

财经观察

从线上延伸至线下 覆盖全消费行业

# 付费会员制成消费新常态

本报记者 张倩 李爱琴

折上折、会员专享价、送优惠券、免费停车……为了享受更优惠的价格、更有品质的服务，办理付费会员无形中成了一种消费新常态。

付费会员制是会员营销的一种策略，兴起于国外的会员超市。人们熟知的有costco和山姆会员店，只有付费会员才可以享受的购物权益。

近年来，国内零售业付费会员制度不断演变，从京东Plus、天猫88VIP、盒马X会员到麦德龙PLUS会员、餐饮企业畅吃卡，“付费会员”新模式渐渐从线上延伸至线下消费场景中，并风行至各个领域。消费者指定时间只需购买一次，即可享受超多会员消费权益，消费得越多，省得也越多。对于商家来说，收取会员费能直接给企业带来收益，同时可以巩固老用户的黏性，让消费者产生一种消费偏好上的习惯和依赖。

## “会员制”商超加速集结

“加入麦德龙PLUS会员，硬核权益，为你省钱。”走进商都路麦德龙超市，办理超级会员的提示随处可见，PLUS会员享受众多的权益也十分诱人。

麦德龙工作人员告诉记者，麦德龙PLUS会员一年收费199元，分主卡和附属卡，除了享受众多权益外，用户还可绑定车牌，每次任意金额消费免费停车3个小时。

走进麦德龙超市，记者发现，麦德龙所售商品正常售价和PLUS会员价区别很大。一款直流变频循环风扇正常售价是599元，而

PLUS会员价只需要499元，相差100元。52度第八代五粮液每箱正常售价7194元，而PLUS会员价只需要6899元，相差295元。会员制精选商品，大幅降低销售价格。

“家里平时吃的肉类、奶制品都是在麦德龙买的，日常会在麦德龙采购一日三餐的食材，办理PLUS会员很划算。”市民常女士说。

5月31日晚上，世纪联华锦艺城店人流熙熙攘攘，不少人趁着下班空档时间来超市选购日常生活用品。“威兰氏氨基酸牛奶去角质凝露，标签价39元，超级会员专享价9.9元；米多奇雪饼，非超级会员13.8元，超级会员8.9元……”记者看到，在超市的不少货架上，都有标有超级会员的商品陈列其中，上面显示有原价、超级会员价，这些极具性价比的超级会员商品自然吸引了不少人的目光。

据了解，超级会员是世纪联华近两年推出的一种付费会员制度，记者在超市柜台的超级会员宣传彩页上看到，办理一张超级会员卡付费199元，可以享受五重福利：每月返30元消费券、逢8必享88折、每月送50元停车券、每年四次免费送货、全年独享价购买商品。

“超级会员比普通会员便宜不少，尤其是节日商场搞活动的时候，优惠力度更大。”家住附近的李女士告诉记者，去年，看到超级会员的活动，她毫不犹豫地办了一张。“付费会员”制商超越来越多，去年12月17日，郑州首家多仓仓储会员店开业，消费者需要购买一个年度的会员才能进去消费，会员权益众多，吸引了不少消费者前去打卡。

## 付费会员多领域“遍地开花”

付费会员制是由消费升级带来的服务分

级，部分消费者愿意支付一定的成本成为会员，享受商品折扣、提升购物体验。“这件衣服419元，用M+会员卡打完折才146.65元，真是太划算了！”在锦艺城三期MJSTYLE店，张女士买了一件心仪的防晒服，用M+会员卡打完折后的价格，让她很是欣喜。

MJSTYLE店作为上海觅尚服饰有限公司旗下快时尚服饰品牌，以时尚流行服饰为主，引起不少年轻消费者的青睐。其推出的M+会员，付费199元，即可享受240元返券，还可享受所有新款3.5折的优惠，对追求时尚流行的年轻消费者而言，随时以超低的折扣就可享受当季新品，无疑具有不小的诱惑力，活动推出即吸引不少忠实的拥趸。

随着数字化营销的推动，付费会员在餐饮行业的应用也逐渐铺开。目前，呷哺集团旗下呷哺呷哺、湊湊等多个品牌联合推出了SVIP畅吃卡服务，即年度付费会员卡，售价为208元。会员相关权益可在呷哺集团旗下的呷哺呷哺、湊湊、趁烧、茶米茶、呷哺食品等5大品牌通用。付费会员可以享受“188元现金礼券”“每周1-8.9折”“新店5折”“免费尝鲜礼券”等系列权益，覆盖线下1200余家实体餐厅、微信小程序等线上渠道。“我家附近就有一家呷哺呷哺火锅店，我经常去消费，付费会员卡有优惠券和打折服务，感觉这笔钱能“吃回本”。”家住经开区盛华里附近的小唐说。

