

投稿類別：商業類

篇名：

消費好事多—討論 Costco 〈好市多〉 在臺灣的影響

作者：

黃若寧。私立金甌女子高級中學。資料處理科三年級壹班  
廖彥筑。私立金甌女子高級中學。資料處理科三年級壹班  
潘詩云。私立金甌女子高級中學。資料處理科三年級壹班

指導老師：

謝理薰 老師

## 壹●前言

### 一、 研究動機

現今社會中，臺灣所有的量販店都沒有會員制，只有 Costco 採會員制的方式經營，而大部分的人對於金錢的流向是非常斤斤計較，卻願意在 Costco 花費較高的金額，到底是什麼原因讓 Costco 的人潮不斷？

銷售的商品每樣產品都是採大量批發、進口，為何卻還是能夠吸引許多小家庭到此處購買？

Costco 主要是依靠會員費來營利，所以必須謹慎的控管開支，沒有利用媒體廣告、無公關部門，只靠口碑打廣告，簡單化的企業營運還有以量制價的經營方式，讓 Costco 販賣的商品更加便宜，每一樣的商品都是經過專業的篩選，挑出品質最好、價格最實惠的商品。

信用卡需要支付銷售費用給信用卡公司，所以 Costco 只和美國運通卡合作，商場佈置簡單、降低貨物的耗損率，做好良好的開支管理，再把商品成本壓的更低，讓會員能夠享受更廉價的價格，Costco 每次都會舉辦試吃活動，讓會員能先品嚐再決定是否要購買，食品也有保證，讓會員們消費的更安心。

### 二、 研究目的

(一) 我們想藉此論文從 Costco 商品特色、服務品質來探討 Costco 經營策略成功的要點。

### 三、 研究方法



## 貳●正文

### 一、公司簡介

Costco 全球分布超過 518 家的賣場，年營業額超過新台幣 1.4 兆元，給了 4500 萬的會員提供最優質的服務，毋庸置疑 Costco 已經從許多倉儲批發賣場中脫穎而出。全球第一家採會員制量販倉儲買場，目前在臺灣共有 9 家。(註 1)

### 二、經營策略

Costco 的經營策略和台灣大部分的賣場銷售方式不太相同，Costco 是採取大量販售所以和其他賣場比起來相對價格也較便宜讓消費者有種物超所值的感覺，儘可能以低價提供會員最大福利，所以降低營運成本，再將省下的費用回饋給消費者，並以最有效率的方式去營運和傳達理念給會員。Costco 常舉辦許多優惠活動，讓消費者可以親自看到商品、品嚐食品的好壞再做決定是否要購買，有了 Costco，很多商品就不必再出國購買，在國內就可以享有國外的商品。

臺灣大賣場的問題在於同質性商品過高，在不同的大賣場，總會看到許多相同的商品，差別可能只會在於價錢，而 Costco 則沒有同質性商品過高的問題，採購許多獨家的進口商品，再以最低價販售，所以商品種類和包裝份量也別於其他賣場，在服務方面 Costco 也是秉持著良好的服務態度來對待每一位消費者，因此服務品質也獲得顧客高度的肯定。(註 2)

#### (一) 批發價格

Costco 充分運用了國際集團購買力的影響度，消費者可以獲得很大的優惠，讓會員會非常願意繳納每年的會費，因為採購幾次就能夠把會費賺回來。

#### (二) 付費會員制

採年度制，兩種會員：商業會員和金星會員。

##### 1. 商業會員：

會員年費新台幣\$1000 元，可以享有一張免費家庭卡，每張商業主卡之下可申請最多 6 張商業副卡，商業副卡每張新台幣\$500 元。

##### 2. 金星會員：

年滿 18 歲(未滿二十歲者應經法定代理人允許)，會員年費新台幣\$1,200 元，可以享有一張免費家庭卡。

#### (三) 試吃活動

賣場舉辦試吃活動為的是促進消費者的消費慾望，Costco 試吃的商品通常是平常沒有在外販售的和進口商品，有很多試吃甚至沒有吃過，他們不怕會員吃，所以給的分量從不吝嗇，Costco 利用這點讓會員不用害怕買到不喜歡的口味，而且可以嘗試更多不同的商品。

