

2022年9月2日

星期五

第1716期/共1716期

ECS DAILY INFORMATION

企竞中心每日资讯

【参考信息】

家乐福会员店升级2.0 双店同开五大亮点加速布局新业态……………p2

天全馆客流突破30万人次 上海五角场万达广场C馆焕新开业……………p4

“亿元消费券”兑出上海南京路商圈经济复苏新活力……………p6

企业文化不是一层不变的，而是要随社会大环境变化和企业发展不断创新和变革。目前我国政治、经济和社会环境与过去相比，都发生了明显而深刻的变化，企业发展面临着诸多新机遇、新挑战和新任务，这都要求企业要高效开展企业文化创新和变革，保持企业文化先进性和引领性。

客观 冷静 中性 实证

上海企业竞争力研究中心

地 址：上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦409-411室

电 话：021-51313680 4000092877

传 真：021-51313688 邮编：200122

E-mail: info@shecs.org

【参考信息】

家乐福会员店升级 2.0 双店同开五大亮点加速布局新业态



为期 3 天的体验日，在家乐福会员店南翔店试营业以来，每天开门前都排满了长队。澳洲牛肉、红丝绒蛋糕、草饲鸡蛋、网红烤鸡等各类人气美食，免费试吃体验；索尼 PS5、变形金刚、露营装备等各种高性价比优选好物琳琅满目，吸引了周边大量消费者打卡。

9 月 2 日，家乐福会员店南翔店正式营业，而位于上海长宁区的家乐福会员店中山公园店也将在 9 月正式营业，这是首次会员店开进上海中心城区。1 个月内双店同开，是家乐福转型变革，加速布局会员店业态的重要动作之一。

2021 年 10 月，家乐福正式拓展会员店业态，在上海浦东新区开设了第一家会员店。基于过去一年家乐福会员店与消费者的沟通，家乐福会员店运营管理中心总经理陈达表示，我们对中等收入家庭消费者有了更多的认知，因而在对供应链、产品、服务、会员权益等方面，都做了大幅优化。在此基础上，家乐福会员店正式升级成为 2.0 版本，9 月新开的两家会员店是 2.0 的典型。

提及会员店 2.0 的变化，陈达聚焦到五大亮点升级，商品升级、权益升级、体验升级、便利升级、到家升级。

商品升级方面，家乐福会员店充分利用渠道和供应链的优势，推进更多符合会员消费需求的商品和品牌的加入，SKU 的数量将从原来的 2500 左右，提升到 4000 个，增加的细分品类包括零食、3R 预制菜等。

以网红爆款脆皮五花肉为例，这款美食是家乐福会员店从厨房版本开始，经过多次工厂技转，历时半年研发，包括人工切割，滚揉腌制，风干烤制工艺等，高度还原了餐厅口感和风味，肉质层次分明，三肥两瘦的比列，瘦而不柴，香而不腻，回味无穷。

另一方面，潮流尖货+高性价比，也是消费者挤爆家乐福会员店的原因之一，索尼 PS5 官方售价是 4299 元，家乐福会员店的售价便宜 400 元，仅 3899 元；再比如，一般日本进口纯铁炒锅，价格再 799 元左右，家乐福会员店的会员价为 399 元；开业价仅 299 元。

在会员权益升级方面，家乐福会员店 2.0 对原有的六大会员权益做了升级，成为新的八大权益，其中最重要的一个权益升级，是给到每位会员的 360 元无门槛消费券；此外配合 2.0 的升级，家乐福会员店还精心打造了全新的会员店小食吧、儿童游乐等体验区。

实际上，会员店近期风头正劲。多个大型零售商都有会员店布局。“疫情常态化使得家庭消费愈加保守，消费者在保证品质的情况下强调‘性价比’，因此兼顾品质与价格的消费者，使得社区团购回归理性，仓储会员店风起”，尼尔森 IQ 快速消费品行业服务团队高级总监夏炎表示，仓储会员店近年来迎来飞速发展，而了解本土消费习惯，构建深度本地供应链的同时，给消费者提供合理选品的放心买，强化氛围体验感的组合拳，才能更好地击中消费者痛点，成为更适合中国消费者的会员店。

作为上海南翔的第一家会员店，上海市嘉定区商务委副主任管春华表示“首店经济对于一个区域发展意义深远，希望家乐福南翔会员店能够引领会员店消费潮流，成为嘉定消费潮流标杆示范区，焕新消费活力。为嘉定区人民带来更多惊喜与美好生活的向往，为嘉定区经济高质量发展提供有力支撑。”

上海市宝山区人大常委、民建宝山区委副主委沈学忠认为，家乐福会员店向中心城区深入拓展这一动作，直观来看，是为了离消费者更近，提升自身的覆盖面与触达效率；而从更深层次的角度来看，这也无疑进一步提升了会员店的门槛，也就是改变了过去几年会员店远郊定位的底层逻辑。

