



# “好市多”进天猫为谁探路

本报记者 陈 静

## 商界

### 重构消费市场

徐 涵

好市多(Costco)来了。10月14日,这家美国第二大零售商宣布将在阿里巴巴旗下的天猫国际开设官方旗舰店,从食品和保健品等优势品类开始进入中国市场。

在全球拥有7200万会员的Costco好市多对中国市场的渴望显而易见,中国消费者旺盛的购买力和对海外品牌的热衷意味着巨大的市场机会。海外零售巨头借“线上”探路,其“底气”到底来自哪里?又将为国内消费者带来什么?它们直接在网上市开店,又是否会对“海淘”造成冲击?

根据海关总署发布的数据显示,截至2013年底个人跨境网购市场总量突破700亿元。来自市场研究机构中国电子商务研究中心的数据则显示,2018年中国跨境电商人数将达到3560万,消费规模将达到1万亿元人民币。

然而,在另一方面,沃尔玛、百思买等“洋品牌”零售商在国内遇到的尴尬还历历在目,本地化、运营成本、物流等诸多问题都让海外零售商在中国的线下市场开拓步履维艰。

Costco选择的是另外一条路,

Costco全球执行副总裁Jim Murphy表示:“Costco通过在天猫国际的官方旗舰店为中国消费者提供了线上直购通道。”实际上, Costco考虑在中国开设实体店已有15年,但一直没有下定决心,而和天猫国际的合作讨论只有5个月。

中国消费者对此颇为“买账”。天猫国际方面表示, Costco著名的科克兰坚果、鱼油和蔓越莓干纳入“双11”预售名单,截至10月20日,加上现货销售,光坚果已经卖出了20多吨。

#### “保税网购”的新模式

180粒一瓶的科克兰深海鱼油软胶囊,在Costco天猫国际官方旗舰店标价为89元人民币,而在淘宝上查询“美国代购”的这款产品,价格则在160元到180元之间, Costco的价格优势相当明显,毕竟科克兰是Costco最有竞争力的自有品牌,旗下诸多明星畅销产品多出于此。

价格优势还来自于天猫国际推出的“保税网购”的新模式。在海外商家开设的天猫店里,消费者可以选取直邮、保税模式和集货直邮三种模式。和传统海淘相比,“保税网购”属于跨境电商进口保税模式,海外商家可将商品储存在保税区仓库中,再直接使用国内快递递送给消费者,因此可将配送周期从原来的15天压缩至72小时以内,海关则只对这些商品征收行邮税。天猫国际有关负责人表示,考虑到运输费用,即使加上行邮税,在天猫国际上售卖的标准化商品和“海淘”相比,依然有价格优势。

对于消费者来讲,保税模式意味着成本降低和体验提升。所谓体验提升,一是传统的“海淘”代购质量参

差不齐,“以假乱真”的报道不绝于耳。二是和“海淘”依靠转运公司,消费者难以掌握进程的状况相比,通过菜鸟网络提供的物流统筹支持,消费者可以查验物流去处、时间,并预计到达时间。

而对于商家来讲,“保税模式”也使进口商品进入中国的路径简单了许多。以往的一般贸易模式进口需要通过商检和报关,而且所有的商品都要贴上中文标示,而在国内销售也势必要建立专门的仓库并搭建供应链,但现在一切都只需要租用保税仓库并以邮件方式寄出。

从目前来看, Costco天猫国际官方旗舰店中售卖的基本都是食品和保健品,天猫国际有关负责人表示, Costco主要考虑的是,食品、保健品涉及保质期、食品安全标准,中国消费者在该类进口商品选择上最看中正品、安全、新鲜。这也正好击中了“海淘”的软肋。Costco方面还表示,在跑通、理顺整条中国消费者跨境购买通路后,还将把品类逐渐拓展到包括生鲜在内的更多优势品类。

作为菜君的联合创始人,任牧和伙伴们相信,这些数量庞大的北漂、上班族们有一个共同的需求——能吃上一顿温暖的晚餐。这就是“青年菜君”诞生的由来。

面对记者,他自称“像复读机一样”再次讲述了创业故事:2013年9月的一天,他正陪新婚妻子逛街,忽然收到同为2004年人民大学校友陈文的一封信,名为“创意草案”:希望开一家半成品净菜店,解决上班族的晚餐问题。

看到创意,他们兴奋不已。作为上班族,任牧也饱受吃饭问题困扰:街边、饭馆里吃,卫生堪忧;在家做,工作忙,没时间买菜、淘洗、切菜。“我们的痛苦,别人也一定有。为什么不做一个北漂、上班族的帮厨助手,提供能直接下锅的半成品净菜?”于是三人辞掉工作,成立了“青年菜君”。



