品不一样的购物体验，让消费者更愿意掏出钱包。

赵萍认为，全球疫情背景下，消费者的消费心理和购买行为也有所变化，一是更追求高性价比，消费更趋理性；二是采购频次下降，日常必需品单次购买量可能更大，这让大包装、高性价比的产品更具吸引力。此外，中国有车一族群体日渐扩大，方便到城郊集中采购，也在客观上提高了到仓储式会员店购物的便利性。

另一方面，经过多年市场培育，付费会员制也更为消费者所认可。近年来，从在线购物、知识付费等线上平台到洗衣、理发等不少实体门店纷纷推出会员选项，提供诸多会员权益和福利，会员制越来越普及。“整个市场的提升为仓储式会员店创造了发展环境，消费者不再感到陌生。”赵萍说。“在中国零售领域，会员店业态并不是新概念，但此前属于小众需求。近年来，零售市场经历了结构性升级，用户对品质消费的需求持续增长，付费会员店市场开始走向成熟。”常飞认为。

购物之外，不少仓储式会员店也纷纷提供洗车、宠物养护、衣物洗护等增值服务，让会员权益“含金量”更高。

零售业态快速演化

——经济社会发展、收入水平提升是基础，行业探新，消费者选择更丰富

从线上零售、生鲜电商到社区团购，中国市场上零售新业态层出不穷。如何看待零售业态的更迭变化？

从国民经济整体看，经济社会发展和国民收入水平不断提升，促进零售业快速演化。中国贸促会研究院发布的报告显示，根据各国零售业态发展经验，一定国民收入水平对应着一种占主导地位的零售业态。人均GDP1万美元左右，正是仓储店和购物中心成长期。近年来，中国人均GDP快速增长，也表明中国零售业态正处于快速演化和高速变革的时期。

从行业发展看，在线上零售快速发展的背景下，传统商超纷纷探索转型。除了线上线下融合发展之外，更多新业态的尝试也成为行业选择。蔡荣鸿表示，“会员店被看作是盒马的第二增长曲线”，计划今年之内在全国开设10家会员店。

这一次，各大零售企业摩拳擦掌，比拼的将是如何做好“会员”生意。但业内人士纷纷指出，要让会员持续付费，就要尽可能把会员服务做到最好，用最好的选品、最优的价格来提升购物体验，这背后考验的是全球供应链能力。如何从“大而全”走向“少而精”，是仓储式会员店需要回答的问题。

而更多企业的参与，正为仓储式会员店这一业态注入更多活力。

“今年以来，众多企业进入这个赛道，从本质上讲是件好事。一方面，大家都开始勇敢地尝试，创新自己的业态；另一方面，形成市场良性竞争对消费者大有裨益，可以更好地满足中高收入消费者的需求。”蔡荣鸿说。

的确，消费者的购物选择正随着零售业态的拓展日益丰富起来。杨守诚发现，除了自己日常采购，一起逛家门口的仓储式会员店也成为他约见朋友的理由之一，社交频率竟在逛店中无形增加了。“我感觉作为它（家门口仓储式会员超市）的邻居有点幸福。”他说，这会员卡打算一直办下去。

减少对汽车数据的无序收集和违规滥用——

汽车数据安全新规来了

本报记者　徐佩玉

具备刷脸开门、辅助驾驶、与信号灯实现信息交互等功能的智能网联汽车近年来发展迅速，获得了市场认同。今年7月发布的《中国互联网发展报告（2021）》显示，2020年，中国智能网联汽车销量为303.2万辆，同比增长107%，渗透率在15%左右。

为实现上述功能，智能网联汽车需要对用户、路况等数据进行大量收集。如何保证数据安全，引发用户和社会广泛关注。

近日，国家网信办、国家发改委、工信部、公安部、交通运输部联合发布《汽车数据安全管理若干规定（试行）》（以下简称《规定》），自2021年10月1日起施行。

国家网信办有关负责人表示，汽车产业涉及国家经济、装备制造、金融、交通运输、生产生活等诸多领域，汽车数据处理能力日益增强、汽车数据规模庞大，同时暴露出的汽车数据安全问题和风险隐患也日益突出。例如，汽车数据处理者超越实际需要，过度收集重要数据；未经用户同意，违规处理个人信息特别是敏感个人信息；未经安全评估，违规出境重要数据等。

《规定》的出台，既是出于防范化解汽车数据安全风险的实践需要，也是保障汽车数据依法合理有效利用的客观需要。

《规定》明确，汽车数据是指汽车设计、生产、销售、使用、运维等过程中的涉及个人信息数据和重要数据；汽车数据处理，包括汽车数据的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开等，涉及汽车数据处理的全生命周期。《规定》倡导，汽车数据处理者在开展汽车数据处理活动中坚持“车内处理”“默认不收集”“精度范围适用”“脱敏处理”等数据处理原则，减少对汽车数据的无序收集和违规滥用。

