

美国好事多，超市被玩坏了，只用了7天，上海人就把美国超市巨头玩坏了。8月27日好事多，大陆地区第1家门店在上海闵行开业，媒体业界欢呼，好事多取得巨大成功，他们也因此宣布很快要在大陆开第2家店，可是谁曾想到仅仅7天好吃多就有点措手不及，瑟瑟发抖。

好事多，最大的特点就是花钱办会员卡才能进去购物。为了开拓市场，开业前会费是199，开业后涨至299，不过就在前两天一波打折商品已悄悄涨价，结果办理推卡的人又排起了，长队工作人员从早上一直忙到下午2点都还没有吃上一口饭，原因很简单，大部分是为了薅羊毛去的。据说有人就把握住了好10多的茅台商机，全家出动，抢到12瓶茅台，五粮液转手卖给黄牛出去，会员费半天赚1万块钱。

优惠的茅台酒明了也就到了退会员卡的时候了，用网络化的说法，就是后来羊毛9号，根据好吃多规则，在会员卡的有效期内有任何不满意，可随时退卡全额退费成功，不仅排队退卡，店内也出现了很多混乱场景，有人把非是吃的寿司吃了一大半，然后随意放在货架上，有人撕开包装袋，毫不掩饰地吃起食品，不光小孩吃大人也吃，类似不文明的购物行为还有非常多。

比如购物的商品不打算购买后随手一放，任由解冻的肉类产品在常温下解冻，衣服穿几天后腿剥一粒，一周对好吃多，在中国一周就被玩坏，但是被嘲笑的不应该只是好吃多，应该是那些仿佛在占小便宜中找到人生乐趣的人好士多！这样的结果是因为什么造成的！第一会员制模式是有门槛的，想要进入好事多，享受低价商品和优质服务，得缴纳会员费，隔绝了一部分购买需求较弱的消费者，因为低收入人群对于价格变动的敏感程度要显著高于高收入人群，其实把299元会员费直降199元满课，但却并没有真正展现出它标榜的优质，只是简单的把常见单价较高的商品降价销售，更像是用小眼有网捕鱼能赚的会员费都不放过。

第二好处，公司原定既往品质低下的原则，但实际上中国的低价并不缺，比如说会员你好，商品却很少，顾客喝完羊毛就不会再回头消费，低价促销固然是一种获客手段，但对于会员制商店而言，留存的质量比数量更重要。

作为成熟的企业，尤其是在当下的市场环境中，面对同行业的竞争角逐，依然按照老套路打低价牌，粗暴的进行低价驱逐，必然会对核心会员造成巨大影响。这不是会员制，而是指会员企业在不同地区发展也应该因地制宜，不能一味的秉持传统思维，而应该根据当地市场情况，酌情调整营销策略，改变创新，否则将会被市场洪流冲走，你认同吗？认同的点赞。