#### “大数据”支撑的新玩法

Costco并非天猫国际迎来的第一家海外零售巨头。目前“驻扎”天猫国际的海外商家主要有三类:品牌商,像Costco这样的零售业商家和海外电商平台。天猫国际有关负责人表示,目前包括美国化妆品巨头安娜苏、日本最大药妆店Kenko、日本最大邮购平台nissen和澳大利亚的零售巨头Ansgo、美国最大在线钻石零售商blue Nile都已入驻天猫国际。“现在已有500多家商户入驻。”

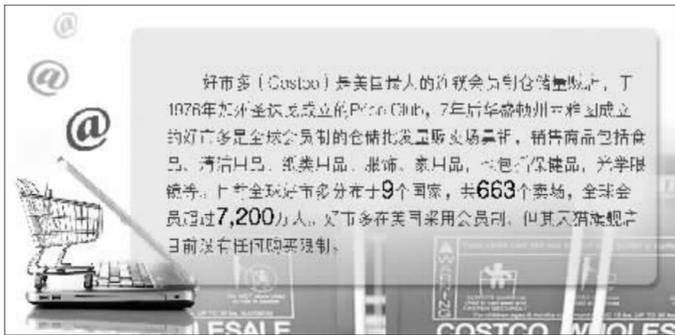
其实,保税模式已成为多数海外商家在中国市场展开电商销售的“捷径”,在天猫国际之前,亚马逊也在今年8月宣布落户上海自贸区,在自贸区内投资建立亚马逊中国国际贸易总部,“保税模式”也被当做最大的“卖点”。

但天猫国际方面表示,天猫为海外商家提供的服务并不只是一条销售渠道,还有基于整个阿里巴巴电商生态系统的数据库资源。“阿里巴巴的数据为天猫国际的选品销售带来巨大的支撑。比如Costco,他们之前并不知道什么样的消费者喜欢什么样的产品,根据阿里巴巴

以往的销售数据,我们认为包括鱼油、坚果和蔓越莓干等在内的三款商品可能成为爆款,所以他们选择了这三款大规模备货,未来我们甚至还能做大,为消费者制作消费模型,推送他们需要的、可能会感兴趣的品。”

数据资源之外,天猫国际能够向海外商家提供的,还有阿里巴巴旗下的诸多电商业态。阿里巴巴国际B2C事业部总经理吴倩表示:“天猫国际会逐渐帮助它们对接阿里巴巴集团旗下包括淘宝、天猫、聚划算在内的零售平台,在会员价值挖掘以及与之匹配的营销玩法上有更多尝试。”比如在去年的“双11”中,就将活跃着海外商家的身影,截至上周,已有超过20个国家的200多家国际商家确定参加“双11”。

未来的路怎么走?天猫国际有关负责人表示:“天猫国际下一步引进外国名店,首先主要集中在消费者非常迫切需要的品类上,比如食品、母婴、保健品、化妆品等,再逐步向更多领域拓展。”



# “青年菜君”温情到家

## 发现

这是一家生鲜领域的年轻企业,没有随波逐流给自己贴上“无公害”、“养生”的高端标签。他们所做的,就是用卫生、健康、便捷的食材,帮助人们做一顿暖心、暖胃的晚餐。这座城市已经足够忙碌,一张温情的网洒进了很多人的心里。这,也是服务业的一种魅力。

据新华社电(王晓磊 王晓洁)从“青年菜君”的办公室走到中央厨房,仅1000米路程里,任牧就接了四五个电话,都是来自各路熟人的道贺与调侃。他不得不握着电话,谦逊了一路。

朋友道贺事出有因。作为一家生鲜领域的年轻企业,“青年菜君”诞生7个月后就获得了千万A轮融资,其独特的模式——顾客网上下单、次日在地铁口自提半成品净菜,也广受各界关注。

#### 拯救北漂族的晚餐

任牧的上班地点在北京回龙观。会议室里有一扇大窗子,站在跟前,可以俯瞰巨大的回龙观社区。

在这里,数十万居民通过地铁枢纽,每天如潮汐般涌动。

作为菜君的联合创始人,任牧和伙伴们相信,这些数量庞大的北漂、上班族们有一个共同的需求——能吃上一顿温暖的晚餐。这就是“青年菜君”诞生的由来。

面对记者,他自称“像复读机一样”再次讲述了创业故事:2013年9月的一天,他正陪新婚妻子逛街,忽然收到同为2004年人民大学校友陈文的一封信,名为“创意草案”:希望开一家半成品净菜店,解决上班族的晚餐问题。