#### (四) 美食區

美食區提供賣場裡的食物，包括比薩、牛肉捲、熱狗、濃湯等美味可口的項目，買一杯飲料可以無限暢飲，配料可以任由你拿，位子流動速度快，可以儘早品嚐到 Costco 的美食。

表一 美食區價格表

選項	價格(台幣)
夏威夷、海鮮比薩	單片 60      18 吋 300
雞肉、牛肉捲	79
熱狗	50
蛤蠣濃湯	45
雞肉凱薩沙拉	159
飲料	20
咖啡	50

#### (五) 宣傳方式

Costco 和其他賣場比較起來之所以會比較便宜的原因，除了是採大包裝販售外，更是因為 Costco 省下了打廣告的費用，Costco 做的宣傳方式是藉由會員的口耳相傳，再加上 Costco 所陳列的商品大部分都是國際的知名品牌，或是一些新鮮頂級的生鮮產品，所以廠商所做的廣告也同樣為 Costco 達到促銷的效果。

### 三、 提供比其他量販店便宜

Costco 是採取收年費的大賣場，利用這些資金引進大量的商品，讓廠商願意提供更優惠的價錢供應，Costco 利用大量批發來降低價格，並把中間的價差轉讓在消費者身上，使消費者剩餘更大。(註 3)

表二 商品價格比較表

	台幣	Costco	其他賣場
每一單位			
林鳳營鮮乳(公升)		50	75

李施德霖漱口水(公升)	146	199
奇比樂起司餅乾(公克)	0.135	0.1625
白蘭氏傳統雞精(公克)	0.71	0.8188
AIRWAVES 口香糖(包)	27.9	30
阿華田(公克)	0.15	0.2875
曼秀雷敦潤唇膏(支)	77.9	89

#### 四、世人眼中的 Costco

##### (一) 大家眼中的評價

每個賣場包括 Costco 都會有賣的不好的商品，要在市場上存活下來必須要有良好的規畫，有些人覺得 Costco 好也有人覺得不好，就像 Costco 都是採取大包裝來販售，但對小家庭來說過多的分量也是一種困擾，即使如此會員數並沒有因此而減少反而每年都在持續增加中，這代表 Costco 還是受到大部分民眾的喜愛。

##### (二) 受歡迎的因素

對於在競爭多的現今下，要能夠生存必須有他的獨特，而在 Costco 可以看到許多來自國外的商品，其他賣場則大多是販售國內商品，對長期生長在臺灣的我們，Costco 也是一個可以享受外來文化的場所。放假想要吹冷氣購物時，可以到 Costco 走走逛逛尋找新奇的商品，和其他賣場相較起來更顯得新鮮有趣。

#### 五、自有品牌(KIRKLAND)

Costco 的自有品牌 KIRKLAND 都是委託第一或第二大廠所製造，品質與大品牌一樣，再加上 Costco 所提供的優質退換貨服務，所以在 Costco 買東西可以完全放心的買，因為不管是品質價格都讓人非常滿意，因為是使用自有品牌，更是省去了品牌的使用費用，自然會有較便宜的情形產生。(註 4)

#### 六、服務品質

不管你在 Costco 上消費多少，只要不滿意，一星期內憑發票即可無條件退費，有些賣場大多則是更換相同金額的商品，Costco 不會讓顧客有抱怨，兼具購物保證與服務品質，使得 Costco 的服務更受到喜歡。

#### 七、在競爭市場取得龍頭的原因

提到 Costco，大家腦海浮現的幾乎都是大量販售、便宜新鮮、外國商品等，但在 Costco

成功的背後除了有好的經營策略外，Costco 也省了不少額外的支出，像是不打廣告、不做多餘的裝潢，只提供消費者簡單寬敞的購物空間，消費者可以從有限商品中，取得最大的折扣來選購產品，除此之外和一般大賣場比較起來 Costco 所提供商品的種類不算多，根據探討一般大賣場提供將近 10 萬種商品，但 Costco 大約只提供 4000 種，因此不會產生商品多樣化而帶來庫存管理的問題，即使要支付會員費，卻不曾見 Costco 會員有減少的趨勢，這就是 Costco 為何能在競爭市場中占優勢的原因。

