

微三云新零售：新零售的包围圈里延续神奇 Costco模式的启示

产品名称	微三云新零售：新零售的包围圈里延续神奇 Costco模式的启示
公司名称	深圳市微二云信息技术有限公司
价格	12800.00/套
规格参数	SAAS账号:12800元 源码:38000元 源码+定制:面议
公司地址	广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

微三云新零售：新零售的包围圈里延续神奇 Costco模式的启示在哪？

如果要问，最近几天的零售市场哪里最火爆？或许，不是拼命加持新零售概念的电商巨头，而是来自[美国](#)的Costco。

这家主打仓储会员制的超市巨头从开业的第一天开始便感受到了[中国](#)市场强大的市场潜能。虽然有保安的围堵，但是，依然没有堵住[上海](#)大妈们的消费热情，他们冲破保安的围追堵截，义无反顾地加入到了哄抢的大军当中。

于是，网络上开始出现顾客们在Costco为了一块肉而疯抢的画面，顾客们和保安们推搡的画面，如果不是后来有人提醒，我还以为这是人们在抢一块业已涨价的猪肉呢。

虽然已经对超市内疯抢的画面已经司空见惯，但是，Costco内这种哄抢的画面，我还是第一次见。说实话，我看到这些视频的时候，内心是颤抖的。

我在想，究竟Costco有多大的优惠力度会让人们如此疯狂？后来才知道这种疯狂的抢购场面原来和Costco的打折有很大的关系。有关消息称，Costco开业当天食品类的商品价格低于市场价格的10%至20%，百货商品价格更是低于市场价格的30%到60%。

面对如此强大的折扣力度，Costco开业当天不发生疯抢的场面才不正常呢。

可能是由于在中国首家门店的火爆表现，所以，Costco当天的股价应声上涨，报收于292.38美元，总市值

达到1286.44美元。

火爆异常，Costco模式打开零售新天窗

虽然我们不知道Costco在未来的表现如何，但是，透过它在开业当天的表现，我们似乎可以找到零售行业的某些底层脉络，从而可以为我们当前拼命加持的新零售找到某些发展方向。

价格是万能解药，新零售依然跳不出价格陷阱

。正如前面所说，Costco开业当天之所以会引发人们的疯抢，其中一个很重要的原因在于它在当天的价格非常实惠，很多商品的价格都是在低于市场价销售。

价格依然是引发人们哄抢的关键因素之一。

虽然零售行业的发展已经进入到了新零售时代，虽然线上购物已经成为人们消费的主流，但是，如果我们能够给顾客足够的价格优惠，他们依然会抛弃线上购物，转投线下实体商超购物。

回顾电商行业战胜线下实体店的发展历程，价格同样扮演着非常重要的角色。因此，在我们不断提倡新零售的时候，依然需要对价格保持足够的关注，消费者对价格始终敏感，我们不能因为有了新概念光环的加持就放弃了对价格的追求，价格始终都是万能解药。

对于新零售来讲，如果我们能够在提升用户体验和商品质量的基础上，继续保持低价，或许我们可以在新零售市场迅速取胜，成为新零售市场上的Costco。

渠道和供应链

依然是零售的核心所在，低买高卖依然是零售的本质。何为零售？说的直接一些，零售只不过是买卖商品的行为而已。那么，零售商怎么赚钱呢？赚取商品差价无疑是一个非常直接的方式。

以尽可能地的价格获得商品，再以比进价高的价格将商品卖给顾客，这就是零售行业的盈利模式。至于赚得多少，很大程度上是由零售商的进货价格和卖出价格之间的差价以及顾客的多少来决定的。

在顾客数量有限抑或是顾客数量遭遇瓶颈的时候，如何改变零售商的进货价格和卖出价格成为决定零售商们赚得多少的关键所在。

在零售行业，进货渠道和供应链成为决定零售商可以获得多少商品差价的关键因素所在。对于新零售行业来讲，同样如此。

虽然我们加入了很多的新技术，如果这些新技术无法改变渠道和供应链，甚至一些渠道和供应链无法给新零售平台带来足够多的价格差的情况下，所谓的新零售与传统零售来讲其实并没有任何区别。