看到创意,他们兴奋不已。作为上班族,任牧也饱受吃饭问题困扰:街边、饭馆里吃,卫生堪忧;在家做,工作忙,没时间买菜、淘洗、切菜。“我们的痛苦,别人也一定有。为什么不做一个北漂、上班族的帮厨助手,提供能直接下锅的半成品净菜?”于是三人辞掉工作,成立了“青年菜君”。

#### 去繁就简确定商业模式

他们首先面临的,是行业的最大瓶颈:一是冷链配送,尤其是“最后一公里”的高昂宅配成本;二是巨大的损耗。

几经考虑,任牧和伙伴们确定了商业模式:根据用户提前一天的订单,进行采购、生产,减少损耗;同时在地铁站建立自提点,解决冷链宅配问题。

第一站选择在人流密集的回龙观地铁站。那些天里,他们频繁蹲在地铁站里数人头,论证着可行性。

生鲜领域竞争十分惨烈。任牧的选择是“降维攻击”——千万不要让企业太复杂,想法太多。别人宣扬食材“可追溯”“无公害”“养生”等高端概念,他便选择放弃。“我们做更简单、更紧迫的——卫生、健康、便捷,保证食材和顾客在超市买到的一样,并且更新鲜。”

他们和附近的永辉超市建立了战略合作关系。每天早晨7点,超市为菜君准备所需新鲜蔬菜,“青年菜君”每天提货,送到中央厨房。

他们还把大量精力花在一件事上——极力避免让顾客拎着菜挤公共交通。于是,除了地铁站,他们努力使最靠近社区的便利店变成提货点。为此,他们努力说服

那些便利店的经营者,教他们熟悉电子商务,即便对方是年长的大婶大叔。

#### “亲人围坐而吃的才是饭”

为了让菜品口感稳定,任牧和同伴反复试制,各种烧杯、天平摆满厨房,活像化学实验室。

一道红油笋丝,前后配比了多次,有一次一度初入口不错,几分钟后却发现口感发苦,原来是椒油多了;凉面则实验了12次,才发现过两遍凉水、一遍冰水,口感最佳。

实验室里,菜君的菜谱逐渐丰富,开发出了自己的私房凉面、蚝油三菇、上海烤麸红烧肉……一道青椒土豆丝不过8元,而荤菜也往往是十几元。

菜品再搭配上微信推文,更让人欲罢不能,例如“谁会不介意自己的生活品质,吃小摊、买盒饭、叫外卖,不代表我们不渴望晚餐本应该的样子”,“谁不渴望家的感觉。家不是旅馆,不是一张床。飘着油烟味的地方才是家,亲人围坐而吃的才是饭”。很快青年菜君回龙观地铁站日提货量达200个。

“青年菜君”表示,计划未来实体店在北京覆盖30个地铁站,超过700家社区便利店发展成自提点。

#### 戴森发布干手科技产品

本报讯 记者李景报道:近日,英国工程技术创新公司戴森正式面向中国市场推出了三款干手器。据悉,这三款最新的戴森干手器是目前唯一全面符合国家卫生基金会卫生准则P335的干手器,能满足干手空气经滤网过滤、干手空气无需加热、干手时间在15秒内、无用户接触自动启停等各项卫生要求。相较于一般干手器,戴森干手器的使用成本可以降低15%,并直接减少68%的碳排放量。在这三款新机型的推动下,戴森全球销售额日益上扬。戴森公司希望借此项技术和产品进一步加快在中国市场的发展步伐。

► 越来越多提升生活品位的时髦小家电进入我们视野,除了这样的干手器,还有除湿机、干衣机、面包机等。它们并非必备,却改写着生活。

#### 联想平板电脑全球销量攀升

本报讯 记者黄鑫、实习生余璐报道:联想集团日前发布YOGA家族最新产品,搭载微型投影机的四模式平板电脑YOGA平板2和全球最薄多模笔记本电脑YOGA3。目前联想平板电脑销量同比增长达67%,首次跃升为全球第三。联想集团董事长兼CEO杨元庆表示,新一代YOGA产品将在全球同步上市。据介绍,此次推出的平板电脑新品,仍将影音功能作为主打特色;独创悬挂模式,用户可将其挂在厨房墙壁挂钩上,或者飞机的座椅靠背上。YOGA3还配备了联想自主研发的智能软件系统。

► 让老产品开拓新市场,必须常变常新,瞄准年轻消费群体,让目标用户更清晰。