

量贩零食店扎堆开,低价能走多远?

业内:价格战不可持续,消费者更多注重产品品质与健康

一样的零食,“骨折”的价格,你会买吗?今年以来,以价格为卖点的量贩零食店正在疯狂扩张,“反零食刺客”受到不少消费者喜欢。现代快报记者走访发现,南京仅江宁区就有近百家陆小馋量贩零食店,有时一条街上甚至有几家不同品牌的量贩零食连锁加盟店。“低价”无疑对消费者有很强的吸引力,但量贩零食的发展,真的会一直这样扩张并火速向前吗?

现代快报+记者 杨晓冬 文/摄



南京一家零食店

一零食品牌在江宁开了百家门店

1.8元的可口可乐、2.9元的乐事薯片、2.5元的卫龙辣条……11月18日上午,现代快报记者走访南京陆小馋、零食哆哆等量贩零食店。打开生活服务平台不难发现,这些打“骨折”的量贩零食店正在下沉市场疯狂扩张,一条街上好几家店铺,有些店铺仅间隔100多米。“去年9月份的时候,江宁还只有2家店。”在走访过程中,一家陆小馋量贩零食店的店长告诉记者,才一年时间,现在江宁已经差不多有100家陆小馋量贩零食店。

记者观察发现,与早前火热的临期商品不同,量贩零食店内商品的日期新鲜,随机拿取几件商品观察,生产日期均在一个月以内。既然并非临期食品,为何商品价格会比传统商超便宜呢?“我们是直接从厂家拿货,省去了中间经销商的费用,商品价格自然就‘打’下来了。”该店长告诉记者,由于价格低廉、商品种类繁多,零食店颇受附近小区居民的欢迎,但也由

于商品售价偏低,除去人工、房租等成本,零食店并没有那么赚钱。

在另一家“零食哆哆”门店,除了打折的商品,商家还推出了满39元减3元的团购抵用券,进一步吸引前来消费的顾客。“一方面是因为喜欢在店内挑零食的感觉,还有一方面是觉得有时候店内价格比网购价格划算。”市民李女士告诉记者,自己住的小区附近开了两三家这样的零食店,去哪家店主要取决于是否有优惠活动,或者对比下来谁的价格更便宜,就去谁家。

量贩零食“价格战”打不起了?

近年来,得益于消费者消费习惯的变化和终端零售渠道的变革,量贩零食行业无疑成为了休闲零食行业中的佼佼者。有研究数据显示,截至2023年上半年,全国量贩零食店总数或已超过1.6万家,其数量在2021-2022年均超100%的增速。

但行业的飞速扩张,并不意味着营收也越来越高。2023年,国内量贩零食行业里的两大

品牌“零食很忙”和“赵一鸣零食”就曾在多地为争夺市场份额,一直在打价格战。很显然,对于一个本身就利润微薄的行业,价格战一定是最不划算的竞争,于是他们选择坐在一起谈谈。11月10日,“零食很忙”和“赵一鸣零食”宣布进行战略合并,合并后新集团门店总数将达到6500余家,在规模上成为新的行业第一。

与此同时,行业的整合也正在加剧。万辰集团整合陆小馋、来优品、好想来、叮咚叮咚四大品牌,统一命名为“好想来”,日前又收购浙江宁波“老婆大人”品牌管理团队,全国门店数量也接近4000家。

“低价之路”还能走多远

量贩零食赛道的逻辑并不复杂,以“低价”作为核心,通过实现规模化降低整体的采购成本,用规模优势与上游供应商谈判,获得更低的价格。在理性消费的当下,“低价”无疑对消费者有很强的吸引力,但如今消费者早已进入“既要又要”的阶段,“低价”的前提是好物才行。

“从长远来看,量贩零食行业的价格战是不可持续的,消费者会更注重产品的品质与健康。”网经社电子商务研究中心特约研究员、新零售专家鲍跃忠告诉记者。量贩零食的价格在无限压低供应商的利润,面对量贩零食店里“一降再降”的价格,他认为,低价的把控,在一定程度上会付出产品品质或购买服务体验的代价。

“零食消费的主要群体多数还是年轻人,现在年轻人的生活方式还是更偏向于线上化,与线上相比,量贩零食店的价格优势就不明显了。”鲍跃忠表示,量贩零食品牌们之所以能实现快速扩张,前有加盟商的“冲锋陷阵”,后有资本的不断入局,但量贩零食店的利润较薄,市场竞争者较多,想通过量贩零食店赚钱并非易事。

此外,量贩零食行业利用大品牌标品低价引流,后期若触发大品牌反感,采购不稳定怎么办?品牌标品低价引来客流,结果消费者薅完羊毛就走怎么办?这一系列问题,都会给量贩零食未来增添更多挑战。

6瓶茅台只要119.9元?到手多个“镇”

网购平台全额退款并补偿,还表示将关停涉事网店

快报调查

热线:96060

近日有读者反映,他网购了一箱高端白酒,品尝后觉得口感不对,没想到卖酒网店在一番交流后给他退了款,并直接把店铺关掉了。现代快报记者调查发现,网上确实有不少低价高端白酒,比如正常售价500元左右的小瓶茅台酒,网上119.9元就能买6瓶。记者下单购买后,拿到的却是价值5元的“贵州茅台镇酒”。

