忠心献给祖国 爱心馈赠社会

封面人物

王姐

区域便利店的破局之道

重走红军路，全国重点红色旅游景区盘点

便利店

CONVENIENCESTORE

2019 年 10 月刊

惠购GO
出厂价 · 更环保
微信扫码即刻省钱
我们的绿色环保供应链
让您买到更便宜
更新鲜的大牌商品
4000+正品大牌，厂家直供更新鲜
400-0999-200

践行社会责任 缔造美好生活

文/浮白 美编/二东

世界纷繁复杂，幸有国家带给我们安宁；社会发展困顿，还有你我为之上下求索。

当我们面对消费升级、行业变革大谈特谈企业价值的时候，更多的是想表达企业在回归商业本质的过程中创造的利润财富价值。企业作为社会国民经济发展的主体，同时还肩负着助力国家高质量成长的社会使命要求。古语有云：“树无根不久，水无源不长”。企业长期良性发展，创立百年品牌，首先需要与我们的国家、我们的社会保持统一的价值观，勇于承担企业社会责任，以创新发展、专注产品品质锤炼、匠心打造企业品牌，在不断提升企业核心竞争力的同时，艰苦卓绝的促进社会进步，促进民生事业发展。

能力越大，责任越大。企业在经营实践过程中，要把社会责任科学地融入到自身的发展战略中去，在社会利益与企业利润之间找到发展平衡点，真正实现企业利益与社会利益共赢！中商惠民秉持“根植中国回馈社会”的企业社会责任理念，将企业公民理念延伸到扶贫、教育、体育、关爱儿童等众多领域，在高质量商品服务、便利店连锁化、惠民生态建设等领域全面推进，让消费者获得更完美的体验，助力中国经济发展，缔造美好生活。

CONTENTS

04 / 11 **热点资讯**

行业新闻
企业新闻

12 / 21 **人物**

惠仔金秋游京城之一便利伴随城市发展春风
聊聊夜间经营那些事儿
做生意的面子与里子
车轮上的便利生意

22 / 27 **便利新锐**

从日本便利店发展史看中国便利店未来
便利店行业变革：数字化助力重塑价值链
区域便利店的破局之道

32 / 35 **爆品推荐**

36 / 39 **小老板商学院**

社区生鲜销售实操指南（下篇）
便利店商品准确定位切忌“超市化”

42 / 45 **乐享生活**

重走红军路，全国重点红色旅游景区盘点
店铺风水财位方位有哪些

2019 年 10 月季刊（总第 60 期）

主办 / 版权所有　中商惠民电子商务有限公司
编委　中商惠民战略发展中心
主编　巨晓妲
执行主编　吕晓清
编辑　张泰 筱玖 巴乔
美术主编　董娇娇

微博二维码　微信二维码

出版日期　2019 年 10 月 1 日
发行　中商惠民集团
电话　010-84938977
客服　4000-999-200
网址　www.huimin.cn
地址　北京市朝阳区广顺北大街 5 号
融创动力科技文化创意创业基地 B 座五层

行业新闻—传统零售

中石化易捷咖啡首店落户苏州 咖啡市场闯进跨界大佬

9月3日，中石化易捷发布全新品牌“易捷咖啡”，首店落户苏州，中国石化的加油站咖啡正式面市。

据了解，易捷咖啡是加油站便利店业务“外送+到店消费”新零售模式的创新。易捷咖啡打造了三种不同定位的系列产品，即92号(黑白咖啡)、95 号(时尚特饮)、98号(精品系列)，与中石化加油站场景契合。

早在去年易捷发布二代店时就曾引入过瑞幸咖啡，当时瑞幸咖啡的存在对于易捷而言是业务补充，对于瑞幸咖啡则是新场景的探索。

有分析人士认为，中石化易捷推出独立咖啡品牌足见加油站咖啡存在可观的市场前景，同时它的进入也有望进一步改变国内咖啡市场已有格局。

（来源：北京商报）

外资零售商卜蜂莲花未来何去何从

卜蜂莲花和家乐福、沃尔玛一样是最早进入中国掘金的外资零售商，“家底”更雄厚，但是进入中国22年，开店居然不足百家。2012年-2016年，连亏五年，合计亏损额度近11亿，现在市值不足三成。

