

# 从“零食自由”到“生活一站式” 量贩零食店玩“跨界”改变社区商业格局

这两年,达城大街小巷涌现出不少量贩零食店,“比超市便宜”“种类多到眼花”成了它们的金字招牌,深受学生党和年轻上班族的喜爱。

然而最近,细心的市民发现,这些零食店悄悄变了样——货架上不仅摆着薯片、辣条,还出现了洗发水、洗衣液、纸巾,甚至是毛绒玩具。

从“零食自由”到“生活一站式”,达州的零食店为何突然“跨界”?市民们是否愿意为此买单?连日来,本报记者走访了达城多家零食门店,一探究竟。



零食店售卖日用品。

## 零食店变身“小超市” 日用品成新宠

走进四川文理学院门口的一家“零食有鸣”,门口的烤肠香气扑鼻。往里走,货架上除了薯片辣条,还整齐摆放着纸巾、洗衣液、牙刷,甚至还有筷子、洗碗巾等厨房用品。

“好久没来逛,这次进来还以为走错了,这哪是零食店,分明就是个小超市。”正在购物的李女士笑着说。她是四川文理学院的学生,周末和朋友逛街过来,“本来只想买点零食,看到有洗面奶和纸巾,价格也划算,就顺便买了。”

像李女士这样“顺带消费”的顾客并不少。记者在店内观察的一个小时里,七八位顾客结账时都买了日用品。店员说,门店升级后客流量明显增加了,“尤其周末和傍晚,很多家长带孩子来买零食,顺便带点日用品回去。”

在西外青华园小区门口的“好想来”门店,日化用品和毛绒玩具的陈列比例同样大幅增加。

一对正在挑选玩具的母女告诉记者:“这里有一些小玩具,价格比商场里便宜,孩子路过就想买。”但当记者问及是否会在零食店购买洗发水时,她摇了摇头,“一般会选择网购,这里买东西应急还行。”

### 价格有优势 心动未必行动

价格确实是零食店敢“跨界”

的底气。记者比价发现,在西外一家“好想来”门店里,一瓶400g的飘柔洗发水卖29.9元,附近超市则要卖35.9元左右;一款七度空间卫生巾9.9元,比某超市便宜近4元。

这个差价,能让达城市民心甘情愿买单吗?

“价格确实便宜,但我不会特意来买。”在通川区上班的张先生说,他习惯在电商平台购买日用品,“天猫超市第二天就到,价格也不贵,自己懒得亲自提。”

四川文理学院的小陈也说,她和室友平时逛零食店更多是即兴消费,“看到便宜的就买点。洗发水这些我们都在网上拼单,更划算。”

对于达城的年轻消费者来说,零食店卖日用品更像是锦上添花,而非刚需。几块钱的差价,往往抵不过“懒得提”的心理成本。不过,也有市民觉得方便。家住西外的刘女士带着女儿在零食店购物,她告诉记者:“我经常去逛,零食相对比较便宜,日用品也比楼下超市便宜,顺手买了省事。”

四川文理学院的一位学生也表示,“零食店的日用品可以当作应急用品,有时候网购的东西没到,又需要急用的时候,就会在门口零食店买点。”

### 社区小超市 “换血”变身零食店

值得关注的是,量贩零食店的转型,正在悄悄改变达城的社

区商业格局。

在西外一个大型小区门口,原本经营多年的小卖部已经关门,取而代之的是一家“零食有鸣批发超市”。店内保留了米面粮油、日化用品,又增加了大量新潮零食,门店装修也亮堂了不少。

“以前那家小卖部东西摆得乱,我很少进去。”正在购物的王女士说,“现在变成零食店,反而愿意逛了,东西整齐,价格也透明。”

店员介绍,这家店采用了合作模式,部分商品沿用原超市供应链,但整体运营由零食品牌方主导。“改版后生意好一些,晚上和周末,来买零食的年轻人比较多,顺便带点日用品回去。”

这种模式,似乎给那些经营困难的社区小卖部提供了新思路。在达州,被零食店“接盘”的小超市或者小卖部不止这一家。

业内人士分析,量贩零食店靠供应链优势和品牌效应,正成为社区商业的“新入口”,跟不上节奏的传统小超市,可能越来越难做。

### 市民期待 “更好逛”的零食店

尽管量贩零食店的“跨界”尝试引发了不少关注,但市民的期待远不止于此。

“我希望零食店能更有特色,而不是什么都卖。”潮玩爱好者小杨告诉记者,虽然零食店里也有少量盲盒,但大多是

基础款,且不知道是不是正版,缺乏新意。“我更愿意去一些精品店或专卖店,那里的东西更新快,也符合我的审美和需求。”

日用品的选品也让一些市民有顾虑。“有些牌子的日用品没见过,不太敢买。”市民赵女士说,“虽然便宜,但如果是大品牌会更放心。”

记者走访中也发现,部分零食店售卖的日用品品牌比较小众,消费者很难在其它渠道比价,这也让一些注重品质的市民望而却步。

### 转型之路不止是“卖什么” 更是“怎么卖”

从零食自由到美好生活,零食店的转型口号喊得响亮,但真正落地达城,还需要时间检验。

一位长期关注零售行业的观察人士认为,量贩零食店的核心竞争力是低价和便利,但品类扩张后,供应链管理更复杂,运营成本也会上升。如果只是往货架上塞日用品,而忽略选品、陈列、服务这些细节,很难真正留住消费者。

在达州,市民的消费习惯正在悄悄变化。从便宜就行到既要便宜,也要品质和体验,零食店的跨界之路,或许才刚刚开始。对达城市民来说,无论零食店怎么变,他们最关心的始终是,能否用更少的钱,买到更好的生活。

□文/图 记者 田麒麟