

盒马关闭会员店 开始面对新对手

上海浦东的森兰商都，曾经是盒马X会员店的首店，承载着对标Costco的雄心。2025年8月31日，这家店贴出停业公告，标志着盒马会员店业态的彻底终结。消息一出，引发热议，不少消费者感叹曾经的“购物天堂”成为过去，而盒马的这一决定背后，却隐藏着一场零售江湖的博弈。故事要从三年前说起。小张是盒马X会员店的忠实顾客，每周末都会驱车前往上海森兰店，采购大包装的进口零食和生鲜。会员店宽敞的货架、优惠的价格，让他觉得“比超市高级，比批发市场划算”。

然而，2025年初，他发现店内顾客渐渐稀少，货架上新品更新缓慢，甚至连他最爱的澳洲牛肉都常常缺货。疑惑间，他从店员口中得知，盒马正逐步收缩会员店业务，北京、苏州、南京的门店已陆续关闭。盒马的会员店战略始于2020年，彼时正值新零售热潮，盒马希望通过会员制仓储模式，分一杯Costco和山姆的羹。首店开业时，场面火爆，会员卡销售火热，消费者被大份量商品和独家优惠吸引。然而，好景不长。消费者小李吐槽：“会员店东西是多，但很多商品和盒马鲜生重叠，价格优势也不明显。”

加上会员费门槛和门店选址偏远，不少人渐渐转向更便捷的盒马鲜生或社区NB店。与此同时，盒马内部也在经历变革。2024年，公司实现盈利，高层提出聚焦核心业态的战略。知情人士透露，会员店业务虽然初期吸睛，但在供应链效率和用户需求匹配上，始终难以突破。山姆和Costco凭借全球采购能力和品牌效应，牢牢占据高端会员制市场，而盒马的会员店却在“高不成低不就”的尴尬境地。内部数据显示，会员店的客单价虽高，但复购率远低于预期，运营成本却居高不下。

更棘手的，是新对手的崛起。除了山姆、Costco这些老牌玩家，近年来，叮咚买菜、京东到家等生鲜电商迅速扩张，社区团购和折扣零售也蚕食着市场份额。盒马管理层意识到，与其在会员店赛道苦苦支撑，不如集中资源强化鲜生和NB业态，贴近消费者日常生活需求。于是，从2025年初开始，盒马陆续关闭上海高青店、大场店、东虹桥店等会员店，北京世界之花店、苏州相城店、南京燕子矶店也在7月底停业，最后的森兰店也难逃关门命运。

消费者对此反应不一。小张在网上发帖，表达不舍：“会员店虽然远，但那种大采购的满足感没法替代。”但更多人表示理解，网友小王评论：“盒马鲜生离家近，买菜方便，会员店对我来说可有可无。”黑子网用户热议中，有人爆料称盒马正计划在全国新开百家鲜生门店，目标直指下沉市场，试图通过规模效应对抗新对手。盒马官方回应称，关闭会员店是主动调整，旨在优化资源配置。会员卡用户可选择退费，或在鲜生和NB门店继续使用权益。业内专家分析，盒马此举反映了新零售进入整合期，企业更注重供应链数字化和生态协同，而非盲目扩张单一业态。

未来，盒马将如何在山姆、Costco的夹击下，凭借鲜生和NB业态突围，成为行业关注的焦点。这场会员店的谢幕，不仅是盒马战略的转向，也是新零售赛道竞争加剧的缩影。在消费者需求日益多元的今天，盒马的选择或许是壮士断腕，但能否借此翻盘，仍需时间检验。

原文链接：<https://hz.one/baijia/盒马会员店-2508.html>

PDF链接：<https://hz.one/pdf/盒马关闭会员店 开始面对新对手.pdf>

官方网站：<https://hz.one/>