

沃尔玛慌了，家乐福坐不住了！这家神一般的超市终于来中国了

沃尔玛慌了，家乐福坐不住了！这家神一般的超市终于来中国了

2018-01-03 [侃中国](#)



文化 | 历史

有深度 | 有思想 | 有节操.....

来源：互联网品牌官ID：szwanba

有一家神一样的超市：

公司每天思考的不是多赚钱，而是尽可能少赚钱！

收到最多的投诉是排队太久，老板要经常出来道歉！

退货从不问原因，吃过、穿过、用过的东西一个字，退！退！退！

这家叫做Costco的超市终于要杀到中国开业了！

9月8日，Costco官方确认：中国大陆第一家店即将在上海落地，并且其天猫旗舰店将会先一步开业。

消息一经曝出，沃尔玛坐不住了，家乐福坐不住了，大润发、华润万家通通坐不住了！这不是来了一头狼，而是来了一条贪食蛇！



1983年，第一家Costco在美国开业。

在30多年时间里突飞猛进，一跃成为全球排名第二的零售商，紧追沃尔玛。

成功的背后，是Costco十个奇（niu）葩（bi）的属性！

奇葩一：每天思考怎么少赚钱

全世界的老板都在追求毛利，只有Costco整天在想：如何少赚一点！今年毛利10%，明年能不能降到9.5%？后年9%就更好了！

Costco的毛利率低得你无法想象——平均只有10%，如果高于14%就要经过CEO批准。

这是什么概念，比如一件T恤10块钱进货，它只卖11块，11块！！还有比这更良心价的吗？

Costco有一个雷打不动的招牌套餐：热狗+汽水。这个套餐非常便宜，30多年来一直是1.5美元，卖出去了几十亿份。

事实上，国内小米的极致性价比就是在Costco这里偷学的！



奇葩二：随时、随地、随性地退货

绝大部分超市或专卖店退货是7天内。如果超过7天，对不起，您超时了，不退！

但在Costco，退货从不问原因、不限时间，只要你不满意，随时可以退换！甚至连吃一半的饼干，穿过的衣服，用过的电器，一言不合，退退退！

对于Costco来说，退货多并不糟糕。相反，它认为退货有利于产品质量的提高。因为被退货太多的供应商肯定会感觉压力山大，在以后会更注重品质。

奇葩三：畅销东西要藏起来

普通超市通常会把最畅销的商品放在最显眼的位置，我们进书店也是如此，畅销书永远摆在最好位置。

但这个奇葩的Costco却常常把热卖商品藏起来，摆在最不起眼的角落卖。

比如自有品牌KS坚果曾创造3天卖3吨的记录，非常火爆。但是Costco却把它放在非食品区的角落，非要转一圈才

能找到。



因为它很多商品特别是自有品牌的爆品尽管产能大，但是销量更大，一不小心就卖完了。所以它要捂起来卖，细水长流。

奇葩四：会员卡能当身份证用

如果登机、出国身份证忘记带了怎么办？

Costco告诉你：这都不是事儿！

Costco把会员的照片和姓名印在会员卡上，它跟北美政府部门合作，拿到了符合TSA允许乘客提供除了护照以外的其他证件来证明自己身份的许可。



所以它的会员卡无论是加拿大边境管理局还是美国海关，都是可以当身份证使用的。对于这个属性，很多国家的护照都自愧不如好吗！

奇葩五：怕顾客不占便宜而哭

我们逛普通超市，常常看到试吃的小样太寒酸啦！小杯、小块，都不够塞牙缝！

但是Costco规定，在它这里试吃的分量要够大，不怕客人吃。只要举办试吃活动，当天商品的销售额能大幅增长2到3倍。

很多吃货这里拿一点，那里拿一点，基本上一顿饭解决了！原来天下还真有免费的午餐！

奇葩六：超市竟然不是大而全

Costco活跃SKU只有3800，这相当于沃尔玛的十分之一。这意味着，在它家每个细分商品只有2、3种选择，只有具备“爆款”属性的商品才被允许上架。