卜蜂莲花名声不大不小，本来并不会被太多的关注。但是9月11日，卜蜂莲花发布联合公告，按照预期时间表，普通股在港交所撤销上市地位生效日期为2019年10月28日。这样一则消息让不少人把目光放到了它的身上。

（来源：公众号/纳食）

沃尔玛首涉快时尚 全渠道铺自有品牌George

9月16日，沃尔玛宣布将深度差异化商品策略，首次官方在全渠道推出快时尚自有品牌“George”。消费者可在沃尔玛全国400多家门店及沃尔玛到家线上平台选购。

据了解，本次沃尔玛以满足中国顾客穿着理念和生活方式为出发点，将“George”品牌引入中国市场，并实现全渠道同步发售。目前，自有品牌为沃尔玛在增强顾客黏性及深度差异化商品策略上起到了重要作用。

据介绍，“George”品牌起源于英国，拥有近30年的历史。为了提升品牌认知度，沃尔玛在全国各区域特别挑选了20家代表性门店，顺利完成了“George”品牌服饰专区的升级改造。

（来源：北京商报）

宜家再次试水餐饮业态 在上海推出首家烘焙工坊

近日，宜家在中国首家宜家商场——上海徐汇店开了一间烘焙工坊。据宜家家居消息，这间烘焙工坊由一楼餐厅和咖啡馆改造而来，品类包含各式甜点和咖啡，支持扫码点单、手机支付。

宜家美国食品部主管 Gerd Diewald 曾表示，现在他们在认真考虑，下一阶段，把宜家餐厅发展成一个独立的小餐厅，专门开在市中心地段。“我希望过个几年我们的顾客会这样说，‘宜家是个不错的吃饭的地儿，对了，他们还卖家具’。”

（来源：联商网）

行业新闻—厂商动态

“改口”做广告，老干妈被迫求变

近日，一则老干妈广告宣传视频风靡整个微博平台：魔性的剪辑、鬼畜的舞蹈再加上不断循环的洗脑神曲，一时之间吸引了大批“饭圈女孩”，热度久居不下。此前一直以“不上市、不宣传、不融资”自居的老干妈如今推出广告宣传，业界不免猜测，在新的管理层接任后，老干妈似乎要寻求新的突破口。

业内人士表示，随着辣椒酱市场的不断扩大、利润的抬升以及新入局者的增多，老干妈虽稳居行业第一，但寻求变革的焦虑也在日益增加，尤其是面对自身品牌老化、营销方式滞后等问题时，新的管理层更加渴望变革。

（来源：亿邦动力讯）

大白兔60周年巡展落地杭州万象城带来一波回忆杀

诞生于1959年的“大白兔”今年迎来60岁生日。60年来，“大白兔”集“中国驰名商标”、“中华老字号”等诸多荣誉于一身，同时，它也是无数中国人儿时的美好回忆。

借着国潮品牌的崛起之风，“大白兔”走进杭州。9月12日-10月8日，大白兔60周年巡展落地杭州万象城。

作为“上海冠生园食品有限公司”旗下的核心资产，品牌年轻化是“大白兔”近年来的品牌发展战略，秉承在传承中创新，既经典亦时尚的原则，深度挖掘“大白兔”品牌文化，先后推出了“巨白兔”、“mini巨白兔”、“巨牛轧、“大白兔奶瓶装”、“大白兔100冰激凌风味奶糖”、“大白兔上海伴手礼”等一系列的广受年轻消费者喜爱的创新产品。

（来源：亿邦动力讯）

植物蛋白掀起新一轮创新热潮

从素肉汉堡到素鸡块，市面上出现了越来越多的素肉选择，而真正引起波澜的，则是那些可以提供真实肉制品口感的素肉产品。业界成功的典范Beyond Burger和Impossible Burger都很好的阐述了植物蛋白产品品类的增长潜力。Impossible Burger于2016年面市并成功在实验室复制出铁血红蛋白，这是肉类替代蛋白制品巨大的飞跃。自此之后，越来越多的植物蛋白相继出现在消费者的视野。

（来源：亿欧）

加码高端奶粉 蒙牛拿下澳洲有机第一品牌贝拉米

9月16日，蒙牛集团在香港发布公告，宣布拟收购澳大利亚有机婴幼儿食品和配方奶粉企业贝拉米(Bellamy’s Organic)，双方已于9月15日签署了协议。

贝拉米有机产品在亚太地区深受消费者欢迎，是在澳大利亚和中国市场的有机婴幼儿配方奶粉主要品牌。

本次收购，也是卢敏放“全球乳业共同体”构想的一次重要实践。未来，蒙牛将继续立足中国、放眼全球，坚定推动乳业国际交流合作，为做优做强中国乳业、促进全球乳业共同成长做出更大贡献。

