

華南首家Costco開業首日逼爆

凌晨4點排隊為買得心頭好「草莓」系列搶手

港人北上購物又添新去處。華南首家Costco(又稱「開市客」)昨天在深圳龍華開業，上演了數萬人打蛇餅排長龍進店的「火爆」場面。茅台、鮑魚等高價限購商品，以及可愛的治愈系公仔「草莓熊」等熱門產品一開門即遭到哄搶。有人為買心頭好甚至凌晨4點就前往排隊，中號的「草莓熊」公仔在開業不到20分鐘就被搶購一空，截至記者離開時，貨架上標價為1,999元(人民幣，下同)的超大號「草莓熊」也所剩無幾。由於想進店的人太多，現場要實行人流管制，排隊最長超3小時。

◆香港文匯報記者
李薇、胡永愛 深圳報道



◆市民瘋搶草莓。



◆草莓熊成搶手貨。

▲Costco昨天在深圳龍華開業，上演了打蛇餅排長龍進店的「火爆」場面。
新華社

Costco與山姆的異同

同：都是會員制倉儲零售公司，顧客需購買會員才能享受其提供的優惠和服務。
異：山姆貨品多數由內地生產；Costco則多由日本、美國、歐洲進口。山姆的會員卡只可在內地使用，Costco的則在全球所有Costco使用。

會員價格

山姆：普通入會費為260元/年，卓越會員費為680元，可享受洗車、洗牙、積分當錢花等權益。
Costco：入會費原價為299元/年，用WeChat小程序開戶有100元優惠，但只有一種類型會員。

Costco與山姆部分招牌產品價格對比

	Costco	山姆
烤雞	39.8元	39.8元
瑞士卷	朗姆葡萄味&鴨屎香烏龍茶味：58.9元	原味&伯爵紅茶味：59.8元
羅馬奶油麵包	96.9元/7個	69.9元/6個
車厘子	5J：279.9元/2.5kg	4J：269元/2.5kg
玩偶	草莓熊 150x180cm：399.9元	奶龍公仔 66x52x100cm： 269元

註：均為原價，貨幣單位均為人民幣

雖然龍華Costco開業首日營業時間為8時30分，但在上午8點許，記者點開交通地圖看到，Costco附近交通已出現輕微擁堵。互聯網上亦有不少網友晒出自己的排隊圖，超市方的安保人員指在正式營業前，已有3,000多人排隊，現場需實行人流管控，分批進入。據深圳市龍華區工業和信息化局(商務局)商貿流通科科長聶細文介紹，截至當天上午10:30，約4,500人次進入超市，在外排隊等號的人次約3,500人。到11:00左右，已有安保人員拿出喇叭呼籲剛抵達的排隊人士返回，並指如果消費者執意等待，排隊時長或超過3小時。

現場直擊：茅台酒現秒空

抖音KOL「阿興在香港」是首批進入的博主，在直播中透露自己清晨5點許就來排隊，想搶購一份茅台酒。根據其直播現場顯示，當天銷售的是2022年份的茅台酒，以整箱售賣，價格為20,499元，屬於限量產品，「只售100份，排隊有點混亂，很多人吵起來了。」

除了茅台，記者還在現場看到多個國際奢侈品牌，如阿瑪尼服飾、歐米茄手錶、愛馬仕手提包等，另外還有鑽石、黃金等飾品，但並沒出現如茅台酒這樣的秒空現象。

令人意外的是，「草莓」系列產品，如水果草莓、草莓熊、草莓蛋糕等成為了開業首日的「香餡餅」。為了搶購109.9元的最大尺寸草莓，現場秩序一度失控。一大車的草莓在尚未抵達指定銷售區域，就被顧客「中途截劫」一空，「我等20多分鐘都搶不到一盒！」有不少顧客氣憤抱怨。而三種不同尺寸的「明星」草莓熊，幾乎每5輛購物車裏就會有1個，草莓熊的笑臉成為熙熙攘攘人群中的一大亮點，「那麼多人那麼擁擠容易讓人煩躁，但一看到草莓熊的笑臉，就感到溫暖和治愈。」市民胡小姐笑稱。

港青指常與家人北上採購

還有草莓羅馬生乳蛋糕，7個售價96.9元，雖然並不便宜，但厚厚的忌廉加上漂亮的草莓裝飾，亦吸引了不少港人選購。「很滑很軟很好吃。」港青蔡友翔在買單以後迫不及待嘗試，對其口感給予充分肯定。但港青曾小妹則持不同看法，她指出同款蛋糕山姆6個僅售69.9元，「山姆的中間還有果醬，味道更豐富。」

「就整體來說，Costco的售價與山姆是持平的，但品類更多，很多我都没見過。」蔡友翔透露，自己是山姆的黑卡會員，經常會帶家人北上採購，未來也會考慮帶家人來Costco購物。「蛋糕、牛肉卷、飲料等都是平靚正的產品，也是我會採購的。就是這次人太多了我沒辦法一一細看。」蔡友翔希望下次人少的時候能更沉浸式購物。

港青KOL搶先進入： 直播超市真實盛況

◆港青KOL曾小妹在Costco開業第一天專門前往打卡。
李薇 攝

住在廣東清遠市的YouTuber港人博主曾小妹，為了來Costco探店，特意在深圳龍華區住宿一晚，方便翌日一早過來。她說，2023年一整年自己在YouTube上數據最好的一條視頻便是打卡深圳的山姆會員店，瀏覽人數達20萬次，「Costco和山姆一樣也是倉儲式會員店，我們推測它也會受到港人的歡迎，所以一定要趕在開業這天來探店。」

進入Costco，曾小妹便發現自己的決定非常正確，滿滿的人流中，不時遇到一群群結伴而行的港人推着購物車在仔細選購，「香港人來已經不稀奇了，我還遇到了很多從內地其他城市趕來的人，甚至一