“车内处理原则，就是要求除非确有必要不向车外提供；默认不收集原则，即除非驾驶人自主设定，每次驾驶时默认设定为不收集状态；精度范围适用原则，就是根据所提供功能服务对数据精度的要求确定摄像头、雷达等的覆盖范围、分辨率；脱敏处理原则，要求尽可能进行匿名化、去标识化等处理。”上述负责人解释说。

同时，《规定》明确了汽车数据中的个人信息、敏感个人信息、重要数据以及汽车数据处理者的含义和类型。汽车数据处理者应当履行个人信息保护责任，充分保护个人信息安全和合法权益。开展个人信息处理活动，汽车数据处理者应当通过显著方式告知个人相关信息，取得个人同意或者符合法律、行政法规规定的其他情形。

为规范重要数据处理活动，《规定》明确了5项具体制度，包括风险评估报告制度、出境安全评估制度、抽查核验制度、年度报告制度以及年度补充报告制度。此外，《规定》明确了违反规定的罚则，由省级以上网信、工业和信息化、公安、交通运输等有关部门依照《网络安全法》《数据安全法》等法律、行政法规的规定进行处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

江西南昌小蓝经济技术开发区是国家外贸转型升级基地（汽车及零部件）。图为位于该开发区的江铃汽车股份有限公司富山基地现代化工厂生产线。　本报记者　李　劼摄

“土灶”改“电灶”

本报记者　刘晓宇

“嘿！改成使用电以后，整个厨房都变得清洁起来了！”8月19日，福建建瓯市水源乡桃源村村民吴良有对前来了解用户反馈的建瓯市供电公司共产党员服务队赞不绝口。

据了解，桃源村地理位置偏僻，村民收入不高，早先烧水做饭，全靠一把柴。厨房里，烟熏火燎、柴草成堆，整个厨房都是暗沉沉的。

这两年，随着农村电网升级改造，建瓯市供电公司为桃源村在内的很多村落进行了供电设施升级。供电能力保障充足、供电范围更加立体，村里农户把昔日的“烧柴炉”换成了清洁、环保、节能的电磁炉。一键开启电磁炉开关，烧水做饭变得非常方便。加之有了配套的抽油烟机，厨房里不再有油烟怪味，变得干净卫生了。

不仅如此，微波炉、高压锅、电饭煲、冰箱、消毒柜、粉碎机、榨汁机、豆浆机……在很多村民家中，各式各样的电动厨具越来越多，功能越来越全。“超市里的东西应有尽有，各类蔬菜、肉制品分装在电冰箱里，现拿现做，方便极了！”吴良有说，电网升级，供电有了保障，各种家电让当地村民生活质量有了很大的提高。

桃源村算了一笔账：以前，一户农户烧一顿饭大约需要6斤柴，“土灶”改“电灶”后，全村每年可减少柴火消耗约1200吨，减排硫氧化物50吨。

目前，桃源村已有53户农家实现全电厨房。建瓯市供电公司正在准备为当地全电厨房改造的居民实行一对一服务，进一步提升厨房的电气化水平。

山上山下，差别可大

本报记者　高　炳

13公里蜿蜒山路，摩托车“新手”张运弟骑40分钟跑一趟。虽说辛苦，但她兴致很高。“以前在山上种地，现在山上有产业，路也修好了，跑起来顺畅，干起来有奔头。”

张运弟的老家在秦巴山深处的陕西省平利县万福山，山大沟深，曾是全县8个深度贫困村之一。老家山坡十几亩地，一年到头得在田里刨庄稼，才够一家人填饱肚子。2017年，在易地扶贫搬迁政策帮助下，张运弟一家搬进了山下的锦屏社区。山上山下，差别可大。新楼房，亮堂堂，窗明几净让人心情舒畅不说，就业增收的机会也一下子多了起来。

张运弟的丈夫陈剑患有腰椎病不能干重活。在社区的协调下，陈剑在镇上找到一份涂料工的活儿，不算太累，每个月能赚3000多元。张运弟自己则在家门口的社区工厂报名应聘，成为一名缝纫工。两年时光里，曾经的贫困户成了大山里的“双职工”，加之老家山上的土地流转费，一家人的日子有了新景象。最直观的表现，就是自家饭桌上的“硬菜”多了。

“万福山换了模样，日子更有奔头了！”今年上半年，在镇上就业的张运弟回到村子，并在村“两委”换届选举中，当选为万福山村的监委会主任。如今，张运弟骑着摩托，山上山下两边跑，忙得不可开交：产业园管护、安全住房认证、日常村务处理……她相信，尽管身处小山村，但只要大伙儿都能跟自己一样忙起来，就吃得香、过得好。