11月15日,在接到读者反映后,网购平台已对上述订单做了退款、赔偿处理,并表示将会按程序关停问题店铺。此外,该平台一名工作人员表示,由于平台不具备执法权,商家承诺的多倍赔偿,消费者只能通过商户注册所在地的市场监管部门或法律手段维权。目前,现代快报记者已将相关情况反映至商家注册地市场监管部门。

现代快报+记者 宋体佳



网店产品截图



记者收到的酒 现代快报+记者 宋体佳 摄

反映:高端酒低价卖,国窖1573售价不到百元

林先生告诉现代快报记者,几天前,他低于市场价的价格,在某网购平台买了一箱国窖1573,品尝时觉得口感跟之前的酒有差异。意识到可能买到假酒后,他找到商家要说法,没想到当林先生提出对方出售的可能是假酒时,该网店爽快答应退款,并很快关停了店铺。为防止他人上当,林先生选择向现代快报反映此事。

根据林先生提供的线索,现代快报记者在多个网购平台都找到了超低价的高端白酒,在某短视频平台,正常售价数千元的五粮液老酒,这里只要288元。此外,线下烟酒店一瓶卖数百元的国窖1573白酒,网上也有百元以内的,甚至不到200元就能买到6瓶100毫升装的

小瓶装飞天茅台酒。

仔细观察之下,记者发现,不少超低价高端白酒的产品介绍中都带有“裸瓶”“光瓶”等字样。对此,有知情者向记者解释,标注“光瓶”“裸瓶”是为了规避风险,“消费者如果来讨要说法,他就说我是卖酒瓶子的,酒是赠送的,这样就没办法再去追究售卖假酒的责任了。”

调查:119.9元网购的“茅台酒”,酒厂只卖30元

调查过程中,在一家名为“贵州达望名酒企业店”的网店内,市场售价500元左右的小瓶飞天茅台(100毫升装)只要119.9元就能买6瓶。而且这家店铺内只有这一款产品,产品信息中还写有“11.11活动中”“正品保障”“百亿补贴”“品牌折扣”等字样,并在介绍

中明确“假一赔十”。不过,令人诧异的是,发货地址虽然显示为北京,但网店的认证信息却是注册在湖南长沙市天心区一家个体工商户。

为了搞清楚其中猫腻,11月10日,现代快报记者花119.9元在上述网店购买了6瓶小瓶飞天茅台。下单后隔一日,消费页面提醒商家已发货。不过,记者收到货查验时发现,商家邮寄过来的6瓶100毫升装的白酒名为“贵州茅台镇酒”,其生产厂家为“仁怀市御鉴酒业有限公司”。更令人不解的是,实际的发货地址也不在北京,货单上的地址显示为山东省济南市。

11月15日,企查查信息显示,仁怀市御鉴酒业有限公司是一家注册在贵州省仁怀市的企业。随后,现代快报记者与该企业负责人取得联系,对方表示100毫升装的贵州茅台镇酒确实是他们生产的,产品也是他们代为发货的,但上述网店跟他们毫无关系。“可能是买的

人下单后,再从我这买了发货的。我也不清楚情况,我们6瓶只要30块钱。”上述人员透露,记者花119.9元买来的酒,实际上只卖30元。

处理:全额退款并补偿,平台会关停涉事网店

自称卖的是高端白酒,最终寄给消费者的却是严重不对版的其他酒。现代快报记者随即在网购平台给涉事商家留言,试图交涉处理,截至发稿并未收到回复,发出去的消息也显示为未读状态。记者再次进入该店铺发现,涉事产品已被下架。

11月15日,记者致电上述网购平台,并向相关工作人员提供较为完整的证据。对方在核实情况后,明确表示店铺行为违规,并协助成功退款,同时给予等同产品价值的补偿。而据平台工作人员介绍,此前就在核查过程中发现该店铺存在违规行为,并强制下架了其产品。

“对于这样的商铺,我们肯定是要把它关掉的,但这个需要流程。”该人员表示,目前已经限制了涉事网店的一些功能,接下来还会按照管理规定关停该网店。

“他们明知道我们是有处置上限的,所以夸大说十倍赔偿。”该人员介绍,入驻该平台的商户要缴纳1000元保证金,在遇到消费纠纷时,平台会根据具体情况调解处理,如果商家确实有问题,则会第一时间帮助消费者退款,并在其保证金范围内赔偿。一些商家会在产品的宣传中高调宣传十倍、百倍赔偿,但实际上由于平台不具备执法权限,无法强制要求商家多倍赔偿。对于“耍赖”拒不配合的问题商家,平台会关停店铺,但消费者想要更多的赔偿,只能通过市场监管部门或法律手段维权。

根据工商注册信息,上述网店的注册地点为湖南省长沙市天心区。现代快报记者已将情况反映至辖区市场监管部门,对于此事的处理情况,将继续关注。



扫码看视频