

小规模专营仓储超市 走红年货市场

本报记者 楚女



春节临近,年货采购进入节前高峰。不同于往年大型商超“一家独大”的格局,一批扎根社区、聚焦细分品类的小规模专营仓储超市异军突起。它们凭借精准的年货供给、鲜明的产品特色、过硬的商品品质及超高性价比,成为消费者年货采购的新选择,也折射出春节消费市场的新变化。

精准定位破局 年货供给“不贪全”

“这里的年货种类不算多,但都是居民的硬需求,采购比较省心,不用花太多挑选时间,商品价格比大型超市便宜不少。”正在北都街超不赖仓储超市采购坚果礼盒的市民李女士的一句话,道出了众多消费者的心声。连日来,记者走访我市消费市场发现,今年年货市场上的小规模专营仓储超市生意十分红火。这类超市摒弃了大型商超“大而全”的经营思路,“小而精”的差异化销售路线,聚焦消费者核心需求,实现了“人无我有、人有我优”的供给策略,让消费者的年货采购模式从“大海捞针”变成了“精准匹配”。

不同于大型商超的全品类布局,小规模专营仓储超市大多聚焦1到2个核心年货品类,商品布局极具针对性。有的专注于坚果炒货、糖果蜜饯等休闲年货,汇聚了开心果、巴旦木、夏威夷果、松子等数10种品类,涵盖原味、盐焗等多种口味,从散装称重到礼盒包装一应俱全;有的主营熟食,精选农家散养家禽、优质肉类,经过传统工艺加工的熟肉制品品类齐全、风味独特;还有的聚焦生鲜果蔬,精选应季鲜果、绿色蔬菜以及本地特色粮油,为年夜饭餐桌提供一站式食

材供给。

“消费者过年买肉食,最看重的是贴合需求,大型商超品类多,容易让人眼花缭乱。我们就是抓住了这一点,只做消费者最需要的猪肘子、冰花肉、酱牛肉等核心熟肉制品,这样节省了生产成本也提高生产效率。”平康路熟食仓储超市经营者刘先生告诉记者,为了精准对接春节消费需求,他们提前2个月就开始调研市场,收集消费者对熟食品类、口味、包装的需求反馈,最终确定了以卤味为主、辅以少量熏制产品布局,既避免了滞销问题又切中了消费者需求。

特色鲜明出彩 差异化供给显个性

“本土年货承载着一代人的童年记忆,也是最能体现年味的载体。我们之所以重点引入本土特色年货,就是为了满足消费者对老味道的追求,同时也能助力本地农户增收,实现双赢。”岳翠园小区附近的某仓储超市负责人告诉记者,为了保证消费者对于本地年货产品的需求,该超市特地在粮食销售区引进了本地系列特产,包括“马上有福”“马上有礼”“马上有钱”三款礼盒,内含广灵小米、大同黄花、浑源黄芪、阳高杏脯、灵丘苦荞、新

荣杂粮等优质特产。

除了产品特色,产品质量的把控更是小规模专营仓储超市的“立身之本”。有从业者告诉记者,不同于一些小型批发市场中可能存在的“以次充好”乱象,专营仓储超市虽然规模不大,但对商品质量的要求极为严格。在采购环节,经营者会亲自筛选供应商,优先选择资质齐全、口碑良好的厂家和农户,对商品的品质、保质期、检验报告进行严格审核,杜绝不合格产品进入超市;在储存环节,配备专业的

仓储设备,一些食品类更是采用密封储存,防止其受潮、变质,生鲜果蔬采用冷链储存,确保新鲜度;在销售环节,店家会鼓励销售顾问主动向消费者介绍商品的产地、品质、食用方法,让消费者买得放心、吃得安心。

记者在走访中发现,不少专营仓储超市在店内推出了品质承诺服务,明确表示年货商品“不满意可退换”“假一赔十”,部分超市还在专营区域设置了“随便试吃”的标牌,用实际行动赢得消费者的信任。

高性价比突围 批量囤货降成本

年货市场,“性价比”始终是消费者关注的核心。专营仓储超市大多采用“仓储+零售”的经营模式,门店装修简约、员工数量少、设施简洁,不投入大量资金用于装修和设备购置,提前大规模囤货等经营策略更是大幅压缩了商品成本。

