



这两年,零食量贩店如雨后春笋般出现在我市城区各大繁华街道,“零食很忙”品牌一年之内连开20家,力压传统零食店。这些零食量贩店如何盈利?是否有发展前景?连日来,记者对此进行了采访。

■文、图/记者 王琪 吕世银



在上海路,“良品铺子”“零食很忙”两家零食店隔街相望。

有品牌连锁今年连开近20家店 给传统门店带来不小冲击

城区零食量贩进入“3.0时代”

零食量贩店随处可见 商品便宜生意不错

零食量贩店,顾名思义,就是将各种零食集合起来,用相对便宜的价格进行销售,是近几年市场上兴起的一种新零售模式。自今年初起,一家家琳琅满目的零食量贩店出现在十堰的大街小巷,鲜艳的招牌,明星代言的海报,整齐的货架上摆满五花八门的糕点、干果、饮料,吸引不少市民进店购买。记者打开高德地图APP搜索发现,零食量贩店的图标在城区地图上可谓遍地开花,热门地段上几百米内就开有三四家。

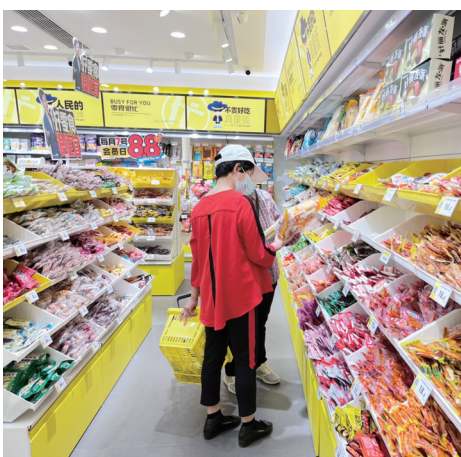
在上海路,“优味多”“良品铺子”“零食很忙”3家零食店开在同一条街上,其中两家店干脆做起了“邻居”。记者站在路边看到,从店名到店铺装修再到商品种类,这3家零食店极为相似。

24日下午,记者来到位于三堰万秀城对面的“零食很忙”零食量贩店,亮黄色的装修风格十分醒目,门口的玻璃上贴着“十堰!我们很便宜”的标语。

走进店铺一看,500毫升的百事可乐一瓶2.4元,500毫升茶π系列一瓶3.9元,500毫升的东方树叶一瓶3.9元……20多款饮品均低于市面价格。

货架上摆满薯片、小蛋糕、豆干、辣条、果冻等零食,其中有超市里常见的零食品牌,也有很多特色零食。时值周末,不少顾客提着购物篮选购,生意不错。

一位带着孩子挑选零食的顾客说:“我们孩子喜欢吃零食,之前在‘良品铺子’随便买点零食就要一两百元。在这里,买一些散称的零食,四五十元就能买一大袋,很划算。”



顾客在“零食很忙”店铺挑选商品。

主打“平价”牌 厂家直供薄利多销

“零食很忙”十堰店负责人李先生是湖南人。他告诉记者,这个品牌起源于湖南,目前湖南市场已饱和,他跟几个合伙人一起来到湖北拓展门店。“今年,我们已经在十堰市区开了近20家门店,县里也开的有,营业额比较理想。”

为什么他们店里的零食比市面上的便宜呢?记者查询发现,在传统零售链条中,一款商品要想出现在商超的货架上,一般需要经过区域零食代理商、经销商、零售商等多重环节。环节越多,产生的费用就越高。这些费用就组成了一件商品的成本,最终由消费者买单,而零食量贩店则省去这些环节。李先生介绍:“店里都是统一从

公司订货,跳过‘中间商赚差价’的环节,减少了成本,最终让消费者花更少的钱买到一样的商品。”

零食量贩店能保持商品低价的原因,不仅因为减少了商品零售环节,还建立起了“大牌”引流,带动“白牌”销售的商业模式。

所谓“大牌”是指乐事、可口可乐、百事等知名品牌,“白牌”则主要是指小厂商生产的零食,如豆干、蛋糕、饼干等散装称重产品。这些商品通常知名度低,利润空间较大。零食量贩店会将“大牌”商品以较低的价格售卖,吸引顾客进店,进而推销“白牌”商品。做“减法”的零售渠道、独特的商业模式,让零食量贩店在保持低价的同时,又能达到盈利的目的。

“万店时代”到来 传统零食店受冲击

近些年,零食店的销售模式经历了3个时代。“零食1.0时代”,是以炒货店和街边小商铺为代表的零食业态,品类少、市场集中度不高,并未形成连锁化。“零食2.0时代”以“优味多”“三只松鼠”“良品铺子”等品牌为代表,主攻坚果、肉类加工食品等商品方向,采取高客单价,品牌开始连锁化。“零食3.0时代”迎来万店时代,拥有低客单、品类更丰富、门店形象更明亮、更加亲民便利等特点。

“由于零食量贩店越开越多,竞争愈发激烈。”人民广场附近一家小型零食店的老板李先生说,凭借地理位置优越、人流量大等优势,他在那儿开了十几年的零食店,生意一直不错。可是近几年随着“优味多”“良品铺子”的店铺扩张,他的店难以生存。今年在十堰异军突起的“零食很忙”更让他的店铺生意大受冲击。

为了让店铺生存下去,他尝试了各种办法,甚至在网上直播卖货,用开盲盒的方式卖零食。之前被十堰人熟知的“上海炒货”也面临困境,多家店铺关闭,在相关平台上搜索,全市仅剩3家分店。在2020年以前,“上海炒货”可以说是十堰连锁炒货店的翘楚。

“零食3.0时代”的到来,给“良品铺子”“优味多”这样的连锁品牌店也带来不小的冲击。

2019年,“良品铺子”提出高端零食定位,被部分消费者认为“价格贵”。在主打低价的零食量贩店面前,“良品铺子”不得不改变策略进行自救。上月底,“良品铺子”官方表示,业务端将实施17年来最大规模降价,300款产品平均降价22%,最高降幅45%。在“良品铺子”招商花园城店,记者看到商场内的人流量很大,但店里的顾客稀少。“今年生意的确不好做。”正在理货的店员告诉记者。

形成特色化经营 方能长远发展

目前,各家零食量贩店商品同质化,顾客忠诚度较低,如果失去“低价”这一优势,消费者就会涌向其他市场。不少市民表示,零食店的商品大多类似,他们在购物前会比价,谁家价格更低就买谁家。如此,主打高端零食的“良品铺子”和拥有低价优势的“零食很忙”又能坚持多久,这个问题值得深思。

业内人士分析认为,零食量贩店主要通过售卖低价的品牌产品吸引消费者,并借助品牌效

应,让消费者去采购店内其他品种的零食,而“良品铺子”“优味多”等知名连锁品牌店也开始争抢低价赛道。由此看来,低价竞争市场的做法并不是“长久之计”。

零食量贩店要想走得长远,必须让自身经营更具特色化和差异化,提供独特的产品和服务,才能在市场竞争中立于不败之地。同时,提醒想要加盟零食量贩店的人,门店的生存和发展并非易事,投资需要谨慎、理性,不可盲目跟风。