随着会员店渗透率的快速提升，以及商品差异化越来越明显，家乐福会员店业态优势会进一步凸显，也势必将带动零售行业的再一次创新变革。

【参考信息】

天全馆客流突破 30 万人次 上海五角场万达广场 C 馆焕新开业



五角场万达广场是万达 16 年前在上海布局的首个商业项目，甫一亮相便抢占了杨浦区的商业流量，带动杨浦区商业跨越式发展。如今，五角场已经跃升为上海十大商业中心之一，五角场万达广场也连续几年位列上海购物中心销售排行榜前列，其一举一动备受关注。

2022 年 8 月 26 日，上海五角场万达广场 C 馆在万众瞩目中正式迎来焕新开业。C 馆主打“潮玩”定位，入驻品牌约 70+ 店铺，缔造了一个业态与场景全面焕新、聚集 Z 世代潮玩态度的商业体验空间，开启全新潮流生活体验，为杨浦区未来商业发展带来更多的想象空间。开业三天，上海五角场万达广场客流突破 30 万人次，业绩同比提升 102%。

商业中心地带自带流量

就五角场万达广场本身而言，还在筹备时就已经是全城瞩目的“明星项目”，长期盘踞魔都大型商场热门榜单。广场位于杨浦区，产值丰厚的环同济知识经济圈，汇集世界 500 强企业经济实力，周边环境有复旦大学、同济大学等 10 余所高校，年轻化消费较为明显。众多周知，年轻群体已经成为当下商业消费的主力军，年轻化、潮流化趋势更是“席卷”着全国各大商业中心，光是地理位置这一项，上海五角场万达广场 C 馆就占据了极大优势。

改造后的五角场万达 C 馆，无疑给杨浦区的商业注入了新的活力，激活了当下消费市场。其凭借大而全的特点，辐射了整个片区的商业消费需求同时满足年轻群体的潮玩消费新趋势，开业三天客流突破 30 万就足以说明。

多元文化聚集地极致体验

五角场万达广场 C 馆展现了“超会玩”一面，深谙营销活动才是牢牢引客之道。在开业之际，打造“Hi, Cool”新声潮趣音乐会、夏日水枪 KPOP 派对、Recovery 说唱夜等多元潮玩活动，通过精准狙击年轻群体喜爱的音乐会等潮活动、点燃城市激情，激发了无线的消费动力。

同期举办的一系列重点商户开业及促销活动，包括：雷神邀请 3 位科技圈及电竞圈 KOL 到场助阵，带来电竞明星 solo 赛、JDG 水友赛；乐高举办「城市形象」拼装大赛；上海书城主办明星作家签售会；覆盖全年龄、全时段、全客层，为五角场商圈打造一场消费狂欢盛宴。

适逢上海“五五购物节”开启，五角场万达广场围绕装置、音乐、啤酒、生活方式、露天电影等，打造 LIVE 不夜市，以全新的夜经济生活方式响应上海市“五五购物节”。无论是多元的潮玩活动，还是直接拉动销售的 SP 活动，均折射出五角场万达广场不断创新商业运营模式，抢占商业流量入口，为今后的用户转化、留存打下了坚实的基础。

裸眼大屏呈现视觉盛宴

在充满未来感的摩登都市上海，时尚、科技感、高端是城市的特征。在空间呈现上，五角场万达 C 馆更是融入了当地特色，打造成充满未来感、时尚感、科技感的高端购物中心，为上海的消费群体提供了全新的购物和视觉体验。

值得一提的是杨浦区首块 3D 裸眼大屏，超大星空 LED 屏幕，炫酷的外立面超强的空间互动感和极具科技感的设计，引得众多消费者打卡围观。

全新的休闲外摆区、舒适阅读区，独特的一街两巷格局等，让消费者感受城市商业气息的同时，还能够体验社交场所的温情惬意。

主流品牌齐聚购物新体验

基于万达广场强大的品牌号召力，五角场万达 C 馆招商入驻率为 100%。引入了近 70 个国内外知名品牌，以多元的业态组合为消费者带来全新的体验，满足他们对美好生活的诸多想象。

入驻的品牌中，涵盖了潮玩、餐饮、社交、亲子、娱乐、教育等众多业态，其中为呼应 C 馆“潮玩新主场”定位，引进了国内全球潮玩集合店连锁品牌——X11，开业特惠全场满 199 元赠指定款盲盒；国内首个“收藏玩具”品牌——52TOYS，开业特惠消费满 169 元，即可免费参加幸运抽奖一次 100%中奖；等一众优质品牌，在潮玩体验方面的表现可圈可点。

品牌组合的化学效应是 C 馆招商的一大亮点。以餐饮业态为例，不仅有米其林推荐/黑珍珠餐厅汉舍，INS 风创意融合菜三号仓库，精品自助料理虹料理，金牌网红茶餐厅兰桂發，德国精酿啤酒屋琥珀屋，还有咖啡界祖师爷 peet's coffee 等一众网红品牌，满足不同消费客群的需求与偏好。