## 八、研究設計

### (一) 問卷設計

#### Costco 民意調查之研究問卷

親愛的帥哥美女，您好！

這是一份有關 Costco 民意調查的問卷，本問卷純屬用來參考大部分民眾對 Costco 的看法，不另作其他用途，資料不會對外公開，敬請安心填寫。全台灣的大賣場如此多，而只有 Costco 要繳會員費，但仍吸引大量的人潮，是因為甚麼原因讓許多人都喜歡去 Costco 消費。這份問卷答案無對錯之分，請依照自己的觀點來填選即可，謝謝您的作答。 祝

健康快樂！

金甌女中 資料處理科  
黃若寧 廖彥筑 潘詩云敬啟

#### 第一部份：個人資料

1. 性別  (1) 男性  (2) 女性
2. 年齡  (1) 20 歲~30 歲  (2) 31 歲~40 歲  (3) 41 歲~50 歲  (4) 50 歲~60 歲  (5) 61 歲以上
3. 教育程度  (1) 國中  (2) 高中/職  (3) 大學/專  (4) 研究所  (5) 碩/博士 畢業
4. 職業  (1) 服務業  (2) 資訊業  (3) 金融業  (4) 製造業  (5) 醫療業  (6) 軍公教  (7) 家管  (8) 其他
5. 家庭狀況  (1) 已婚  (2) 未婚
6. 子女數  (1) 0 人  (2) 1 人  (3) 2 人  (4) 3 人以上
7. 居住地方  (1) 台北市  (2) 新北市  (3) 外縣市
8. 每月平均收入  (1) 20,000 元以下  (2) 20,001~30,000 元  (3) 30,001~40,000 元  
 (4) 40,001~50,000 元  (5) 50,001 元以上

#### 第二部份：有關您去完 Costco 後的滿意程度：

請依照您同意敘述的程度，選擇右欄適當的一格打「✓」。

		非常同意	同意	不同意	非常不同意
1.	大包裝設計所以單價較市面上低	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	產品大多是國外製造	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	有良好的品質保證	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	有良好的退換貨服務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	賣場服務態度良好	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	可以滿足大量採購的樂趣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	交通便利、停車方便	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	補貨速度快速	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	賣場空間有效利用	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	購物環境舒適	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	經常舉辦各種試吃活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.	賣場貨品擺設分類整齊、選購容易	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.	有眾多 3C 產品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.	圖書區可供翻閱書本	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.	洗相片速度快速便宜	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.	滿足食衣住行育樂各方面的需求	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.	不定期舉辦產品介紹活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.	講求環保和衛生	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.	賣場提供的美食區便宜	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.	食品新鮮度有保障	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.	衣服有品質保障	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.	提供紙箱方便採買	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