从这个角度来看，渠道和供应链依然是零售的核心所在，即使是新零售都不例外。我们只有用新技术来提升商品的价格差，才能让新零售与传统零售有优势，这个时候，我们再去提新零售，再去谈新零售改变传统的供应链和渠道才有意义。

Costco为什么会以如此多的折扣售卖商品？其中一个很重要的原因就在于它的渠道和供应链能够在如此低的价格下为它获得利润。

从这个角度来看，即使新零售的概念有很多，新零售的模式很有很多，如果缺少了渠道和供应链作为支撑的话，所谓的新零售只不过是一个虚假的概念而已。

新零售带来的线上和线下的融合充满想象空间。Costco在上海首家店开业带来的疯狂场面告诉我们，传统零售业并不是无路可走，而是没有找到真正可以与用户结合的完美结合点。这不禁让我们联想到了新

零售主打的线上和线下融合的商业模式。

按照新零售的逻辑，未来，线上和线下之间的鸿沟将会被逐渐消弭。经历了电商时代的发展之后，通过各式各样的线上购物节，我们已经见识了线上购物的魅力。

Costco的开业则让我们见识了线下实体商超本身具备的强大的潜能，只要能够给顾客足够多的吸引力，依然会有海量的用户愿意去线下购物。

对于主打线上和线下的融合和统一的新零售来讲，如果能够将线上火爆的购物节和线下火爆的实体店结合在一起的话，无疑可以引爆出更多的新能量。

当我们看惯了线上火爆的电商节和不断关门的线下实体店之后，Costco为我们展现的是另外一个不一样的线下实体店模式。对于试图将线上和线下打通的新零售来讲，无疑有了更多的想象空间。

所以，表面上看，我们看到的是Costco开业时的火爆，其实内在折射出来的是线下实体店本身所具备的强大的潜能。对于试图将线上和线下打通的新零售行业来讲，无疑比之前仅仅只是依赖线上发展模式具有了更多的想象空间。

Costco的火爆虽然仅仅只是开业当天的现象，但是，在这种比较具有个性的时间点，我们总是可以发现线下门店本身所具备的潜在优势。对于逐渐将新零售看成新发展风口的玩家们来讲，Costco为我们打开的是另外一个思考新零售的全新模式。透过Costco，我们或许可以窥探到有关新零售的更加深度的内涵和意义。

火爆难以持续，新零售与Costco模式结合的可能性几何？

既然Costco模式可以给新零售的发展提供如此多的借鉴，那么，是不是我们可以将Costco的模式应用到新零售领域里呢？在新零售落地陷入瓶颈的时候，我们是不是可以用Costco模式来寻找新零售落地的可能性呢？

Costco模式是否能够持续火爆尚有待观察，是否有复制价值尚有待于观察。不错，Costco开业首日是非常火爆，这种火爆场面给我们带来的并不只是视觉上的冲击，更多的是心灵上的震撼。但是，Costco这种火爆的状态是不是可以持续还是一个未知数。

如果我们仅就开业当天的“盛况”来判断Costco模式是否具备复制价值未免有些太过武断了，因为这毕竟是在一定的时间点为我们展示出来的非常规的情况。如果Costco能够在常规时间段内依然可以保持如此的生机和活力的话，我们几乎可以确定它有可以复制的可能性。

因此，从概率本身来看，Costco模式这种火爆的状态是小概率事件，并不具备真正意义上的可复制性。当Costco模式这种火爆的状态真正能够成为常规性的动作的时候，我们才能说这种模式有复制的可能性。从目前的这种情况来看，我们只能说Costco模式尚且存在观察空间。

Costco模式本身存在改造的空间，新零售可以弥补这种空缺。同其他线下的商超一样，Costco同样有被数字化的可能性。即使是在渠道和供应链方面，Costco同样存在优化和梳理的可能性。