（来源：亿邦动力讯）

行业新闻—B2C

掘金淘宝直播 星巴克一晚卖出16万杯咖啡

星巴克参与淘宝直播，一晚上卖出16万杯饮品

“天猫精灵，来杯咖啡。”

“为您点到一杯热美式，来自星巴克专星送……”

9月16日晚，星巴克和淘宝知名主播薇娅合作，第一次参与淘宝直播。

主播一边介绍手中的星巴克杯子，一边和星巴克定制版的天猫精灵互动，演示语音点咖啡。倒计时5秒钟，产品一上线，3000台定制款天猫精灵秒售罄。星巴克也成为当晚全网第一的热销店铺。

（来源：公众号/咖门）

中小型老字号“抱团”布局线上开集合店

3月24日，北京商报记者发现，天猫上线了集合多家老字号品牌的商铺“老号亿家旗舰店”。天猫称，这家集合店由中华老字号协会官方认证，天猫还将陆续选出10个具有潜力及产品特色的中小型老字号入驻店铺。

实际上，对于老字号品牌来讲，区域限制让品牌影响力和产品销售都受到极大影响，而电商销售则弥补了上述短板。此外，与已经具有一定名气的大型老字号不同，中小型老字号还面临着“如何变得更有名气”的困惑。

“老字号一条街”从线下的商圈走到了线上的电商平台。北京商报记者在老号亿家旗舰店发现，目前已经入驻了胡庆余堂、采芝斋两个老字号品牌，商品售价较为亲民，单件商品的价格区间在10-130元不等。

相较于线下时常人声鼎沸、汇聚数十家老字号品牌的老字号一条街，天猫的这个“老字号一条街”还有些冷清。目前老号亿家旗舰店入驻的两个老字号品牌均为杭州特产。

（来源：北京商报）

盒马全量接入饿了么 21城超150店当月上线

9月12日，阿里巴巴旗下盒马鲜生与饿了么宣布已实现战略互通，共涉及全国21座城市超过150家门店。用户通过饿了么也能享受“盒区房”的鲜美生活，来自全球各地的螃蟹、龙虾、鲜制食品等近万种优质商品，手机点点30分钟送上门。

这成为阿里生态内生鲜服务的打通和协作的又一个关键动作。去年以来，基于优质的供应链能力以及服务体系，盒马将模式和经验持续输出，带动阿里生鲜农产品服务逐步升级。

（来源：联商网）

放宽执业药师配备要求 北京便利店售药再迎利好

在北京“便利店售药”超过半年的试水期过后，此前企业的“门槛高”、“与药店竞争”等担忧并未出现，在人员、面积、距离等企业关注问题上反而迎来了更为宽松的政策支持。

9月16日，北京商报记者从北京市药品监督管理局了解到，北京便利店售药将放宽执业药师配备要求，同时豁免售药便利店相邻药店间距要求及适当放宽药品、医疗器械分类摆放要求。

北京便利店销售药品在政策上可谓频亮绿灯。商业专家认为，这表明未来在非处方药品零售方面会有更多的可放开的空间，如24小时自动售药机等新兴业态或更多业态都可能进一步放宽限制，以实现便民效果。

（来源：北京商报）

行业新闻—国际电商

遭遇“李鬼”，网传Costco即将落户重庆

自8月27日开出中国大陆第一家门店之后，美国超市开市客(Costco)始终新闻不断，最近又遇到了“李鬼”风波。

9月13日，多家媒体报道称开市客即将进驻重庆。9月16日，开市客中国区辟谣称该传闻不实，而当《财经》记者向疑似“假冒者”求证时，对方不但坚称重庆开店的消息是真的，还称开市客中国区和闵行门店才是假的。

重庆广电9月12日报道称，“Costco一带一路”泛中国区Costco商品总代理——香港财合流通有限责任公司(下称“香港财合”)与成都川台智慧农业开发有限公司、重庆绿科德尚环保科技有限公司分别举行了战略合作签约仪式。重庆将至少开两家Costco旗舰店和四家精品生活店。