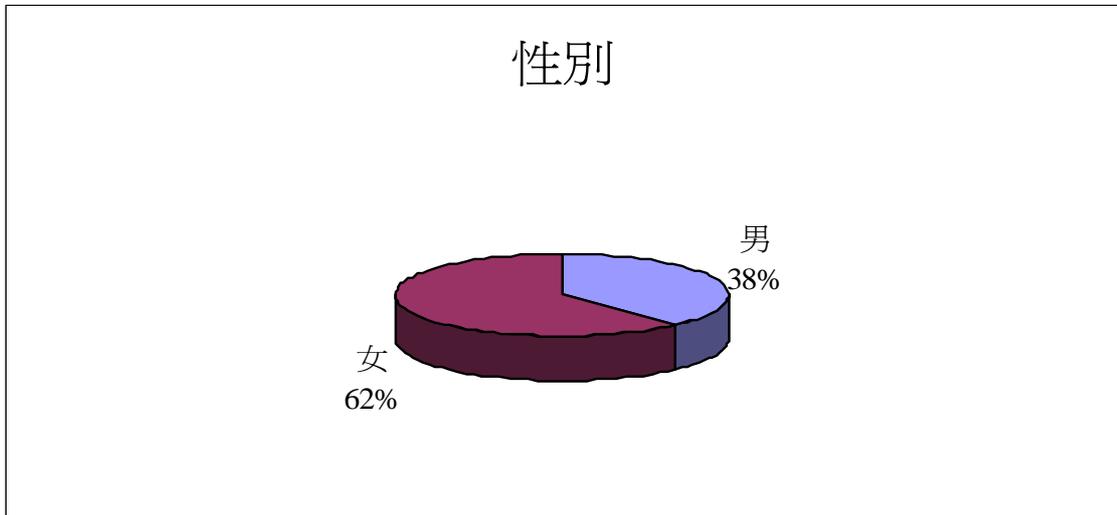
《問卷到此全部結束，請您再回顧檢視一遍，非常謝謝您的幫忙》

圖一 以問卷作為參考資料

(二) 資料分析

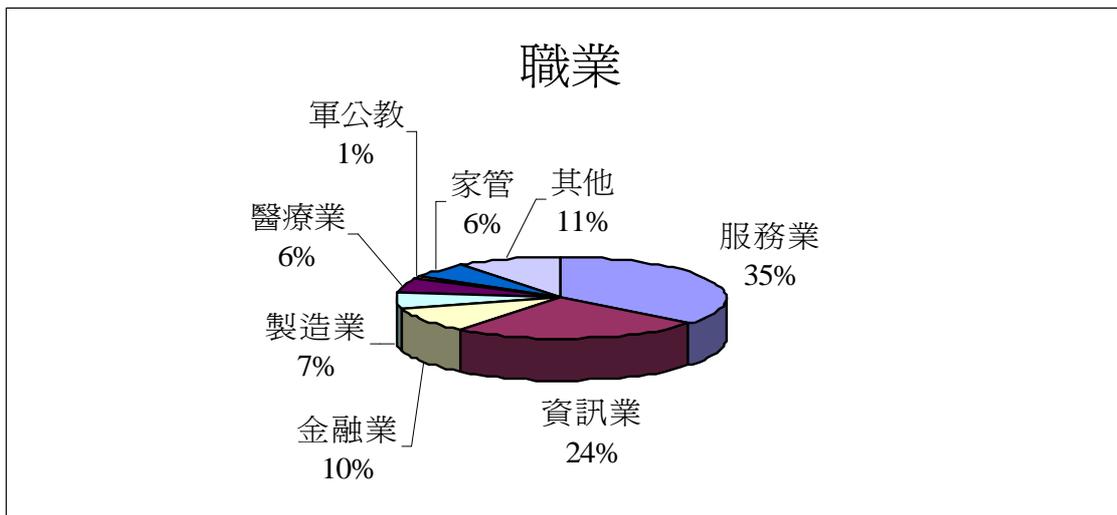
1. 男女比例

會員卡是以一個家庭為單位計算，顯示家庭主婦較擁有會員卡。



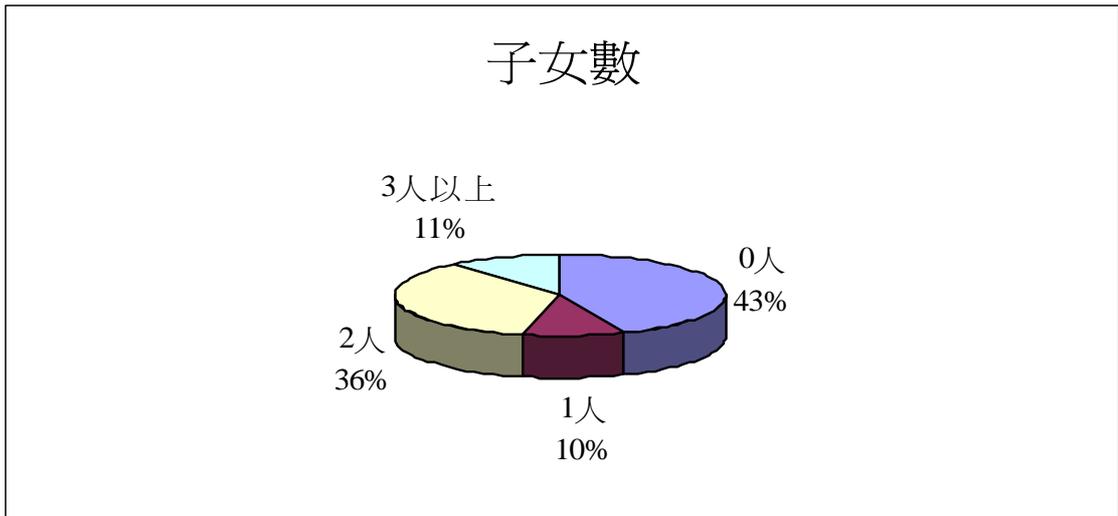
2. 職位名稱

服務業占 35%，資訊業占 24%，兩者所佔的比例超過一半以上，申請會員的職業大多來自服務業與資訊業。



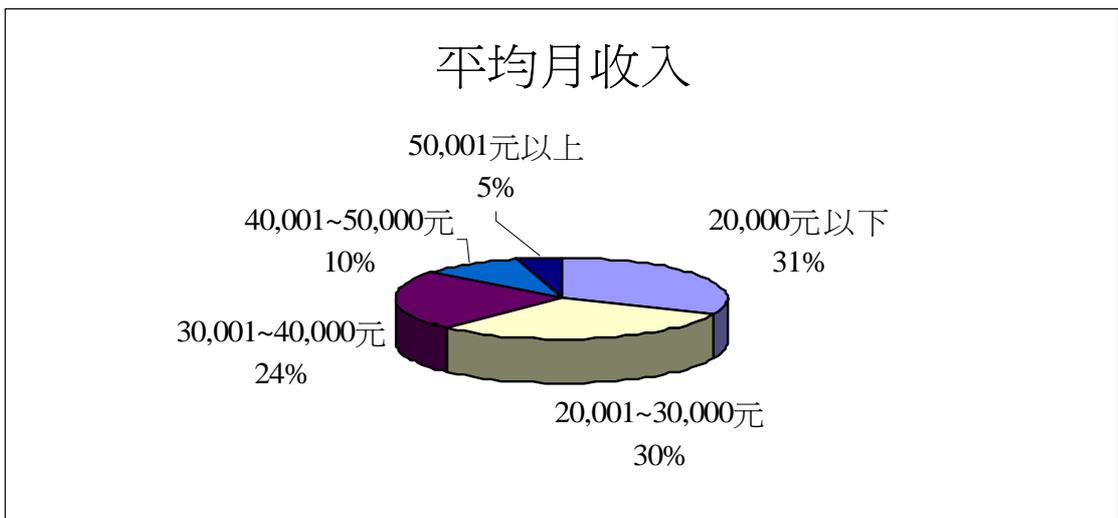
3. 家中子女數

家中沒有小孩高達 43%，顯示家庭成員的多寡不影響以大包裝銷售的 Costco。



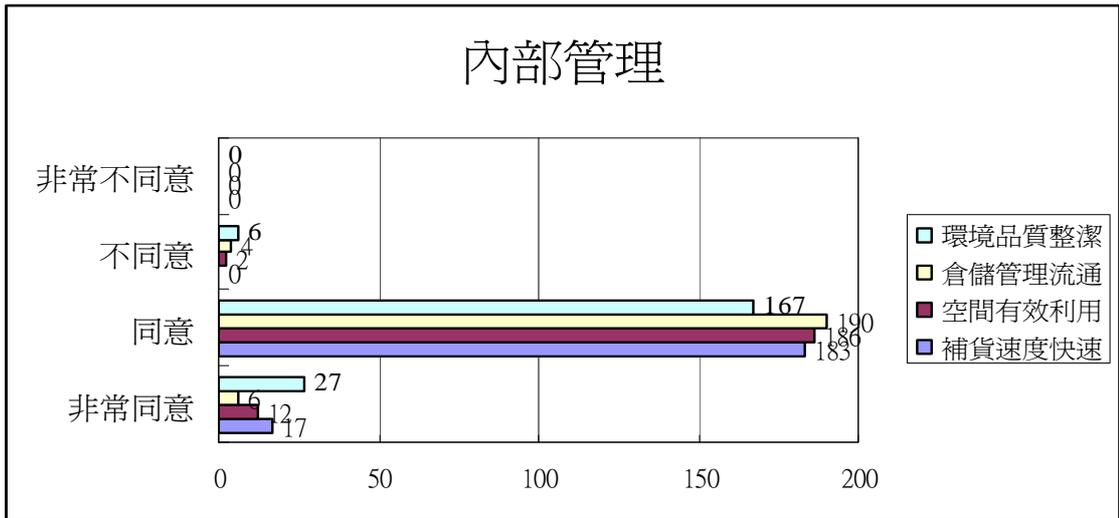
#### 4. 每月平均收入

兩萬元以下占 31%，兩萬零一元至三萬元占 30%，收入雖然不高，還是許多消費者願意花錢採購。



