

中國Costco迫滿客 美作家讚嘆

客流量是美國兩倍 「根本感受不到經濟不景氣」



「在中國，我們無論任何時候去（Costco）都能看到很多很多人。」正在為會員制倉儲式超市開市客（Costco）創作新書的美國夫婦大衛·施瓦茨和蘇珊·施瓦茨7月在中國參觀了位於上海、蘇州的開市客發現，同等規模下中國門店日均客流量是美國的兩倍，根本感受不到經濟不景氣。開市客杭州新分店被「搶光擠爆」、美資的山姆會員商店成為深圳家庭周末的打卡必選，使得外資大型商超近年來不斷部署內地市場，「如今的消費者對國際化生活方式和一站式購物體驗有着快速攀升的需求。」開市客中國大陸區總經理章曙蘊表示。

大公報記者 俞晝·毛麗娟

大衛·施瓦茨表示，中國Costco單個門店日均客流量達到七千人，「從早到晚，從平日到周末，都是非常非常多人。」與美國形成鮮明對比。蘇珊·施瓦茨說，在店裏她還能看到各個年齡層的顧客，「中國消費者非常欣賞物美價廉的商品。」

新店開業20分鐘 愛馬仕手袋售罄

路口交通堵塞、進店排隊1小時……近日，位於杭州蕭山的開市客門店開業，半天內即被人潮「擠爆」。在杭州店的新聞發布會上，開市客亞洲區總裁張嗣漢表示，「杭州市場非常國際化，因為互聯網的崛起，年輕消費者不斷進入這座城市，源源不斷地帶來了新興消費活力。」

事實上，杭州消費者沒有「辜負」張嗣漢的期待。「最早的顧客7點就來等着了。」維持秩序的工作人員告訴記者，「為了防止人流量過大，最後決定提前40分鐘開門。」據了解，開門20分鐘後，三隻愛馬仕包包被接連拎走，只留下了空空蕩蕩的櫃檯。同樣瞬間被搶空的還有整箱裝的茅台酒，一箱6瓶售價19688.9元，單瓶價格3281元。工作人員還貼心地在每一款高端商品前，張貼了「立減」活動海報，動則幾百上千元的優惠，讓人們心甘情願地在收銀台排起了長龍。

水果生鮮受歡迎 「一車一車買」

這樣的「搶購」場景，幾乎在開市客落地的每一個內地城市都有上演。而對於比開市客更早進入內地市場的另一家美資會員制超市「山姆會員店」（Sam's Club）而言，「一起逛山姆」早已成為許多內地一線城市消費者日常生活重要的部分。在位於深圳前海的山姆會員店，每個顧客都推着一輛巨大的購物車。「工作日的晚上和周末時間是我們商超最忙的時候，大家都一車一車地買，我們好幾層的停車場都停滿了顧客的車。」前海山姆店工作人員表示。

一對帶着小朋友來買樂高玩具的夫妻告訴記者，「這裏種類很多，而且價格比外面的樂高專賣店更實惠。」在生鮮區，記者觀察到，顧客最喜歡購買整箱的水果、大包裝的牛羊肉、海鮮。顧客曾先生夫婦說，幾乎每周都要到山姆會員店採購食品和日用品，平均每次消費金額在500到1000元不等。「我們對奢侈品不感興趣，但這裏售賣的都是生活必需品，平時少不了，所以辦了會員卡來享受會員價。」

開市客中國大陸區總經理章曙蘊表示，「我們觀察到如今的消費者對國際化生活方式和一站式購物體驗有着快速攀升的需求。」着眼於此，近年來，外資大型商場不斷加速布局內地市場。明年一月與六月深圳和南京開市客將相繼開業。「依託強大的全球供應鏈網絡和商品力，開市客可以為內地消費者們嚴選來自世界各地的寶藏商品，在家門口買遍全球。」

山姆會員店提供現場試吃等多種貼心服務。



內地知名會員制超市品牌

盒馬、Fudi會員商店 本土品牌

山姆會員店、開市客、麥德龍PLUS 海外品牌



8月底，開市客杭州店開業首日，大批消費者提前在店外等候入場。

在位於深圳前海的山姆旗艦店，等候結賬的民眾排成人龍。



2025年中國料增逾7000萬中產家庭

快速增長

《2023 麥肯錫 (McKinsey&Company)

中國消費者報告》稱，2021年中國的中高收入及高收入消費群體已佔城鎮家庭消費55%的份額，且未來將持續快速增長。麥肯錫全球資深董事合夥人、亞洲區消費與零售諮詢業務負責人澤沛達（Daniel Zipser）介紹，預計到2025年，中國有望



一對夫妻在深圳山姆會員店給孩子買玩具。

再增加7100萬中產（中等收入）家庭。

按麥肯錫的定義，家庭年可支配收入8.5萬元至16萬元的屬於「中等收入家庭」。報告指出，日益富裕的中國消費者仍具較強韌性，在條件合適的情況下，消費者將繼續消費。報告表示，「消費降級並未發生，消費者只是在購買商品和選擇渠道時更加明智，尋找價格更具競爭力的渠道來購買想要的品牌，包括積極尋找折扣促銷、設法花更少的錢買更多的產品。」

華金證券首席宏觀及金融分析師秦泰指出，通過「增加居民收入」的方式擴大消費，是着力擴大內需的主要抓手，政府投資的帶動作用對「穩就業、穩收入」均有重要作用。「財富效應」的改善與否，取決於「活躍資本市場、提振投資者信心」的最新政策導向是否能見到市場期待的效果，建議貨幣總量政策工具發揮更大的逆周期調節作用。