個我的廈門的粉絲！」曾小妹一邊拍攝視頻，一邊被琳琅滿目的商品所吸引開始「買買買」，「來之前做了功課，去了解了最熱門、最招牌的商品，不過現場最新吸引我的，還是這些物美價廉、新鮮又好看的水果。」曾小妹選了一箱2.5千克的智利車厘子：「5J大小只要279元！看了下品質很好！」

Costco優勢是進口品類多

港人余小姐一直從事代購服務，在龍華Costco開業之前曾幫港人代購山姆。她透露，港人代購山姆多半集中在食品類，如速凍漢堡包、芝士蛋糕、意粉、方便麵等。「雖然食物Size好大，對香港人居住、儲存來說有考驗，但價格十分具備優勢。」

首日在參觀完Costco後，余小姐認為，其大部分食物與山姆相似，價格亦不分伯仲，但未來港人對Costco的代購需求可能會更集中在進口產品上。「山姆的東西多是國產的，Costco更多為日本、美國、歐洲進口的，Costco還有自有品牌科克蘭，這是它的優勢。」

深圳北站和福田口岸可乘免費巴

◆港人怎樣去？為滿足港人出行所需，深圳巴士集團為Costco會員店增設多條免費接駁路線。在限定時間內抵達深圳北站、福田口岸後，無需持證無需刷卡，在指定位置上車即可無限次免費往返。

據Costco現場的工作人員介紹，從1月12日起，共設有5條接駁車路線往返開市客。分別為開市客往返紅山地鐵站、深圳北站、龍盛地鐵站、龍岸花園和郭嚇村。其中「深圳北站」和「紅山站」為免費接

駁專線，港人在「深圳北站東廣場公交站」和「紅山地鐵站公交站」可免費搭乘。「目前暫定免費時長為10天，後續是否免費還需等通知，其餘專線也僅需2.5元人民幣。」工作人員指，這兩條免費接駁專線均為直達路線。

此外，此前已開設的龍華文旅專線A線也同步新增龍塘新村西(可到龍華Costco)和崗廈村兩個新站點。港人從福田口岸出關後，可在福田口岸交通總站搭乘。不過需注意的是，該專線的免費搭乘服務也僅到2月25日。

按需購物 理性消費是正道

◆微觀點
深圳Costco開業吸引不少深圳及香港市民前往「朝聖」，場面十分火爆。熱鬧背後，隨着近期大量港人北上山姆購物，一些期望落差亦開始浮現。Fb上一個在去年11月22日才建立的「山姆中伏分享Group」，截至昨晚已有4.7萬人加入。在群組內所見，大部分帖子都是投訴山姆貨品質量不如預期，例如食物的味道怪、部分已經變壞，電器質量有問題，化妝品貴過香港等等，有些帖子甚至懷疑自己買到假貨。

公道地說，山姆作為大牌正規公司，相信不會賣質量有問題的貨品。但香港與內地的品質檢測標準並非完全一樣，一些港人可能吃慣了「正宗來路貨」的味道，當遇到內地售賣的同樣品牌貨品，可能就不好吃了，簡單如家庭電器的插頭就完全不一樣，這是北上購物時需要留意的。此外，山姆零食的分量很大，不少買家亦指拆開後食不完，有浪費之嫌。

市場營銷學告訴我們，雖然價格是購買決策的一個重要因素，但優質的商品往往具有相對較高的價格。選擇有良好信譽的品牌，這些品牌通常注重產品質量和售後服務。最後，無論在香港還是深圳，購物時都應根據自己的實際需要而購買，沒必要因為低價而買一堆自己不需要的東西。

◆香港文匯報記者 蔡競文

看好內地消費市場 會員店熱度升溫

記者手記

近幾年，超市業態的疲軟有目共睹，虧損、倒閉不絕於耳，如在中國已22年的泰國知名商超品牌卜蜂蓮花，就因連續6年虧損而不得不退出中國市場。在零售行業整體頹廢的情形下，不少商超企業開始尋求出路。其中，會員店成為了企業奔馳的對象。沃爾瑪在中國不斷縮減零售門店的同時，大幅增加對會員店山姆的投入；大潤發母公司高鑫零

售去年4月開始布局在中國的會員店；Costco繼入駐杭州、上海、蘇州、寧波後，華南首店在深圳龍華落地；還有盒馬，目前在中國的倉儲式會員店已有10家。

會員店在內地的熱度持續不減，中國(深圳)綜合開發研究院企業與市場研究中心趙聖慧認為，隨着中國消費環境的提升，會員店已成為當前發展的重要形式，未來會成為零售特別是超市領域的業態形式之一。「中國是全球第二大消費市

場，人口基數決定了巨大的消費潛力。」趙聖慧指，當前中國的消費率偏低，大量的消費潛力沒有被釋放，「過去人們都偏好於儲蓄，但新生代對消費有了不同的觀念，比如透支消費、信用消費等。」消費觀念的改變，意味着中國的消費處於潛力釋放的重要階段，也是消費升級的重要關鍵時期。

趙聖慧認為，在這個關鍵時期，Costco來到深圳開業，意味着它看好整個深圳甚至整個中國未

來的市場前景。「深圳本身的消費需求非常龐大，但供給一直不足。尤其是大型的、有特色的購物中心。Costco的到來正好契合了深圳人的消費需求。」

大型有特色購物中心迎需求

而面對Costco的強勢來襲，山姆會員店也於近日推出了相關優惠活動。例如限時滿299元全國包郵的服務。有分析認為，全國包郵的做法是非常好的一種嘗試，在未來，會員店也需要搞全渠道，滿足到家需求。