

“小零食”助力“大消费”

——我市量贩零食市场观察

本报记者 孙露



新年临近,我市零食消费市场已经迎来传统销售旺季,连日来,记者走访发现,不同品牌的量贩零食店开遍我市大街小巷,“攻占”商圈、社区、街头巷尾等人流聚集地,形成具有固定客流、货品渠道多元化、性价比高的消费生态链,在刺激消费的同时,也为带动零售业创新提升和高质量发展提供了范本。

量贩零食店铺“遍地开花”

量贩零食店也被称为零食折扣店或零食集合店,以薄利多销为经营策略,属于休闲零食线下零售新业态。相较传统商超与传统电商,量贩零食店区位便捷,让消费者随处可逛、随时可买,体验感十足。近年来,凭借规格精小、价格实惠、品类丰富的优点,量贩零食店获得众多消费者的青睐。

在平城区友谊街和南环路交叉口,以及邻近的御河西路、永泰南路,三家不同品牌的量贩零食店相隔不远,从店名到装修再到商品,三家零食店都非常相似。硕大的“零食”二字镶嵌在颜色鲜艳的门头,格外吸睛,店内灯光明亮、货架整齐。

12月25日,记者在友谊街一家量贩零

食店看到,店门口打出“1400+热门品牌零食,又便宜又好吃”“一件也是批发价”的宣传口号,吸引着往来行人的目光。店内,超大的货架上摆满了各式各样的饮料、薯片、小蛋糕、豆干、辣条、果冻等袋装零食,不少顾客正提着购物筐选购。一位销售人员介绍,加盟店的所有商品采用工厂直供,由总部统一供应,这种高效的供应链一方面可以降低成本,提高运营效率,另一方面也从源头对食品安全进行了有效把控。

“东边是‘赵一鸣’、南边是‘好想来’,往北走有‘零食优选’,都在500米内。再往友谊南街方向走还有本地品牌的零食折扣店。”柳航里小区居民李女士告诉记者,

自家所在的小区附近至少有5家零食店。

记者走访了解到,随着我市零食量贩店市场的逐渐火热,多家连锁品牌和本地品牌扎堆开店的情况不在少数。除了集团化、资本化运作的连锁品牌,一些本地商家也在量贩零食市场的激战中嗅到商机。今年10月,向阳街一家折扣零食店开业了,打出的口号就是“厂家直供、配送到家、好吃便宜、经济实惠”。3位合伙人信心满满告诉记者,原本自家也想要加盟品牌零食店,但想着不如打造一家本地特色化的零食店,于是他们开始尝试自己找渠道、选品,立志做一家从名字到商品都更具本土化的量贩零食店。

量贩零食行业市场广阔

亮眼的品牌标识、低于普通超市的售价、适合拍照“打卡”的布景,量贩零食店正成为商业区以及校园周边的“明星”店铺。

同样是瞄准下沉市场,量贩零食店怎么与传统商超竞争?记者通过走访了解到,量贩零食店突破了传统商超采用的“厂家—经销商—商户”供应链模式,选择直接与厂家对接,降低了商品的采购成本,与厂家的议价空间也更大。此外,量贩零食店的商品种类既囊括少数知名零食品牌,也包括一些小众自有产品,以“大牌低价”“包装改小”为核心卖点吸引消费者,打造“品牌引流+小众盈利”的销售与盈利模式。

这种营销策略,一定程度助力量贩零食店站稳终端市场。每逢周末,带着孩子闲逛零食店成为不少父母的选择。量贩零食店在选品时,更倾向于引入动漫、盲盒、联名商品等易吸引青少年注意的品类,即使未能转化为购买力,也能为消费者提供轻松的逛店体验。同时,父母也愿意为能提供即时满足感的平价食品付费,在量贩零食店度过较为悠闲的亲子时光。

“尽管品牌不同、产品不同,但同一区域产品价格相同,只需要称重计费即可,这样一来就提高了人工效率,节约了成本。”柳港园附近一家量贩零食店店长说,每个节假日,零食店推出的高频率优惠券、爆款联名商品、限时特价等销售策略,吸引着不少消费者光顾,拎着满筐零食排队结账的现象也就见怪不怪了。

量贩零食种类丰价格廉

“遍地开花”的量贩零食店给消费者带来了更多的购物选择,也为零售市场带来更多发展机遇。

“1.8元一袋的薯片、1.9元一罐的雪碧、3.9元一袋的港式鱼蛋、2.9元一盒的花生酥、3.34元一包的蔓越莓、1.02元一块的华夫饼……光看价格都觉得心动,很有消费欲望。”市民王彩霞一边查看商品明细单一边说,店里零食种类非常多,多数都是迷你包装,办理会员的话商品价格还低,消费群体的定位很精准,迎合了年轻消费者的需求。

“这些店铺,逛起来轻松,几十块钱就能买一大包,如果价格跟网上差不多,我想即便是年轻人也愿意在线下购买。”刚参加工作的00后孙志娜告诉记者,年轻人对零食的需求一般来得突然,网购需要一定时间等待,这对需要即时满足的“吃货们”不太友好。

另外,大型超市虽然品类丰富,但离家一般不会太近,街边便利店可选择范围又相对有



一家量贩零食店内景。本报记者 戎弼仁 摄

限,都很难满足即时性和个性化的需求。在这种情况下,主打品类多、好逛、方便即时的零食聚合体受欢迎就顺理成章了。

“我们和超市、社区便利店不一样,赛道更细分,他们追求大而全,我们则是小而精。临近元旦,不少学校组织迎新活动,青少年购买力明显增强。”柳港园附近一家量贩零食店店长说,行业里有句话“量贩零食不是

要卖便宜零食,而是要把零食卖得便宜。”不论哪个年龄段的消费者进入店内,都会被五花八门的零食“包围”,在宽敞明亮的店铺环境中,消费者可随意挑选,畅享线下沉浸式购物体验。“只要消费者进门店逛一圈,很少有空着手离开的。”

据业内人士介绍,量贩零食店品牌化、连锁化的经营模式,让消费者在一定程度上建立了对品质的信赖。