消費顯著恢復 拓外企營商空間

專家解讀

儘管中國經濟的恢復是一個波浪式發展、曲折式前進的過程，但年初以來消費端的顯著恢復卻是不爭的事實。

瑞銀亞洲經濟研究主管及首席中國經濟學家汪濤觀察到，年初以來中國經濟的復甦並不平衡，從消費視角看，疫情後中國消費迎來明顯復甦。消費的進一步復甦仍主要依靠經濟正常化之後，勞動力市場和居民收入增長的逐步恢復，預計2023年全年中國GDP同比增速或達4.8%。

仲量聯行中國區研究部總監姚耀表示，今年以來中國消費市場總體需求逐步恢復，人氣回升帶動了消費結構性需求

的復甦，餐飲、旅遊、娛樂等接觸型和出行類消費恢復勢頭較好。同時，線下實體店零售持續恢復。上半年，限額以上實體店商品零售額同比增長5.1%。

有觀點認為，中國巨大的消費市場容量，較強的經濟韌性，以及快速釋放的內需潛力，為各國企業發展提供了空間，而中國不斷加速的對外開放步伐，和持續優化的營商環境，也為各類企業長期穩步在華發展創造了機遇。汪濤表示，在勞動力市場改善、收入前景小幅改觀以及「財富效應」等環境中，下半年中國整體消費料繼續復甦，「實際消費增速有望進一步恢復至6.1%」。



在開市客杭州店，大量商品堆滿購物車。

受訪者供圖 大公報記者倪巍晨

今年以來內地社會消費品零售總額

時間	社會消費品零售總額
1-2月	77067
3月	37855
4月	34910
5月	37803
6月	39951
7月	36761



大公報記者倪巍晨整理

外資商超 在華布局

山姆會員商店 (Sam's Club)

發源地：美國
 成立時間：1983年
 內地首店：深圳福田店
 開業時間：1996年
 分布省市：北京市、上海市、廣東（廣州、深圳、惠州、珠海）、江蘇（蘇州、常州、南京、南通、昆山、無錫）、浙江（杭州、寧波）、福建（廈門、福州）、天津市、重慶市、江西南昌、湖南長沙、遼寧大連、廣西南寧、湖北武漢、四川成都
 門店數量：37



開市客 (Costco)

發源地：美國
 成立時間：1976年
 內地首店：上海閔行店
 開業時間：2019年
 分布省市：上海市、江蘇蘇州、浙江（杭州、寧波）
 門店數量：5



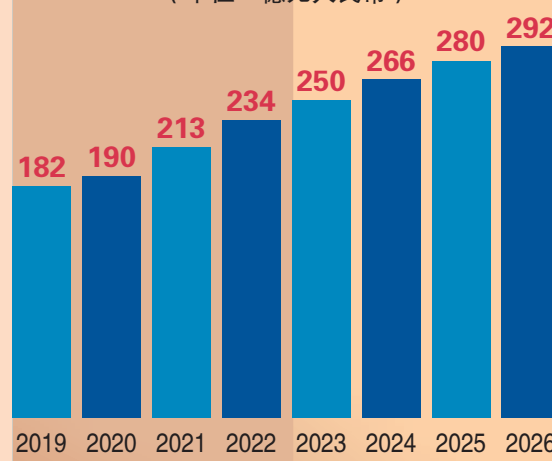
奧樂齊 (Aldi)

發源地：德國
 成立時間：1913年
 內地首店：上海靜安、閔行店
 開業時間：2019年
 分布省市：上海市
 門店數量：48



大公報整理

2019-2026年 中國零售市場規模統計



資料來源：中商情報網



掃一掃 有片睇

話你知 會員制超市

會員制超市是一種以購買會員資格為進場購物門檻的大型零售業態，最早起源於美國。超市在全球範圍內精選高性價比產品，通過大批量採購、經營自有品牌、倉儲銷售二合一的營業策略來壓縮成本，並通過會員費收入與產品差價實現盈利，主要特點為佔地面積大、貨品種類精、連鎖制經營。

服貿外企「回頭客」：對投資中國有信心

【大公報訊】據新華社報道：2023年中國國際服務貿易交易會於9月2日至6日舉辦。參展外企中既有「回頭客」，也有「頭回客」，他們深耕中國大市場的目標一致，都對投資中國有信心。

作為連續四年參展的服貿會「老朋友」，高通公司在展位上呈現了可以在安卓智能手機上運行的生成式AI大模型終端側演示。高通公司

中國區董事長孟樸說，「四年來持續參展、參會是對中國持續推進高水平對外開放的呼應，也表明了我們對中國市場發展前景的信心。」

在保護主義、單邊主義「抬頭」和全球經濟增長乏力之際，中國仍然堅持敞開市場大門，這是不少服貿會的「老朋友」「來了還想來」的原因。在連續三年參展的畢馬威和安永看來，中國市場潛力巨大，經濟長期向好基本

始終沒有改變，仍是跨公司全球投資的重要目的地。

中國國務院日前印發《關於進一步優化外商投資環境加大吸引外商投資力度的意見》，更加堅定了首次線下設展的雀巢公司在中國市場尋求高質量發展的決心。雀巢集團執行副總裁張西強表示，2020年以來，雀巢在中國投資超過14億元人民幣，未來有信心繼續在華投資。