会员卡，几乎每个人手里都有几张，可能是属于某个商场、超市、餐厅、书店、电影院，或某个品牌。

从8月18日开始，典当行的会员卡也有了。今年，华夏典当行正式启动会员机制，首创典当行绝当品销售会员中心。这些服务类业种进驻商场，又相继推出会员卡，它们的初衷是什么，将给北京商业带来什么样的变化？

▶典当行越来越像“小百货商场”，而进驻商场则大大促进了消费者对典当行的了解。

本版采写/新京报记者 林文龙
本版图片均为资料图片

典当行“商业化”，开推会员制

知识讲座及鉴定类活动将是最特别的会员服务

典当行新推会员卡

从8月18日起，华夏典当行正式启动会员机制，到店顾客无论消费与否，均可办理会员卡，同步享受会员权益。在8月18日以前消费过的客户，可凭历史单据，即发票或者零售收款单，免费获取会员等级卡。

对于公司白领廖琳来说，这是个好消息。廖琳是个精细人，热衷于使用各种会员卡，因为它们既能打折，又有好的服务。令廖琳遗憾的是，她最想要的两张卡，典当行和米兰站的，却至今没有。

“典当行是淘货的好地方。”廖琳说，一般典当行都会出售“绝当”（不再赎回）的典当物品，如华夏、宝瑞通、阜昌等，经常去逛逛，有时会以超低价格买到心仪物品，往往比在网上或二手市场还便宜。

华夏典当行高级典当师邢宏宝介绍，由于典当行出售绝当物品的主要目的是回笼资金，利润率相比商场低很多。以玉石类产品为例，因为玉石类产品没有特别明显的定价标准，市场上的玉石类产品价格“水分”也较大，由于典当行在评估、收当过程中去除了价格“水分”，因此售价通常为商场折后的1/3到1/2。

华夏典当行会员机制主要针对的就是绝当品销售业务。

到典当行淘绝当品要经常去逛，或者多打电话及时了解绝当品信息。廖琳说，绝当物品一般数量少，且很少有相同款式，可能上柜后很快就卖掉了。“错过会很心痛，成为会员后，可以及时获得偏好绝当品的上柜信息，这是很诱人的。”

邢宏宝表示，典当行最特别的会员服务是知识讲座及鉴定类活动，这是其他商业很难复制的类型，专业的典当师是提供这类服务的基础。另一方面，专场或专柜销售活动，一般是指为会员提供更优惠或更稀缺的绝当品，仅有会员能买，这就能在一定程度上解决典当行稀缺绝当品不够卖的局面，对会员也是比较实在的优惠。

从实际情况来看，消费者对成为典当行会员的意向比较强烈。据初步统计，华夏典当行19家店面在4天时间里累计发展会员3000名以上。

带来更强的购物安全感

“除了便宜，放心是最重要的。”廖琳说，消费者到典当行淘绝当品有三大优势：

一是集中性强，由于绝当品包含的范围较广，到典当行购买绝当品的消费者可以同时看到不同类型的物品，相当于一个小型的“百货商场”；

二是品质保证，绝当品经过多个典当师的层层把关，几乎能完全杜绝假货的出现；

三是价格实惠，翡翠玉石、钻饰、彩色宝石等绝当品的价格至少比市场价便宜30%以上，黄金产品目前每克会便宜30元左右。

中国购物中心产业资讯中心主任郭增利认为，在目前市场上假冒伪劣品较多的情况下，典当行给消费者带来的安全感比一般的店还强，特别是针对有投资价值的商品，更有吸引力。

■ 比较

米兰站运营也主要靠会员制

与典当行绝当品销售开展会员制相类似的还有二手奢侈品零售店米兰站，在香港等地区，会员制也是米兰站最主要的运营模式。因为米兰站的货品来自全国各地，更换很快，甚至隔一天就会有新货出现。有些奢侈品包包，如爱马仕，会有一些稀有的限量版。“有些VIP或者熟客，提前预订，说想要什么样的包，我们在收货时会特别留意，也会去帮忙找。”米兰站中国区市场部经理Hansen介绍，二手奢侈品完全是现金收货，会员制可以更好地为客人服务，降低经营风险。

今年10月前后，全国面积最大的米兰站将在北京apm开业，这也将是一家会员制的旗舰店。

■ 观察

未来商场拼的是“服务类业种”

北京典当行业协会秘书长郝凤琴介绍，目前就是华夏典当行开了先河，其他的还没有。发展会员，无非是将客户绑定。作为一个经营性的企业，都需要有固定的客户群，并发展更加庞大的客户群，所以，典当行做会员，跟商场或其他品牌做会员是一样的。惟一的不同，就是从老百姓的传统观点来说，典当是很特殊的，要是以前，说谁被典当绑定了，那这个人社会上的声誉肯定太糟糕了。事实上，典当行在商业属性，即绝当品销售方面还有更大的潜力。华夏的会员，目前还仅限于绝当品销售这一块。今后，很有可能会针对典当业务也推出会员制。

但会员制这种营销模式能否长久，取决于典当行的服务和商品品质，也许是昙花一现，也许会被更多的典当行借鉴，但都取决于市场。

中国购物中心产业资讯中心主任郭增利说，像典当行、米兰站这样的服务类业种，总体来看，未来会是商场强化的一个重要方向。因为，商场已从过去追求商品为主，变成现在以提供服务类的业种为主，这也是跟其他商场形成差异化的一个重要方式。

今后，包括典当行在内的很多服务类业种，都会进入购物中心，2010年，华夏典当行就在金源燕莎MALL开设了第一家商场店，这也是北京首次将典当行开进商场。目前华夏典当行一共有19家店面，其中有10家属于商场店类型，入驻了金源新燕莎MALL、西单商场、龙德广场、华联商场、中坤广场等众多商场。

可以说，典当行在商场里就相当于一个特色店，“而与传统店面相比，商场店对典当行的客流带动作用非常明显。”华夏典当行董事长杨永说，商场本身客流量就大，只要有少部分人进来逛，就有助于他们了解绝当品的销售情况，就有可能使这些人群进一步转换为典当客户，从而推动典当业务的发展。可以说，典当行入驻商场的模式一方面使消费者能更方便地淘宝，又能促进企业的发展，真正做到了双赢。

华夏典当行推出的会员特价专柜。

责编 刘映 图编 高玮 美编 顾乐晓 责校 王心