比如它的微波炉只会选低、中、高档三款产品，牙膏也不过几种品牌。**这种做法的好处是单品备货规模极大，自然能从供应商那里争取更大议价空间。**

事实上Costco拿货价都远低于其他批发商，这样给到消费者的价格就更低了，同时也节约了他们的选择成本。

奇葩七：免费医疗，抢医院饭碗

Costco会员可以在它的医疗中心Costco's Hearing Aid Centers做免费检查，不收取任何清洁或后续预约费用。当然，目前只限于耳科。

Costco的医疗体系颇为健全，如果顾客的医疗保险不包括所有药品，那么就能在它那里买药，价格远低于市面价。

奇葩八：让家电装修工下岗

Costco有一条格言：走自己的路，让别人无路可走！

很多人喜欢在Costco买家电，可是买回来却不会装或具体并不知道怎么使用，怎么办？

遇到这种情况一般是打电话找电器公司，但对方愿不愿意来就是另外一回事了。

比如品牌官的同事最近就在某东买了几件大电器，电话催了几次、等了一个星期还是没人来装。无奈最后只能选择退货，太不省心了！

但Costco却可以提供免费的技术支持，帮顾客解决所有问题，让电器公司的装修雇员无事可做！

奇葩九：不只包养你，还包养车

Costco的业务范围非常广泛，比如它还有加油站，会员加油超便宜。又比如它还卖车，去年卖出46.5万辆汽车，贵为全美第二大汽车经销商。

为此Costco承诺，在它这里换轮胎，顾客可以终身享受免费打气和轮胎矫正的服务。这要在其他地方可没那么方便！

奇葩十：销售员的满意度竟直逼谷歌

在美国的员工满意度调查中，高居第2的不是苹果、不是脸书、不是英特尔。没错！就是——Costco，仅次于谷歌。

要知道零售公司的员工满意度可是非常难争取的，而Costco的员工待遇竟超过了很多硅谷的顶级公司。

Costco一个收银员时薪是20.89美元，这几乎是沃尔玛的2倍，普通超市员工的3倍。而且它88%的雇员都享受公司提供的健康保险。

Costco的员工离职率仅为5%，优待员工即优待顾客，让雇员有更高的积极性及幸福感，减少人员流失的同时也提升了企业的公众形象。这种形象是花钱做广告都买不来的！

就像海底捞一样，员工收入高，服务自然让顾客称赞，除了上个月的“老鼠门”事件。

因为服务首屈一指，Costco员工受到了奥巴马的赞扬。

打住！

写了这么长，Costco东西卖这么便宜，还提供这么多远超预期的服务，它怎么赚钱？

说了它十大“奇葩”服务后，那我们就再来说说Costco这个“心机boy”的赚钱模式吧！

事实上，做那么多服务，Costco的目的只有一个——引流，把路人甲乙丙丁全部引到会员体系里来。

享受它的极致服务，首先要成为会员，而成为会员，就得交一笔入会费。Costco的会费分两档：55美元/年和110美元/年。

千万不要小看这个几十到百来美元的会费，它全球可是有8000多万会员啊！并且还是一年一付！

在过去的一个季度中，Costco的营业额为282亿美元，全公司净利润为9.68亿美元，其中会员费收入就达6.44亿，贡献了67%。

因为Costco的变态服务，它会员续签率奇高——惊人的90%！也就是说平均10个会员中，第二年还有9个会续签！

在美国，电商的崛起同样让实体商家叫苦不迭，沃尔玛、梅西百货等品牌纷纷陷入关店潮。然而Costco却以独特的会员制+低毛利+我们上面列举的“奇葩”模式成功抵御了零售业的衰退，狠狠甩了电商一记耳光！

小米科技创始人雷军曾称Costco给他带来巨大震撼，盛赞它是全球零售业的“奇迹”。

它用这种方式把美国人的线下购物变成了一种信仰。也许雷布斯有一句话说中了：“进了Costco，不用挑、不用看价钱，只要闭上眼睛买，这是一种信仰！”



扫描二维码

关注更多精彩