“春节前3个月,我们就开始与供应商对接,批量采购坚果、糖果、熟食等核心年货,采购量比平时增加了60%以上。采购量大加上薄利多销,既能保证利润也能让消费者享受到实惠的价格。”迎泽街某仓储超市经营者李

先生给记者算了一笔账:以优质开心果为例,平时商家的小规模采购的进货价是每500克44元,春节前批量进货价仅为每500克37元,节省7元,加上经营成本的售价仅为每斤41元,而大型商超的同品质开心果售价大多在每斤50元以上,店内的价格优势十分明显。

记者通过实地比价发现,专营仓储超市的年货价格,普遍比大型商超低15%~30%,部分品类的价格差距甚至更大。2升装的可乐与雪碧,普通超市单价约6元,仓储超市仅需5元;310

毫升20罐的加多宝,普通超市售价55元,仓储超市仅49元;特仑苏牛奶,普通超市售价每提45元,仓储超市售价每提40元,单箱饮品的差价可达10至30元,多品类采购下来,能为消费者省下一笔可观的费用。

小规模专营仓储超市在我市春节消费市场的走红,折射出消费者消费观念日趋理性,从过去“追求排场、盲目囤积”转向“注重实用、看重性价比”,“小而美”“精而专”的供给模式,恰好契合了这种理性消费的趋势,成为今年春节年货市场的一大亮点。



建行大同分行

打出科技金融“组合拳”

为精准赋能科技型企业高质量发展,积极践行国有大行的责任担当与金融使命,建行大同分行立足区域科技产业发展实际,精准施策、多维发力,打出一套涵盖需求研判、增信创新、全周期服务、专业保障的科技金融“组合拳”,为区域科技企业从初创到成熟的全链条发展提供了强有力的金融支撑。

建行大同分行充分发挥科技金融优势,积极运用大数据构建科技企业立体精准的数字画像,成功破解了银企之间“信息不对称”的行业痛点,不仅实现了对优质潜力科技企业的精准筛选与识别,更让信贷资源向真正有技术实力、有发展前景的科技企业集中。在增信模式创新方面,该行积极探索要素增信、股权背书增信、产业链群增信以及多方分险增信等多元化方式,有效提升了科技企业的信用评级与融资可得性,为企业提供全方位、多层次的金融服务支持。针对科技企业初创期、成长期、成熟期等不同发展阶段的差异化需求,该行打造全周期服务体系,实现金融服务与企业发展同频共振。同时,该行通过完善科技金融专项组织架构、打造科技金融服务品牌、优化业务审批流程等举措,建立起专业化服务团队,为科技企业提供多元化、全方位的综合金融服务,助力区域科技创新活力持续释放。

(培焯 姚利宝 郭洋仪)

建行新区支行

开展“港湾”特色活动

为传承中华优秀传统文化,丰富客户服务体验,深化“劳动者港湾”惠民品牌内涵,建行新区支行依托“劳动者港湾”,精心开展“墨香暖厅堂,福联寄深情”特色活动,以笔墨传福、以服务暖心,在传统年俗中搭建起金融与民生、建行与客户之间的温情桥梁。

建行新区支行对此次活动高度重视,在活动筹备期间周密部署,细致准备大红宣纸、毛笔、墨汁、镇纸等书写物料,合理规划活动区域,优化现场服务流程,确保活动安全有序。活动现场,厅堂内年味浓郁、墨香四溢,新春装饰与手写春联、福字相映成趣,处处洋溢着节日氛围。工作人员热情邀请来办理业务的客户参与活动,根据不同群体的新年期许与生活愿景,量身定制春联内容——为老年客户题写阖家安康之句,为商户书写生意兴旺之联,为青年群体创作顺遂喜乐之语,为小朋友精心绘制萌萌趣福字。

活动过程中,网点员工在引导客户有序参与、协助书写的同时,积极向客户普及存款保险、反诈防骗等金融知识,主动推介“劳动者港湾”饮水、充电、热饭、休息等便民服务,实现了传统文化传播与金融知识普及、便民服务延伸的同步推进。此外,网点还准备了福字书签、新春红包等文创礼品。

此次活动是建行新区支行依托“劳动者港湾”开展文化惠民、服务便民的一次生动实践,进一步拉近了建行与客户的情感距离。下一步,建行新区支行将继续坚守“金融为民”初心使命,持续深耕“劳动者港湾”服务阵地,把暖心关怀融入日常金融服务,服务守护广大劳动者、服务周边群众。

(培焯 马思洋 王雅楠)