## “会员制”成零售企业的重要策略

购买付费会员后，就意味着与商家又多了一层紧密关系。对于商家而言，“会员制”成了一种科学的“用户运营”思维，成为商家

稳固市场新增长的新路径。

知名经济学家、中国商业经济学会副会长宋向清表示，零售行业实行会员制是一种常态化营销模式，在电商冲击下，零售企业市场分流严重，运营成本不断上升，企业间商品和价格竞争压力不断加大、利润被摊薄且增长乏力，在这种情况下，会员制可以提升企业对用户的黏性，同时有利于稳定客户源，扩展收入源，增加利润增长源，所以，会员制正在成为中国零售企业应对电商、直播带货等新业态冲击背景下，加码营销、稳固市场、应对挑战的重点业务和策略举措。

付费会员制，其本质是零售企业与消费者之间达成的一种“先付费后受益”的契约模式，在为消费者进场消费设置门槛的同时，排除了非目标客户和无效接待，可以让会员享受更直接的价格优势和服务优势，从而可以更好地保障会员权益。

宋向清告诉记者，近年来，国内零售品牌商开始试水付费会员制，并以此推进与电商平台的差异化服务。

“付费会员制的推行与普及多在二线城市和发达地区中小城市，其被接受程度与其所在城市的经济发展水平正相关，与其所在城市居民收入水平和支付能力正相关，因此付费会员制营销模式对发达城市和优质用户具有较强的依赖或绑定效应。”宋向清说，要全面推广和普及，还是要降低会员门槛，通过降低会员制办理费用和对会员实行更大幅度的让利，才能快速扩展会员体系，有效整合客户资源，进而提升对供应链的把控能力、运营效率，并可以有效降低运营成本。

# 中储粮3000多台粮机装备驰援河南

据新华社北京6月1日电(记者 王立彬)中储粮紧急出动3000多台粮机装备驰援河南，做好夏粮收购，帮助粮农减损。

记者1日晚从中储粮集团获悉，目前河南出现大范围持续阴雨天气，导致一些地方麦田积水，影响小麦正常成熟收获。中储粮推出多项应对保障措施，帮助种粮农民减少损失并要求在已收割地区尽快开秤。

中储粮河南分公司将提供烘干设备和晾晒场地，目前已准备1000台输送机、1700台风机、400台清理筛等3000多台粮机装备，免费提供篷布、塑料布等工具，24小时开放115个库点约80万平方米晾晒场地，沈丘直属库日作业能力500吨、焦作直属库孟州分库日作业能力300吨的2台烘干设备完成设备调试；对前来烘干、晾晒、晒粮的农户免费提供装卸、食宿等服务，落实装卸人员1400人，实现高效烘干、高效晾晒；制定临时通风垛技术要点，每个垛可存放粮食500吨，高温天气时，通过大功率风机连续通风，3天可降低3个百分点水分。

中储粮河南分公司及下辖26家直属库抽调460名业务骨干，成立115个储粮技术服务小组和党员先锋队，深入田间地头 and 农户家中，帮助抢收晾晒，开展免费质检并通过通风、除杂等措施降低小麦水分，尽量减小质量劣变可能性，通过分类存放、分类销售，保粮减损。

当前，夏粮大面积开镰收割，中储粮集团要求相关地区分公司充分认识夏粮收购的特殊重要性和面临的新形势，加强领导、突出重点，严格规范执行最低收购价收购预案，高效开展中央储备粮轮换，加强入库粮食质量安全检验，扎实做好为农服务，加大监督检查力度，保质保量完成夏粮收购各项任务。

# 今年全国快递业务量已达500亿件

据新华社北京6月1日电(记者 戴小河)国家邮政局监测数据显示，截至5月31日，今年我国快递业务量已达500亿件，比2019年达到500亿件提前了155天，比2022年提前了27天。

国家邮政局表示，从39天破100亿件，到5个月破500亿件，快递业务量月均“百亿级”增长的背后，是中国经济活力的缩影与写照。今年以来，受扩大内需战略等利好政策的影响，邮政快递业在打通产销通道、贯通供需两端、连通线上线下、畅通内外循环等方面较好地发挥了保通保畅作用，逐步成为拉动国民经济增长、服务国家战略部署、保障经济社会稳定运行和满足人民美好生活向往的重要力量。

蓬勃发展的邮政快递业不仅激发了消费市场的繁荣活力，也激发了产业融合的新动能，为其他产业发展提供良好循环带来利好。在河北沧州，邮政管理部门指导快递企业把寄递服务融入产业链和供应链的前端，积极打造入厂物流、仓配一体化等模式，服务工艺玻璃制品的生产销售，年发货量超3000万件，助力工艺玻璃产品畅销国内并远销海外50多个国家和地区，支撑年产值达8亿元。

