

中国百万家夫妻便利店面临幸福抉择



巨头拉拢 夫妻店突然成了“香饽饽”

2017年4月，刘强东宣布，“百万京东便利店计划正式出炉！未来5年，京东将在全国开设超过100万家京东便利店，其中一半在农村”。

两个月后，记者在广东省清远市龙颈镇的一家京东便利店看到，过去生意惨淡、仅靠兼做手机维修维持的一家小卖部，店面经小幅度装修和重新设计后，显得更宽敞明亮，还挂上了大红的“京东”字样。来往的客人川流不息，他们自如地选购着蓝月亮洗衣液、飘柔洗发水、Pampers纸尿裤之类的城里人爱用的热门商品。

店主亮哥当时对记者表示，便利店由京东掌柜宝直接供货，省去了很多中间环

节，加上品质好，除了附近居民外，很多村里的人也会专门来采购生活用品。此外，小店还承接了京东的便民自提点业务，同时开通了京东的金融服务，现在每个月店面的整体收入比过去翻了一番还多。

这也符合穷孩子出身的刘强东对京东便利店的期望，即藉此消除低线城市、乡镇以及农村地区消费者购物的两大痛点：一是价格高企，二是各类山寨次货、假冒伪劣商品横行。

而在上周，记者在东莞凤岗镇雁田村看到了另一种形态的新零售便利店。

单身狗粮薯片、百草味、良品铺子、三只松鼠等天猫爆款零食摆在小店入口最

醒目的位置，而口味清淡的进口啤酒则成为了店内最热销的“爆品”……这是小区内最新开张的天猫小店蜗牛贸易商行的现场，也是两位95后海归的另类创业项目。

2017年年底，新零售概念开始深入人心。在一次聊天中，这两位创业者发现了天猫小店这个创业新物种，“当时我们两个就先斩后奏报了名，回家以后‘忽悠’父母说先让我们做点小本生意练练手”。现在，这两位95后老板已经在物色店面准备开第二家店，“一代人有一代人的事业，我觉得新零售就是我们这一代人的机会”。

不愿思变 将被新一代消费者抛弃

和京东便利店类似，天猫小店采用的是品牌授权的方式，通过阿里和零售通的扶持，全面升级小店的服务能力，实现“坪效”提升。零售通也同样瞄准了中国600万家夫妻店（超过70%在3线~6线城市），但经营中存在进货难、成本高、产品质量没保证的供应链问题。而阿里巴巴则为店家提供大数据分析，帮助精准进货，同时提供品牌背书、日常经营管理的数据分析、店老板的线下培训等支持。

上述的蜗牛贸易商行今年4月首次开张时，由于对零售行业的不了解，刚开业，两位95后老板就因为在线下经销商那里进了一批山寨洗浴用品，导致积压了4万多元的库存。经过阿里团队的分析指导后，他们的日营业额从1000多元迅速上升到了5000多元。

在今天，这批数量庞大的夫妻店老板们在思考自家小店的前途时有了更多的选择（也可能是“烦恼”），是左转京东？右转天猫？还是继续按兵不动？

天猫小店华南区运营经理闻源对记者表示，继续因循守旧不愿思变，将面临被新一代消费者抛弃的命运。“如今，80后、90后甚至00后渐渐成为消费主力军，他们具有注重个性、乐于尝试新事物、品牌意识强等特点，就算是社区附近的便利店，也要求消费环境明亮干净、有自己喜欢的网红商品，哪怕价格高一点也无所谓，这也是罗森等国际连锁便利店能在中国大行其道的原因”。闻源说。

至于选择天猫小店还是京东便利店，就是个难得的抉择了。两者的共同之处是都能获得品牌授权，统一店面和装修风格更加有助于增强用户信心、增加客流量；两

家都有强大的货源和物流配送支持，还会提供货架摆放、品类选择等建议；后续能为店铺的运营管理提供数据支持，帮助管理者及时掌握运营情况，辅助做出正确的运营决策。

而两家的主要区别在于，天猫小店的门槛相对较高，不但对店铺的地理位置评估打分，还要求负责日常经营的老板年龄在40岁以下，以确保其新零售的各项策略、措施执行到位不变样。就连选品也要年轻化，并且授权合同需一年一签，如果年内店铺形象、商品结构等指标考核不达标，将丧失品牌授权资格。

相比之下，京东便利店更多考虑农村

地区夫妻店的改造需求，也就不设位置、店主年龄等门槛，前期投入费用也更低一些。只是在后续的大数据精准营销、用户画像分析、线上线下融合营销导流方面，京东的经验积累仍然弱于天猫。除此之外，饿了么的配送团队也成为天猫小店实现社区半小时配送的强大支持。

好消息是，无论这些夫妻店主们最终作出何种选择，预期都将能把目前日均千元的营业额水平大大提升一截。就算只能达到外资便利店日均万元营业额的一半，也能让店铺收入提升四五倍。何乐而不为呢？

（据《新快报》）



近日，宋河酒业举行了2018年宋河老子国学教育基金会宋河酒业职工子女奖学金发放仪式，为今年考入二本以上的45名宋河职工子女颁发奖学金。该基金会成立8年来，共资助1600多名贫困大学生，援建希望小学3所，发放《新华字典》15万余册、图书近20万册，捐助总额近8000万元，深受全省人民的好评。通讯员 李杰 摄