



# 五个策略， 能否让Costco在中国活下来？

馮氏集團利豐研究中心

2019年8月27日，Costco（中文译名开市客）在上海闵行迈出了自己在中国线下零售市场的第一步。这份报告介绍Costco在中国的主要战略，并分析它在中国市场面对的机遇和挑战。

此次Costco强势入华会采用什么更入乡随俗的策略呢？

## Costco的五个“中国策略”



## 利丰研究中心对Costco进行的SWOT（强弱危机）分析

优势	劣势
<ul style="list-style-type: none"><li>• 品牌知名度高，声誉良好</li><li>• 天猫国际和天猫官方旗舰店运营成熟，拥有大量客户消费信息进行大数据分析</li><li>• 进口产品占比高，产品性价比高</li><li>• 精选产品折扣高</li><li>• 自有品牌Kirkland Signature知名度高</li><li>• 全球最低会费</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 线下店位置离市区较远，造访不便</li><li>• 仍未实现O2O策略</li><li>• 本地化的供应链步履维艰</li></ul>
机遇	挑战
<ul style="list-style-type: none"><li>• 会员制超市的潜力巨大</li><li>• 如果将来在更多城市开设分店，可以产生协同效应并提高效率</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 中国消费者并未形成批量购买的消费习惯</li><li>• 如果其他零售商涉足会员制超市，将加速行业竞争</li><li>• 如果竞争对手提供更低的价格，Costco可能很难留住会员</li><li>• 中美贸易战可能影响Costco的利润</li></ul>

## 联系我们

### 亚洲分销与零售

林诗慧

副总裁

电邮: [teresalam@fung1937.com](mailto:teresalam@fung1937.com)

李晓怡

高级研究经理

电邮: [christyli@fung1937.com](mailto:christyli@fung1937.com)

### 冯氏集团利丰研究中心

香港 九龙 长沙湾道888号

利丰大厦 10楼

电话: (852) 2300 2470

传真: (852) 2635 1598

电邮: [fbicgroup@fung1937.com](mailto:fbicgroup@fung1937.com)

<http://www.fbicgroup.com/>

亚洲分销与零售



©版权 2019 冯氏集团利丰研究中心版权所有。

冯氏集团利丰研究中心致力于提供准确而可靠的资料，但并不保证本出版物的内容绝对无误。倘其中有任何错误之处，本中心恕不负责。

本出版物也并非旨在涵盖所有内容。对文中的信息是否准确或完整本中心不作任何明示或暗示的承诺或保证。冯氏集团利丰研究中心不会对任何个人或单位因阅读了本出版物采取某项行动或未采取某项行动的后果承担任何责任。如欲征求具体建议或希望获取文中所提及事宜的更多信息，请与您在冯氏集团利丰研究中心的联络人或文中所示的联络人联络。