

上海市场的会员店越开越多,消费者也会越来越成熟,与此同时,他们也会更明白什么是物有所值。

——甜甜

我是开市客、盒马、山姆三家会员制超市的会员,但我并不忠于某一个品牌,而是会根据实际需求和时间,选择不同的店购买各自的特色商品。

——小黄鸡

会员店通常体积庞大,寸土寸金的市区显然很难满足他们的选址要求,所以会员店大都会开在市郊,满足了一部分郊区市民的需求。

——走之

会员店走的并非纯粹的低价路线,相反,会员店

讲求的是一种商品品质与商品售价之间的平衡,只有“最佳性价比”才能让消费者持续为会籍付费。

——陈家豪

会员制超市售卖的商品多为大包装,此外还会提供诸如配镜等特别服务,所以要将浪费的商品成本以及服务的需求考虑进去,看看把会费“赚”回来的概率有多高。

——bill

外面的市场水很深,做不到货比三家的年轻人,显然更愿意付会费去购买信誉度高的产品,这样比较省心。

——豆浆牛奶



各取所需,量力而行

一时间,会员制超市“火”进了我们的生活,山姆、盒马、开市客……接踵而至地开出门店,成为市民日常购物的“新地标”。

到底选择新兴的会员制超市,还是传统的没有门槛限制的普通卖场?我个人觉得应该根据自己的需要和实际,不盲目浪费,也不盲目跟从,量力而行购买,享受购物的便捷和方便。

会员制超市往往需要了解会员协议,支付会费,本身对消费者进行了门槛设置,许多老年人并不喜欢和习惯这样的方式,这类超市更适合平时工作繁忙的上班族,利用周末去采购。或者全家出动,一次搞定一周或更长时间所需的生活物品。东西齐全、量足、品质高、价格优,这些都是会员制超市的优势。传统的大卖场也有自身的优点,东西同样齐全,市民们可以根据自己的喜好和时间,自由进出,按需购买,且选择余地大,还能货比三家,对于有时间的市民来说,更加方便和随心。

记得在我小时候,亲戚有一张麦德龙的会员卡,这成了大家日常购物的“香饽饽”,他们去买东西时,顺道会问大家有没有需要的东西,一起拼购。有时他们购买的东西多了,大家一起分享,这样每家每户都既享受到实惠,又保证了东西的新鲜度。近年来,我们邻里之间有人去山姆等会员制超市,也会通过微信群告知,大家列好购物清单,一个人负责购买,大家一起拼单,每个人都高兴,各取所需得到了自己想要的东西。

无论是会员制超市,还是传统超市,其实都各有利弊,因人而异。我们应该庆幸,因为有了竞争,这些商家才会在品质把关上更加严格,把好东西回馈给消费者。

周哲

走进超市感受生活

超市是生活的延伸,这里藏着一切生活琐碎和微小念想。三餐的筹备、孩子的玩具、节日的仪式感,所有微不足道的习惯都在这里得到具象化,又在购物车里得到了回应。随着消费需求的变化,消费者对于“逛超市”的要求也在向更高层次发展,服务、品质等成为影响选择的重要因素。在此需求下,会员制超市可能成为其中一个比较契合当下需求的模式。

平日里生活大小用品习惯网购的我,已经好久没有去线下逛超市了,社交软件上常常被山姆、开市客的网红商品种草,也看过许多博主“探店”的视频。仓储式的购物环境、划算实惠的超大包装、简单高质量的商品陈列,还有各类型的网红小吃……在我看来,这些超市成为一种“主题公园”式的新存在,不再是简单的购物场所,而是成了“逛”和“休闲生活”的好去处。身边的朋友有在会员制超市办卡的,据他们介绍,会员制超市符合多人家庭的需要,价格合适,品质有保障。对于不习惯去菜场的年轻人来说,这些超市的菜肉蔬果都摆放整齐,品种和重量一目了然,挑选和储存起来省心省力。此外,现场提供各种试吃、海鲜加工、就餐场景、儿童乐园等,满足了更多人的逛吃需求,还是个溜娃好去处。

今年,我家附近开了一家盒马,我也久违地逛起了超市,从香气扑鼻的烘焙区、五颜六色的蔬果区,到包装精致的副食区、陈列整齐饮品区,再到可以大快朵颐的肉食区,接着去生鲜水产区看看生猛海鲜,最后到冰柜前挑选一些速冻食品以备不时之需……一圈逛下来,生活变得具体而充实,有一种物质丰沛、松弛又满足的安全感。虽然我目前还没有办会员卡,但后续需求增多的话,办张会员卡也未尝不可。

花总是绽放在细枝末梢处。有魅力的超市,除了让商品更丰富,购物更方便,更会注意到一些提升购物体验的小细节,把握尺度,更注重温度。

李子瑶

省钱又放心的购物体验

方兴未艾的会员制超市究竟是“消费陷阱”,还是为我们带来了全新的生活体验?作为一个有家庭的中年人来说,我还是比较喜欢便捷又实惠的会员制超市。

随着社会快速发展,很多中年人都像我一样,家庭琐事多、生活节奏快、工作压力大,闲暇时间非常有限,根本没有太多时间逛街购物,更别提去比价或挑选商品了。所以,我们希望有一个商品多、质量好、售后服务省心的地方,一次性买够接下来一段时间需要的各种物品。对于这种情况,会员制超市就是一个很好的选择。

