

主打价格低品种全 街头零食店受宠

成为一种新兴零食购买方式,不少市民挺买账

记者调查

赵一鸣零食、好想来零食工厂,仿佛一夜间,这两家品牌的零食店在潍坊城区“遍地开花”,色彩鲜明醒目的门面装修、朗朗上口的宣传音乐、货品种类齐全且价格低廉,俨然已成为一种新兴的零食购买方式。店铺里的零食是否真的便宜?市民是否愿意为此买单?店家利润和加盟方式如何?带着这些疑问,记者走访了城区部分品牌零食店一探究竟。



赵一鸣零食店

□文/图 潍坊日报社全媒体记者 张沁 陆菁菁

探访

城区几十家品牌零食店在营业

近段时间,很多市民有这样的感受:身边的品牌零食店一家接着一家开起来,甚至几公里内就有三四家同品牌的店铺。以好想来零食工厂店为例,在地图软件上搜索可以看到,目前城区已有30家好想来零食工厂店。此外,赵一鸣零食也有十余家店铺正在营业。

12月3日上午,记者走进位于寒亭区益新街与志远北路交叉口附近的一家好想来零食工厂店,“潍坊,我们好便宜”“会员日88折”……店门口的宣传标语异常醒目,该店甚至将部分饮料的价格制作成宣传牌放置在显眼位置。当天是周日,店内顾客较多,有儿童、年轻人,也有老人。店内的零食货品分门别类地放置在货架上,有饼干、辣条、干果、糖果及各类饮品等,种类非常丰富。与传统超市的零食货架相比,该店除了少部分包装零食外,主要售卖散装品类零食,以小克重、独立包装为主,主打选择多样、称重计费。

“大部分商品一件也能称重,喜欢什么直接放进购物筐,我们的服务人员会分类称重计费。”该店一名工作人员告诉记者,店铺已经营业三个多月了,经营状况良好,尤其是周末和节假日期间,顾客格外多。“顾客以年轻人和家、孩子为主,老年人走到附近也喜欢进来逛逛。每个人消费从几十元到几百元不等。”该工作人员说。

比价

大部分商品售价低于超市

品牌零食店在宣传中,主打一个“价格便宜”。那么,店内在售的零食是否真如宣传般物美价廉呢?记者随机挑选了几款零食进行价格对比。

同品牌的奥利奥饼干,在好想来零食工厂店售价为49.6元/公斤,在赵一鸣零食店售价同样为49.6元/公斤,而在超市售价为64元/公斤。同品牌小包装辣条,好想来零食工厂店售价为27.6元/公斤,在赵一鸣零食店售价为27元/公斤,超市售价为39.8元/公斤。品牌零食店主打的特价饮品,相较于超市售价便宜0.2元至1元不等。

记者对比发现,品牌零食店大部分商品的售价确实低于超市,也有一部分商品售价与超市持平。“买的时候没有特意比价,来这里购物主要图个方便,可以少量多样购买。”市民朱女士说。

市民

价格和距离决定是否买单

市民吕先生告诉记者,家门口的一家品牌零食店已经开业几个月了,他从最初不看好到现在没事就带孩子去逛逛,已经接受这样的销售方式。“一个星期会带孩子去两三次,每次消费二三十元,孩子喜欢的零食基本可以一站买齐,确实方便。”吕先生说,截至目前他已经在该店消费500余元。

记者在采访中发现,多数人愿意到品牌零食店购物,主要原因包括离家近、购物方便、可少量多样购买及价格便宜。而市民王女士表示,这样的营销模式会让消费者在不自觉的情况下支出超额,容易出现盲目、冲动消费的情况。“这种商品拿两个,那种商品抓一把,看似每样买一点,一圈转下来篮子就满了,结账时一算200多元钱,真是把我惊到了。”说起前几天的一次购物体验,王女士这样说。



市民在一家品牌零食店内选购。



好想来零食工厂店

行业

最初铺货靠厂家,盈利看自己

“开零食店这么赚钱吗?怎么到处都在开?”品牌零食店火遍全城的现象引发市民的好奇。12月3日,记者分别致电赵一鸣零食、好想来零食工厂品牌总部,对大家关注的问题一探究竟。

赵一鸣零食2008年在江西宜春由炒货零售相关工作起步,目前主打的宣传点为95%开店成功率、年接待消费者超1.6亿人次。该公司相关工作人员表示,想要加盟赵一鸣零食,需要加盟费3.8万元、保证金2万元(可退)、管理费9600元/年,各项费用算下来,前期投入在55万元-60万元。“投入这么多,多久能回本?卖不出去的会返厂或受到相应补偿吗?”对于记者的询问,该工作人员表示,首次铺货由厂家根据商圈情况提供货源,后期则由加盟商根据实际销售情况自主下单选品,不会出现不好卖的情况。一旦出现压货现象,损失需要由加盟商自行承担。对于回本周,对方表示,一般情况下10个月至14个月就能回本。

好想来零食工厂品牌总部的工作人员表示,回本周各店不同,少则一年,多则两三年。与赵一鸣零食差不多,加盟的前期投入也包括加盟费、保证金等,加上硬装、首批货款和店铺租金,投入在55万元-60万元。

这两家品牌加盟店的利润空间如何?好想来零食工厂品牌总部的工作人员表示,他们直接对接工厂,利润在20%以上,而且他们是单店加盟,有相应的门店保护措施,300米-500米内不会出现第二家。

记者上网查询发现,大大小小的零食店品牌还有很多。记者咨询零食休闲零食、零食站点品牌总部发现,他们打出了免加盟费、整店输出、无忧开店的宣传口号,来吸引加盟商。

分析

直接对接厂商满足消费需求

为什么品牌零食店内的商品售价相对便宜?综合各品牌的宣传来看,为尽可能降低价格提升利润空间,品牌总部通过缩短供应链长度,直接对接上游厂商,并通过带量采购、“账期”等条件,争取议价空间。

在传统的商超模式下,一款零食产品从生产企业到终端市场,会被品牌方、渠道商、商超层层加价,尤其是商超渠道会索取合计较高的进场费、条码费、上架/陈列费、促销人员费等费用,经过层层加价后,导致终端零售价居高不下。对比来看,品牌零售店受益于更扁平的渠道层级,以至于相同商品能够以更便宜的价格出售给消费者。

一位零食行业的券商分析师在接受采访时表示,零食专营渠道的兴起是切中了当下消费时间碎片化和需求多元化的痛点。“消费者对零食消费升级,对多样化、专业化、便捷化的要求越来越高,为零食专营店品牌提供了向上发展的空间。”该分析师说。