

Costco上海旗舰店外景



核心提示

美国商业巨头Costco(开市客)上海旗舰店8月27日开业,一时间门庭若市,很多货品遭消费者“抢购”,成为街头巷尾热议的话题。

在咱们许昌,对于零售标杆企业胖东来而言,这样的现象屡见不鲜。那么,二者的货品销售模式是否不同,服务理念有怎样的差异?近日,本报记者近距离探访Costco、胖东来,用镜头记录下不同的画面。大家不妨在对比中感受一下二者商业模式和商业文化的差异。

去过上海Costco 还是想逛胖东来

□ 记者 邓雷 王现科 牛志勇 文/图

8月27日,Costco上海旗舰店开业,众多消费者前往购物,甚至出现凌晨2时排队等待的现象。据报道,该店开业不久,注册会员数就突破10万名。9月6日晚,本报记者在上海参加会议时,在主办方的安排下走进该店进行体验。

购物印象

2.36米高的毛绒小熊、1.18米高的红酒杯、高高的儿童滑梯、堆成小山的轮胎……走进Costco上海旗舰店,好像进入大仓库。人们成箱地购买商品,仿佛在仓库里搬运东西。这家店位于上海市闵行区朱建路235号,占地14000平方米。这里很多东西成箱、成盒地售卖,很多人奔着每瓶1498元的飞天茅台而来,但其早已售罄。对于逛惯了一般零售店的人来说,在这里感受到的是“量大”,就连手推车都是“大号”的。

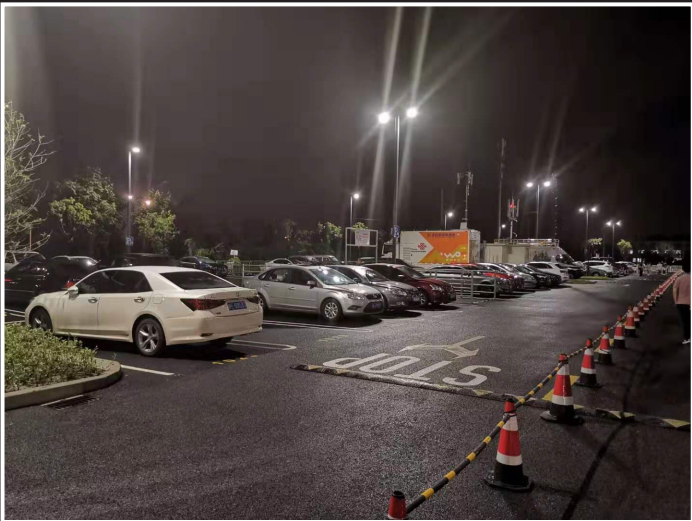
按照规定,Costco上海旗舰店实行会员制零售模式,只有会员才能进入购物。每名会员须交299元的年度会费。

而许昌胖东来每次开门营业前,都有大量市民在各个卖场外等候。店员一开门,人们就争相拥入购物。遇到节假日,商场内更是客流激增。

(下转4版)



胖东来时代广场外景



Costco上海旗舰店的室外停车场十分宽敞。

胖东来时代广场的停车场分地上地下两部分。



Costco上海旗舰店的服装卖场如同大仓库。

胖东来时代广场服装区域,服装品牌丰富、陈设有序。

