

# 深圳商超仓储配送 冷库仓储 仓储物流

产品名称	深圳商超仓储配送 冷库仓储 仓储物流
公司名称	踏信冷链物流（深圳）有限公司
价格	.00/件
规格参数	公司:踏信冷链 地址:深圳龙岗平湖 温区:冷冻 冷藏 恒温
公司地址	深圳市龙岗区平湖街道平湖社区平安大道1号乾龙物流园1栋103
联系电话	15986619992 15986619992

## 产品详情

2019年8月，Costco内地首店亮相上海闵行，火爆异常：开业不到3小时，便因\*\*爆棚门店而被迫停业。事后Costco股价2天狂涨560亿人民币，且3天内会员注册人数超过10万，37天吸引会员数多达30万，\*新了Costco成立35年的记录。

就像黑夜中的\*\*\*，Costco的开门红点亮了仓储会员店的赛道，警到光明前景的先行者们跟进并尝到了甜头：

2020年10月1日，第一家盒马X会员店开业，开业仅两个月便宣告盈利。

连沉寂多年的山姆也加速开店。截至22年年底，山姆已在全国25个城市开设了42家门店，近两年的开店速度是过往23年复合增速的5倍不止。母公司沃尔玛也在其2021财年财报中特别提及，山姆会员商店销售强劲带动中国业务，双位数增长抵消了大卖场的疲软销售。

就像滚雪球，业绩的正向反馈带来了更多的入局和扩张。据媒体不完全统计，截至2022年底，仓储会员店赛道上的玩家至少有11家，其中，2021年至2022年3月底，新开仓储会员店超过100个。

另一个版本是，中国仓储会员店的第一波“开店潮”发生在1996年，引爆者是山姆。

1996年8月12日，山姆在深圳开了中国第一家仓储会员店，开业头3天，营业额超过250万元，创下了深圳当时的零售记录。随后，万客隆、麦德龙、普尔斯马特等纷纷抢滩中国市场。

这波热浪后来因为“水土不服”而匆匆“退潮”。有分析指出，在国外，会员制是人均国民生产总值达到1万美元后产生的，目标消费群体是有房有车有娃且工作忙碌的中产阶级，他们通常会驱车到店，一次性购入能满足家庭一段时间内使用需求的足量商品。

因此，收入水平、以家庭为单位的消费需求、私家车保有量等是刚需条件，但在彼时的中国并不具备，

就像没有土壤的种子，先行者们的结局无外乎关店或转型大卖场，只有山姆活了下来，但也进入了休眠期，从1996年到2019年的23年间，仅开了26家店。

转折点发生在2019年。2019年底，中国人均GDP达到1万美元，私家车保有量冲破2亿辆，加上2016年全面放开的二胎政策相关影响开始显现，2019年，二孩占出生人口比例高达57%，家庭消费需求被进一步激发。而2019年也正是第一个故事——以Costco为代表的仓储会员店爆红中国的那年。

会员费是核心收入，商品是核心手段。作为仓储会员店的样板，Costco标榜“不靠商品，靠会员”。这一点要成立，有个关键：会员费在净利润中应保持\*\*的高位占比。这就要求商品销售毛利率要足够低，低到能让消费者看到明明白白的实惠、提前掏了会员费，但又能覆盖住营运成本。

这个逻辑也可以从Costco历年财报得到印证。

据公开资料显示：

2018年及以前，Costco会员费收入不仅贡献了全部净利润，还覆盖了一些其他费用，2018年后，这个占比虽有所下降，但仍为其核心构成：2020年为88%，2021年为77%。

与此同时，毛利率水平\*\*\*\*。国内超市的毛利率水平（主要A股上市的超市毛利率平均值）基本在20%以上，沃尔玛超市的毛利率则高达24%-25%，而Costco的毛利率常年保持在11%左右。