

火爆的 Costco 和它的宁波伙伴

记者 严瑾

一瓶飞天茅台，1498元就可带回家；3斤烤鸡，只要37.9元；爱马仕、巴宝莉、香奈儿，比代购还便宜……

全球零售巨头Costco上海“首秀”，不仅赢得了爆棚的人气，更刷新了人们对“物美价廉”的认知。有商界大咖甚至直言，Costco是全球最值得学习的两个零售榜样之一，它真正“读懂了人性，抓住了零售的本质”。

东南商报记者了解到，作为一家全球“买家”，Costco的背后有着许多宁波企业忙碌的身影，同时宁波也是Costco上海店许多全球商品进境第一站。

那么，Costco的神奇能否在中国市场延续？它的下一站是否会选择宁波？



1. 火爆背后的宁波身影

“在Costco上海店开业前夕，我就跟店长说：明天你们肯定会被卖断货的。果不其然，开业当天因为破闸而来的客流，仅营业了半天就不得不提前叫停，连补货的车子都开不进去……”

在Costco火爆的背后，宁波正正电商的总经理姚正正，可谓是“幕后英雄”之一。

早在2014年Costco正式进入中国之际，正正电商就是它最早的服务商。同年，Costco在天猫开设了官方旗舰店，店内进口货物的一系列报关、报检、仓储、物流、售后……都离不开正正电商的助攻。

在姚正正看来，Costco上海店的首秀人气爆棚并非毫无征兆。据她了解，上海店在开业前一天的会员数就已达12.5万人，远远超过Costco海外782家门店任意一家的会员数。再加上天猫旗舰店上线5年积累的品牌认知，最终迎来了影响力的爆发。

有趣的是，线下人气的带动，也让Costco天猫店的热度水涨船高，粉丝数已突破35万。

“Costco做的是全球采购。在上海店出售的商品，有三分之二是进口货物，三分之一则是本地采购。在这批进口货物中，有一部分正是从宁波保税区完成清关，再调配至上海的仓库和门店。”姚正正说。

去年跨境电商进口总额位居全国第一的宁波，已成为许多全球商品进境的第一站，对Costco也不例外。而作为出口大市，“宁波制造”的足迹，早在十余年前就已遍及Costco的全球门店。

东南商报记者了解到，与Costco有合作的宁波工贸企业并不少：有的通过中间商联系，有的是一级供应商代工厂，更有企业拿自主品牌与之对接。而几乎每家供应商都不约而同地提到：能被纳入Costco的全球供应链体系，是件引以为豪的事。

杨小卉是新零售跨境电商“浙江海购”的创始人，也是一位有着近20年从业经验的外贸人。算起来，她成为Costco的供应商已是整整十年：她的工厂为一家知名服装品牌做代工，而该品牌方，正是Costco的合作伙伴。

“Costco每年都会挑选几家全球供应商，在4-6月挨家挨户地做实地考察，确保符合他们的品质标准。曾经，Costco加拿大区域的相关负责人还来过我们工厂。”杨小卉说。



信任传承
相伴成长

