

好多巴多开门迎客 中国版Costco“花开”长沙

8月2日,美国零售连锁企业Costco(好市多),联合创始人兼董事长杰弗里·布罗特曼于美国当地时间8月1日去世,享年74岁。Costco,神一般存在的超市,全球第三的零售商,沃尔玛最恐惧的对手,巴菲特、查理·芒格都是他的粉丝。

布罗特曼的去世, Costco模式再次引起热议。Costco什么时候进入中国?中国有自己的Costco吗?

Costco进入中国一直没有下文,但中国有一个被业界称为“O2O中国版 Costco——好多巴多”。“我们要打造具有O2O特色的Costco。”好多巴多执行董事曾文瑞表示。

目前,好多巴多线下生活馆已经在长沙开门营业。



精选商品,理念和Costco相仿

“这个毛巾,好柔软,好舒服”,“从来没有用过这么丝滑的纸巾”,“这个早餐机太方便了”,“上次那款衣服小码的还有吗?”每一个到好多巴多线下生活馆的会员,都会被这里商品打动。

“这里完全颠覆你对商超的印象。”正在选购商品的吴先生告诉记者,他正在考虑开一家生活馆。

记者注意到,好多巴多生活馆布置和装修简约、整洁,购物生活化、场景化,让人耳目一新。这里每件商品,消费者都可以体验。“我们的商品性价比都很高,一般体验了的消费者,都很有意愿办理会员,购买商品。”生活馆负责人董香梅表示。

曾文瑞表示,“现阶段好多巴多的首要任务是踏踏实实做好商品。在好多巴多商品挑选过程中,已经剔除了90%的选项,每个类目优中选优,最终为会员甄选优品。”

“拿一张纸选品来说。我们先后对21个厂家从生产车间、工艺、资质、信誉度、抽样检测等10个环节进行了考察,并安排多名试用人员从价格、舒适度、手感、吸收等10多项内容填写试用体验表,再从其中挑选出最受欢迎的产品上线销售。”

好多巴多这一理念和Costco非常相似。Costco巨大的成功来自它独特的理念:精选商品,服务会员。Costco每个品类只精选2~3个品牌,保证这些品牌是所有产品里面最好的。

过去10年, Costco依靠商品的高性价比,吸引了大量会员,市值逆市上涨了1.7倍。数据显示, Costco个人会员每年会费60美元,精英会员每年120美元。Costco公司的盈利70%以上源于会员费。2016年Costco北美会员续费率90%,全球平均会员续费率88%。仅凭口碑营销,会员保持每年7%-8%的稳定增长。

合理定价,线上线下渠道有优势

长沙青山小学老师易杰正在着手准备大学同学毕业10周年聚会。作为组织者,他为礼品和酒水伤透了脑筋。

听同学说,好多巴多平台性价比高。经过各平台的一番对比,好多巴多确实便宜不少。为了更放心,7月31日一早,易杰跑到了好多巴多生活馆去体验要选购的商品。最后,他买了6件红酒、10瓶竹酒,40盒茶叶。

“同样的质量,在这里我的预算节约了6000多元。”易杰很满意。

好多巴多就是通过和制造商直连,剔除品牌溢价和中间商环节,在保证商品质量的同时,降低销售价格。

说他是中国版的Costco一点也不为过。众所周知, Costco商品销售的平均毛利率不及沃尔玛、家乐福等超市的一半,规定每款商品的加价率最高不允许超过10%,超过这个数值就需要公司高层领导

的特批,使得其商品价格相当具有竞争力。

Costco反其道而行之的诀窍在于降低一切可以降低的成本,例如不必要的装修、减少广告宣传,直接与厂商洽谈等等。

对于零售行业来说,在保证最佳商品质量的同时,把价格降到最低是Costco成功的另一个关键。

“好多巴多售价遵循‘成本价+合理利润+邮费’原则,销售的产品平均低于其他渠道10%-20%,部分产品可以低至50%。”曾文瑞表示,我们不依靠销售商品赚取利润,把控好每个环节,把商品的性价比最大化,给会员提供极致的服务,像Costco一样,后期服务费可以支持平台的利润。

业内人士表示,好多巴多是一家独特的电商平台,通过线下体验,线上下单,从它身上,看到了O2O中国版Costco的身影。

超标准售后,闭着眼睛购物

同样是商品质量好,同样的价格合理,同样的服务到极致。但是,好多巴多和Costco,有着太多的不同。Costco成立、发展、壮大都是在实体时代,线下是优势。好多巴多成立互联网时代, O2O模式打通了线上线下,更符合当下的消费习惯。

“更多的不同在于会员的权利。”好多巴多总经理刘玲玲告诉记者,好多巴多会员权利属于当下分享经济时代,并且随着平台的壮大和社会的发展,会员的福利将逐步增加。

好多巴多会员不仅能购买平台产品,还能获取推荐会员的奖励。Costco个人会员只能享有购买商品的权利。

“好多巴多交会费的同时,平台还会赠送价值超会费的礼包。”刘玲玲告诉记者,会费是好多巴多与会员之间的一种承诺。会员的建议记录在案,并及时解决。这些资料还用来指导制定销售策略。

7月20日,好多巴多售出的“麦饭石不粘锅套装”,存在质量隐患。好多巴多经过抽检发现问题后,第一时间全部召回,并对消费者进行了先行赔付。

“目前电商行业最大的痛点,就是网购选择难、信任难、售后难,好多巴多就是要解决这一难题,希望能够重塑电商新标准,产品质量高、价格平。”曾文瑞表示,通过线下生活馆体验,让消费者真正摸得着,看得见,采用15天无理由退货,和产品售后先行赔付政策,让消费者可以闭着眼睛放心购买。

“虽然我们是一个新平台,但我们真心希望和大家一起去构建一个消费信任的时代。”曾文瑞坦言。

■记者 杨刚