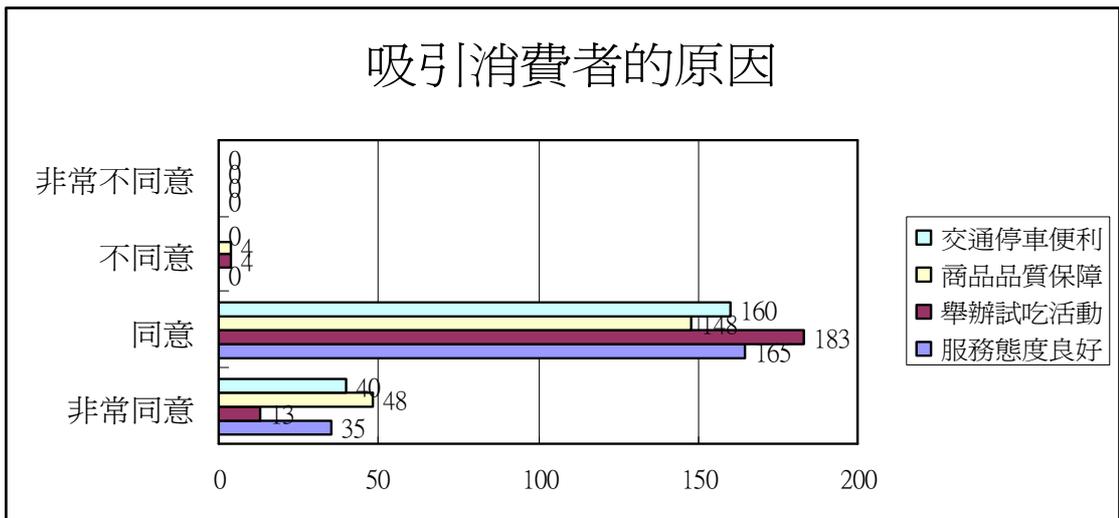
#### 5. 內部管理

賣場環境整潔使得舒適，利用有效空間讓定位更清晰，進貨速度快速讓消費者可以隨時買到商品。



#### 6. 吸引消費者的原因

停車方便讓消費者可以快速停到車位，品質都有很大的保證，若是不滿意 Costco 樂意退貨，舉辦試吃活動能讓消費者先品嚐再決定是否要購買。



#### 參●結論

利用地域的限制，讓Costco在臺灣設立連鎖店。使臺灣的消費者不必用具有風險的網路購物來訂購國外的商品，也不必搭飛機到國外或是在臺灣的其他地方購買價格較高的商品。在Costco可以親自看到商品並且品嚐一些食品，大幅降低品質的風險，雖然提供大包裝的份量，但能把價格壓的更低，小家庭可以一起合購、中小型企業可以一次進貨。國外的商品也好，國內的商品也罷，讓我們能在同一個國家更進一步比較台灣商品與國外商品的差異。

Costco秉持著良好的服務態度可以獲得消費者的青睞，利用這個策略並以消費者為優先

考量，這些都是吸引消費者加入會員的關鍵之一。

許多的大賣場要成功的在市場上立足，需要具備完善的經營規劃，而Costco有效空間的利用以及保持商品的流通速度，再加上將會費的收入回饋在消費者身上，即使大量販售會影響某些會員的消費，但也因此吸引更多的小型企業，Costco在每個人的眼中都有不同的評價，而在這個充滿競爭的市場中，它也確實帶領了大賣場消費的風潮。

#### 肆●引駐資料

##### 一、書籍資料

- 註 1. Stephen P. Robbins(2004 年)。今日商務。北京：中信出版社。
- 註 2. 郝宗瑜 (2007 年)。平板印刷與網版印刷印製 rfid 標籤天線之研究。  
台北市：秀威資訊科技股份有限公司。
- 註 3. 麥克.席維斯坦、約翰.布特曼 (2006 年)。便宜是好事。台灣：商智文華。
- 註 4. China. Guo nei mao yi bu(2001 年)。中國商貿。第 7-13 期，1。  
北京：中國商業聯合會。