潮玩新主场热力全开

C 馆开业主题定义为“潮玩新主场”，通过创新多元化、奇趣性的社交活动为消费者带来了新奇的欢趣体验。围绕年轻人一站式社交娱乐场，展开了沉浸式潮玩体验式消费新概念。如书法家朱敬——潮流艺术展/新中式书法涂鸦站，以书法来展示文字、段子，张扬出新的主场态度，以及 RAPPER 厂牌演出和好声音学员声浪来袭，带动现场燃到爆。

C 馆的开业意味着开启了潮玩新剧本，致力于携手消费者做生活的大玩家，现场每一层都趣味满满，惊喜重重。为满足广大消费者的多样化需求，可谓是火力全开，使得现场热闹非凡。

城市更新，离不开商业项目的助力。未来，上海五角场万达广场将持续洞察行业发展趋势、深挖优质品牌资源、持续焕新业态升级、满足商圈客群消费需求，通过打造商业一体化平台，各地区、各项目联动的形式，实现城市商业升级。事实上，五角场万达C栋的焕新升级，只是万达助力城市商业发展的一个缩影。放眼至全国，万达正努力打造更多全新的商业作品，助力城市美好的生活建设。

【参考信息】

“亿元消费券”兑出上海南京路商圈经济复苏新活力



一张看似普通的消费券，却让成千上万的消费者定好闹钟，准时开抢。也正是这张消费券，让受疫情影响的南京路步行街实现销售数据逆势上升。

8月18日，在上海“五五购物节”拉开帷幕之际，南京路“亿元消费券”首轮上线，仅15分钟内，1.8万张券便被“抢购一空”。该消费券使用情况如何？消费者是否真正得实惠？能否助推商圈经济实现良好复苏？

截止8月28日，首轮消费券使用数量已超半数，旗下百货、餐饮食品板块增幅明显。其中，百货业销售同比上升近25%，餐饮食品业销售同比上升近35%。充分体现消费者普遍受益、商家销售增长、商圈人气回流，达到“三赢”效果。

新世界城市场部负责人介绍说，消费券发放后，对企业销售带动非常明显。从8月19日至8月28日，新世界百货类商品同比上升60%，发券的周末比没有发券的周末环比上升40%。其中，化妆品、黄金珠宝、童装童鞋等增幅尤为明显。“我们商场里都是知名品牌，日常价格非常透明，消费券抵扣后优惠幅度明显，这对消费者来说吸引力很大，也极大带动商场整体销售。”

烟火气、时令货、人情味，老字号集聚的南京路，最是抚人心。在新雅粤菜馆，最近一段时间人声鼎沸，不少老客户直言，“我在这里买了几十年，这次的优惠力度是最大的。”原来，8月18日至20日，新雅推出96周年店庆活动，在指定区域消费满300元可获赠300元餐饮食品券。消费者李先生算了一笔账，“我抢到一张300抵600的消费券，在这里可以购买价值1200元的商品，连广式月饼和鲜肉月饼都参加活动，这个优惠力度真的太‘煞根’了。”

新雅餐饮食品部负责人表示，“五五购物节”“店庆”“消费券”……这些关键词叠加后，让企业销售数据迎来爆发式增长。从8月19日至8月29日，新雅粤菜馆总店销售同比上升接近100%。“总店消费者多早已司空见惯，但这样火爆的场面依然罕见。目前店里还有消费满600元送300券、消费满300元送100券等活动，在给力折扣的助推下，市场复苏趋势非常强劲。”

本轮疫情，对南京路步行街带来了前所未有的冲击，虽时值暑期旺季，游客数量也明显减少。危中寻机，南步街推出“史上最大力度”消费券活动，不仅快速、有效地带动商家整体销售额提升，释放巨大的消费潜能，更为这个世界级商圈复苏注入了一针“强心剂”。

上海新世界集团董事长陈湧表示，作为“中华商业第一街”上的国有企业，通过“真金白银”发放消费补贴，一方面是向社会传递“稳经济、稳增长”的信号，践行企业社会责任；另一方面，南京路上拥有众多知名的商家、优质的商品，以及叠加优惠券后更有竞争力的价格，以此促进市民“能消费”“敢消费”“愿消费”，从而让整个消费市场形成正循环。可以说，一张小小消费券，兑出南京路商圈经济复苏新活力。

值得一提的是，9月2日上午10点，以“‘券’力以赴，‘街’为你来”为主题的首轮消费券第二波将再次开启，承办方南京路步行街投资发展有限公司将在南京路步行街支付宝小程序上，投放2千张600元消费券以及1万张200元消费券，售完即止。

想要了解更多资讯，请关注上海企业竞争力研究中心公众微信：