工信部：

# 推动六方面转型 加快工业绿色发展

据新华社广州6月1日电(记者 张辛欣 王浩明)工信部副部长辛国斌在1日于广州举行的2023工业绿色发展大会上说，要通过加快推进产业结构高端化、能源消费低碳化、资源利用循环化、生产过程清洁化等六方面转型，全面推进工业绿色发展，将工业绿色发展作为新型工业化的重点，打造绿色新动能。

会上发布的数据显示，2022年，我国高技术制造业、装备制造业占规模以上工业比重分别达到15.5%和31.8%。2012年至2022年规模以上工业单位增加值能耗累计下降超过36%。新能源汽车产销量连续8年保持全球第一，光伏产业链主要环节产量全球占比均超过70%。截至2023年4月底，国家层面共创绿色工厂3616家、绿色工业园区267家、绿色供应链管理企业403家。

辛国斌表示，下一步，工信部将加快推进产业结构高端化、能源消费低碳化、资源利用循环化、生产过程清洁化、产品供给绿色化、制造流程数字化，从这六方面的转型来加快工业绿色发展。他特别提出，坚决遏制“两高”项目盲目发展，大力提升钢铁、有色金属、建材等重点行业以及数据中心等重点领域能效水平，高质量发展光伏、风电等新能源产业，积极推广新能源汽车、绿色智能船舶，增强绿色低碳产品供给。

# 郑州既有住宅加装电梯惠及500多个小区

体量居全省首位

本报讯(记者 曹婷)位于金水区金明路21号的河南省教育厅家属院加装的15部电梯，随着近期全部建成投入使用，解决了困扰小区210户业主多年爬楼难题，赢得了小区业主的一致好评。

既有住宅加装电梯主要解决老年人和身体不便人员“上楼难”等问题。2018年底，郑州出台《郑州市人民政府关于既有住宅加装电梯工作的实施意见》。目前

这项惠民工程又取得了新进展。记者从市既有住宅加装电梯工作领导小组办公室了解到，截至今年5月底，市既有住宅已累计加装电梯864部，其中已建成电梯723部，另有141部电梯正在或即将施工，体量稳居全省首位。

“既有住宅加装电梯工作开展四年多来，惠及全市500多个老旧小区，864个楼栋单元10000余户家庭，提升了老

百姓的居住环境和生活品质。”市既有住宅加装电梯工作领导小组办公室相关负责人介绍，下一步，将继续坚持“能装尽装，愿装尽装”的原则，在广泛汲取社情民意的基础上，以新的加梯政策出台为契机，助力全市老旧小区加装电梯工作提速提质增效，提供全程服务与指导，优化联审联验流程，加速推进全市电梯加装工作。



## 我国海上首个百万吨级二氧化碳封存工程投用

6月1日，在距离深圳西南约200公里的恩平15-1原油钻采平台，油田开发伴生的二氧化碳被捕集、分离、加压至气液混合的超临界状态，回注至距平台3公里远、在海床约800米底下的“穹顶”式地质构造中，实现长期稳定封存。

我国海上首个百万吨级二氧化碳封存工程投用，每年封存量达30万吨，总计超150万吨，相当于植树近1400万棵，这标志着我国成功掌握海上二氧化碳捕集、处理、注入、封存和监测的全套技术和装备体系，实现了我国海上二氧化碳封存领域从无到有的重要突破。新华社记者 毛思倩 摄

# 世界金刚石产业大会将于9月在郑州举办

本报讯(记者 刘地 通讯员 李张聪)“国际郑”再迎国际盛会，5月31日，记者从“2023世界金刚石产业大会推介会暨先进加工技术交流会”上获悉，“2023世界金刚石产业大会”将于2023年9月20日至22日在郑州举办。

据介绍，“2023世界金刚石产业大会”以“汇聚产业链优势 共创金刚石未来”为主题，“立足中原、辐射中国、引领国际”，以“强产业、强合作、强品牌”为目标，除主旨报告会及分会场活动外，将同期举办第六届中国(郑州)国际磨料磨具磨削展览会、2023世界培育钻石展销会、2023世界培育钻石设计大赛(即“一展、一会、一赛”)，届时将集聚全球金刚石领域最具影响力的科学家、国家行业监管部门领导及企业家，围绕金刚石领域的技术前沿、产业趋势和热点问题发表演讲和进行高端对话。

作为大会“热身赛”，5月31日，带着“超硬”的产业实力和满满的诚意，郑州高新区管委会与郑州磨料磨具磨削研究所有限公司来到世界制造名城东莞，联合主办“2023世界金刚石产业大会推介会暨先进加工技术交流会”，向全球推介郑州市、郑州高新区在金刚石产业发展的实力，并就即将在郑举办的“2023世界金刚石产业大会”发出盛情邀约，吸引更多企业机构关注郑州、选择郑州、落户郑州，深化与郑州产业、技术、资本、资源等各方面合作。

# 为中国人民谋幸福

# 为中华民族谋复兴

中共郑州市委宣传部 郑州市文明办