对此，开市客中国区相关负责人回复《财经》记者称，传闻开市客重庆开店的事情不实，“香港财合流通有限责任公司与开市客中国没有关系，相关报道中的事件美国Costco正在处理调查。”

这位负责人同时否认了Costco通过代理方开店的可能性。他表示，Costco所有海外开店都由美国总部统一规划，中国大陆的开市客100%由美国Costco投资管理，并由开市客(中国)投资有限公司运营。

(来源：财经杂志)

速卖通双11玩法：将全面布局海外社交场景

9月19日，亿邦动力获悉，阿里巴巴全球速卖通召开2019双11巡回发布会。今年双11,速卖通将在市场营销、流量、社交、物流等多个平台侧功能和服务上进行升级。

在此次速卖通大会上，速卖通大学元老级资深讲师汪星为卖家全面解读了此次双11备战全景。

（来源：亿邦动力）

亚马逊 阿里 沃尔玛决战印度市场

9月7日，据国外媒体报道，阿里巴巴集团子公司UC浏览器计划未来几个月在印度推出一项电子商务服务。其实阿里巴巴在印度市场发展多年，布局的业务主要围绕在电商领域，随着子公司的入局，阿里在印度电商行业有增加一个筹码。

9月9日，全球电商巨头亚马逊继续在印度市场大举加码，启用在印度海德拉巴(Hyderabad)迄今为止最大的办公楼。在印度，亚马逊也在套用类似美国市场的打法，以电商业务为核心，在线下亚马逊已经收购了印度若干家超市连锁的股权，已经获得了实体零售店的销售通道。

除了阿里跟亚马逊之外，商场巨头沃尔玛也对印度电商市场虎视眈眈，相较两位对手，沃尔玛大手笔投资Flipkart，这家曾在印度电商市场占据市场份额最多的平台。除了阿里、亚马逊、沃尔玛之外，面对印度成长迅速的市场潜力，互联网巨头谷歌似乎也坐不住了，它也有意将触角伸到印度的电商领域。

巨头强攻之下，印度市场上演群雄逐鹿的大场面。

（来源：美股研究社）

企业新闻 >>

喜讯！

中商惠民正式完成新一轮16亿人民币融资

9月9日，中商惠民正式完成16亿人民币新一轮融资，本轮融资由济南市国资委旗下产业发展集团领投，老股东达晨创投、金浦基金、华兴资本等跟投，中商惠民本次融资为快消品B2B电商领域迄今为止最大规模的单轮人民币融资，在完成本轮融资之后，中商惠民将继续加强商品渠道流通效率、新零售连锁业态布局、数字化技术应用、惠民社区生态构建与完善人才体系。

首旅集团党委副书记总经理白凡一行考察中商惠民

9月11日北京首都旅游集团党委副书记、董事、总经理白凡；中国全聚德（集团）股份有限公司总经理张力；首汽租赁有限责任公司总经理杨军伟等一行到中商惠民北京总部考察。中商惠民董事长张一春及集团高层迎接，并向白凡总经理一行详细介绍惠民模式及惠民生态。

洽谈会中，双方就惠民“新零售”模式、平台化操作、未来B2B发展趋势开展探讨与学习，并决定在多类目商品流通、差异化经营、餐饮旅游娱乐合作、品牌输出推广等方面达成全方位深入合作意向，旨在实现产业融合升级，资源共享，优势互补，互惠共赢，促进各自快速发展。

据资料显示，北京首都旅游集团有限责任公司是中国最大的旅游企业集团之一，公司以经营旅游业为主，涵盖酒店、旅行社、汽车、购物、餐饮、娱乐、景区等业务发展的现代化企业。目前，旗下拥有“首旅酒店”“王府井”“首商股份”“全聚德”四家上市公司，目前集团资产规模已超千亿元，在《中国500最具价值品牌榜》和全国大型旅游集团排行榜位居前列。

中商惠民与济南民天签署战略协议
加速区域供应链改革升级，助力行业品类精细化运营

中商惠民集团与济南民天集团于9月9日正式达成战略合作，此次双方合作将以深化米面粮油等基础物资供应链为切入点，同时在加工与贸易层面进一步加深合作，利用中商惠民强大的全国供应链体系、快消品采购运营体系，以济南为中心快速铺向全国市场，双方共同加速快消品区域供应链升级与民生事业发展。