首先,会员制度的最大优点之一就是省钱。作为家庭的经济支柱,我经常需要购买很多日用品和食品。会员制下,我可以享受到很多折扣和优惠,而且还可以省去反复购物带来的麻烦。此外,超市还会给会员发放一些优惠券,这也可以让我在日常购物中省下不少钱。

其次,会员制超市提供的商品质量有保障。这类超市所售卖的商品都经过了严格的检验,食品的保质期都很新鲜,不必担心会买到临期食品。而且,会员制超市面积很大,商品品种很多,还有很多在国际上热销的商品,选择余地很大。

另外,会员制超市的服务态度特别好。比如一不小心买多了或者买错了,需要退换货时简单又快捷,店内的工作人员服务非常热情周到。同时,有的会员卡还可以在网购时使用,省去了出门购物的时间和烦琐的程序。

所以,我认为会员制超市非常适合我们这种压力大、时间紧的中年人,省心、省钱、安心、方便,让我们能够在忙碌的生活中更好地处理好家庭日常用品的采购问题。

郑圣乐

会员制超市“初体验”

宽敞明亮的空间、琳琅满目的选品、足够优惠的价格……当下,选择众多的综合类会员制超市迎合了多元消费的需求,带来了全新的一站式购物体验,越来越多的人被“圈粉”。

如今的我,养成了定期囤货的习惯。考虑仓储式超市大多具备品项丰富、品牌精选、品质保证的鲜明优势,能够有效节省选物比价的时间,抱着试试看的心态,我办理了山姆、盒马的会员卡。与开市客、麦德龙相比,这两家会员制超市的门店数量更占优势。从交通区位上看,二者距离友好,离我家很近。

每次逛山姆,我都有一种“寻宝”的感觉。开阔的空间、极简的摊位、超大的包装,让人迅速锁定所买商品。作为一枚小吃货,女儿对山姆各类新品试吃充满期待。火腿片、蛋黄酥、牛角包……在试吃过程中,她不时给我“安

利”好物。偶然看到别人购物车内有自己感兴趣的物品,向来害羞的女儿也会主动上前,礼貌询问是从哪个货架拿的。不知不觉,我的购物车被孩子奇妙地填满。在储备家庭物资的同时,将孩子从课本作业和电子产品中抽离出来,顺便完成溜娃任务,这是我逛山姆的意外收获。

相对而言,平时我逛盒马的次数要多于山姆。原因在于盒马单份量少,不易浪费,在蔬菜、生鲜等品项上的选择也更多,售卖的食材、调味品比较中式,更适合中国胃。其中,盒马自营配送、售后服务令我很有好感,线上点单能做到即买即送,非常人性化。

体验下来,节假日停车难、排队长、人流如潮仍是会员制超市存在的问题,但高性价比的商品、独特的附加服务打动着消费者涌入线下门店。

董红

“新招牌”能否取代“老字号”

以前,我们觉得“老字号”的产品才是招牌,但现在,会员制商店俨然成为了“新招牌”,越来越多的会员制商店出现在大众眼前。

前段时间,吃到了盒马出售的羌饼,这熟悉的味道唤醒了儿时的记忆。小时候,爷爷骑着自行车,载着我放学回家。路过乡下的农贸市场,“小馋猫”的我必定会让爷爷停在路边小店,给我买饼吃。热气腾腾的羌饼,套着薄薄的塑料袋,我吃得特别香。看着眼前精致包装的羌饼,我不禁思考,会员制商店究竟值在哪里?真的能取代“老字号”吗?

于我而言,更高的品质是我选择会员制商店的最大原因。从食品安全的角度来说,路边小店、小摊可能缺乏规范的监管,而大型超市从选品到加工再到最后出品,在一定程度上还是

值得信赖的。会员制超市是时代进化的产品,“精选店”“奥莱店”等更是追求精致生活的衍生品。与购买高端品牌一样,“会员制”其实在人们心中潜移默化也成为了一种消费的身份。家乐福、沃尔玛等线下商超的“寒冬”同样也警示了企业,对于消费者来说,没有体验到相应的服务,就会被时代淘汰。人们为了满足好奇心及新鲜感,当下会光顾“新星”会员制商店,但随着越来越多的企业转向这个市场分一杯羹,势必会有优胜劣汰,想要做得长久,需要推出真正能够抓住人心的商品,大多数的人是不会愿意做高消费的“冤大头”的。

会员制超市是一种生活方式和态度,为我们带来全新购物体验 and 更好服务,但有时光顾路边小店、老字号也不失为另一种消费体验。

杨晨伟

你会为会员制超市埋单吗

山姆、盒马、开市客、麦德龙……越来越多的会员制超市走进我们的生活,它们也在犹疑和欢迎的夹缝中慢慢成长。

一方面,有人把会员制超市贴上“千元店”等标签,认为去一趟不划算,花费太多,且可能造成浪费。另一方面,有人说会员制超市品质佳,且价格便宜,可以与他人分享,值得一去。那么,方兴未艾的会员制超市究竟是“消费陷阱”,还是一种全新的购物体验?你会为它们埋单吗?