从这个角度来看，我们可以在未来的发展过程当中找到新零售与Costco模式结合的某种可能性。只有通过数字化的手段将Costco的渠道和供应链模式再度进行升级和改造，它本身在价格将会具备更多的优势，从而可以真正将行业的发展带入到一个全新的阶段。

如果我们来寻找Costco模式与新零售结合的可能性的话，用新零售的方式对Costco模式进行数字化的改造或许是一个方向。

从新零售的数字化程度与Costco模式的数字化程度之间的差距，我们可以看出未来新零售与Costco模式结合的某些可能性。当新零售与Costco之间在数字化的问题上实现了某种平衡，我们才能说新零售时代来临，传统行业才算是完成了数字化的改造。

等到这个时候，我们看到的Costco在开业当天的火爆场面才不会仅仅只是一个时点性的现象，而是变成了一个非常普遍的存在。

Costco模式的火爆需要以新零售进行优化，两者存在结合的可能性。虽然Costco开业当天异常火爆，但是，顾客们在整个购物当中除了感受到了价格低之外，还有哪些比较好的体验呢？可以说是少之又少。虽然这种以打折促销为主的简单粗暴的营销方式非常有效，但是，从长远来看，并不是顾客真正追求的。

顾客真正追求的是什么呢？顾客真正追求的是不用挤破头，不用疯抢，依然可以享受到同样的折扣。

顾客的这个愿望是不是可以实现呢？当然可以。

如何实现呢？这就需要交给新零售来完成。无论是对于商品生产、供应等环节的改造，还是对用户购买体验的提升，其实，Costco这些痛点和难题都可以从新零售身上寻找到答案。

因此，从Costco模式依然存在的痛点和难题上，我们依然可以找到其与新零售结合的某种可能性。

从这个角度来看，Costco模式短期内虽然有一定优势，长期来看，它需要通过新零售让自己的这些优势能够持续，并且能够让用户能够在提升自身体验的情况下继续能够享受到类似的折扣和优惠。

Costco上海店的开业盛况让我们看到的是零售行业本身具备的强大的潜能以及传统零售和新零售之间的关系，在数字化浪潮愈演愈烈的今天，Costco的表现着实让我们眼前一亮。无论是对于传统零售，还是新零售来讲，Costco模式都有太多太多可以让我们借鉴的地方。

找到Costco模式与新零售结合的可能性，我们或许才能在未来的发展过程中取长补短，避免踩雷。

Costco会员制新零售系统源码开发、新零售商城APP小程序开发、拼购类社交电商、会员制社交电商、社区团购、内容电商APP社交电商系统源码、社区团购系统源码、莞云系统源码，云平台系统源码，微三云系统源码、莞云 & 云平台加盟代理，免编程电商APP平台制作、社交新零售商城开发、智慧新零售系统开发，找微三云！

东莞市商二信息科技有限公司旗下品牌微三云，创立于2014年，是高新技术企业、双软认证企业，经历5年深耕，从4个人发展到如今400多人，年软件系统销售额超过2个亿，服务企业30万多家。

公司专业提供微信小程序定制开发、抖音小程序开发、APP定制开发，目前已打造出微信商城分销系统、移动社交分销APP、线下多门店收银系统、城市O2O系统、跨境电商系统、社交电商系统、社区团购系统、挂售卖货系统、拼团系统、区/块/链系统、内容付费直播系统等。

公司产品功能应用创新，覆盖新零售解决方案、生鲜电商解决方案、新美业解决方案、同城解决方案、商家联盟解决方案、会员共享跨界盈利解决方案、百货商超解决方案、农村电商解决方案、智慧养老解决方案、智慧城市解决方案、跨境购物解决方案、服饰鞋帽解决方案、智慧停车解决方案、智慧货柜解决方案、无人零售解决方案、抖音小程序私域流量

解决方案，一物一码解决方案等。

我们的公司地址：广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层

电话：139-2926-6321 麦总监（微信同号，加好友了解最新模式解决方案和系统优惠政策）

关注公众号“紫弘智慧”或搜索微信号（zihong333）关注，了解更详细资料