中商惠民集团董事长张一春；执行总裁苏小新；嗨家连锁总经理张一芬；中商惠民集采公司总经理唐依军出席签约会。产发集团副总经理兼产发物流集团党委书记董事长孟新同志出席签约发布会并讲话，产发物流集团总经理兼民天面粉党委书记、董事长、总经理陈会生与中商惠民执行总裁苏小新共同签署战略协议，产发物流集团董事、副总邵泽川同志带领精英团队参加本次活动。

张一春在签约会中表示，未来与济南民天集团的深度合作，对中商惠民打造惠民生态体系有极强的战略意义，此次双方优势互补、共同深耕渠道也将为行业打开更多通路。

孟新高度赞同惠民生态布局，并表示民天集团是与共和国同龄的名牌企业，肩负着为济南近900万人口乃至整个山东居民提供米面粮油生态产品链的重大使命，未来与中商惠民合力打造以全国市场、嗨家便利店以及济南地区B端市场三位一体的战略合作，将最大力度的提升供应链效能满足民生需求，实现携手共赢。

济南民天集团隶属于济南产业发展投资集团，是省、市粮食局重点培植的龙头企业，目前民天集团已发展成为集粮油存储、面粉加工、食品生产、油脂加工、粮油贸易和进出口贸易为一体的国有大型集团化企业。形成了面粉、食品、粮油精深加工三大主业，呈现出全产业链模式的集团化、产业化大发展框架。相继荣获“山东省著名商标”、“山东省名牌”等称号，呈现出品牌化、多元化发展之势。

中商惠民关注留守儿童，我们在行动！

中商惠民公益在行动，“99公益日”惠民携手中华慈善总会，让爱成长关注留守儿童。本次活动，惠民旗下惠付通、嗨家便利等各业务线全力支持，所有合作便利店配合推广宣传，为了明天关爱儿童，让我们携手“一起爱”！

儿童是我们的未来，为促进关爱留守儿童事业发展，2016年中商惠民董事长张一春响应中华慈善总会号召，与全球联合之路理事长李励达先生及夫人共同发起成立了“中华慈善总会关爱留守儿童慈善家委员会”。并以委员身份受邀出席了在墨西哥城举办的“ 全球联合之路–墨西哥慈善高峰论坛”，作为中国企业家代表为关爱儿童项目捐款150万，用于关爱留守儿童的学习与成长。

关爱儿童健康成长，关注留守儿童，中商惠民在路上从未缺席。2018年，在贵州省麻怀村精准扶贫项目中，中商惠民为麻怀村小学新建“惠民图书角”，丰富孩子课外生活，培养孩子读好书好读书。2019年7月，惠民联合再佳学教育捐赠5万套价值人民币9800万元的《最美课本》，让十堰市的每一位孩子都能享受到优质教育资源，让教育回归自然。

“少年强则国强,少年智则国智”，留守儿童是城市化发展的产物，从根本上解决需要一个长期的过程，让留守儿童都能有所依、有所教、有所乐，需要全社会的共同参与和持续关爱。为了明天关爱留守儿童，中商惠民在行动，我们期待您的加入！

惠民公益

点滴爱心汇聚成海，中商惠民积极投身社会公益，将企业公民理念延伸至精准扶贫、青少年教育、关爱儿童和全民健身等众多领域，深度践行惠民企业社会责任。

2014年，捐赠支持特警学院人才培养与军队国防建设

2015年，关爱留守儿童，为青海循化县岗察乡小学捐建取暖设施

2016年，与中华慈善总会共同发起成立“中华慈善总会关爱留守儿童慈善家委员会”，并向“为了明天–关爱儿童”项目首批捐赠150万元

2017年至今，连续多年冠名“丝绸之路”宁夏 · 银川国际马拉松

2018年，启动贵州麻怀村精准扶贫项目，董事长张一春被授予贵州麻怀村名誉村主任

2018年，首个“惠民图书角”在贵州田坝小学落户安家

2019年，为“光彩事业”，联合捐赠价值 9800万元图书,让教育回归自然

2019年，助力“99公益日”活动，携手中华慈善总会让爱成长关注留守儿童

（“为了明天 – 关爱儿童”项目捐助入口）

人物

惠仔金秋游京城之一
便利伴随城市发展春风

文 采访 摄影 惠仔

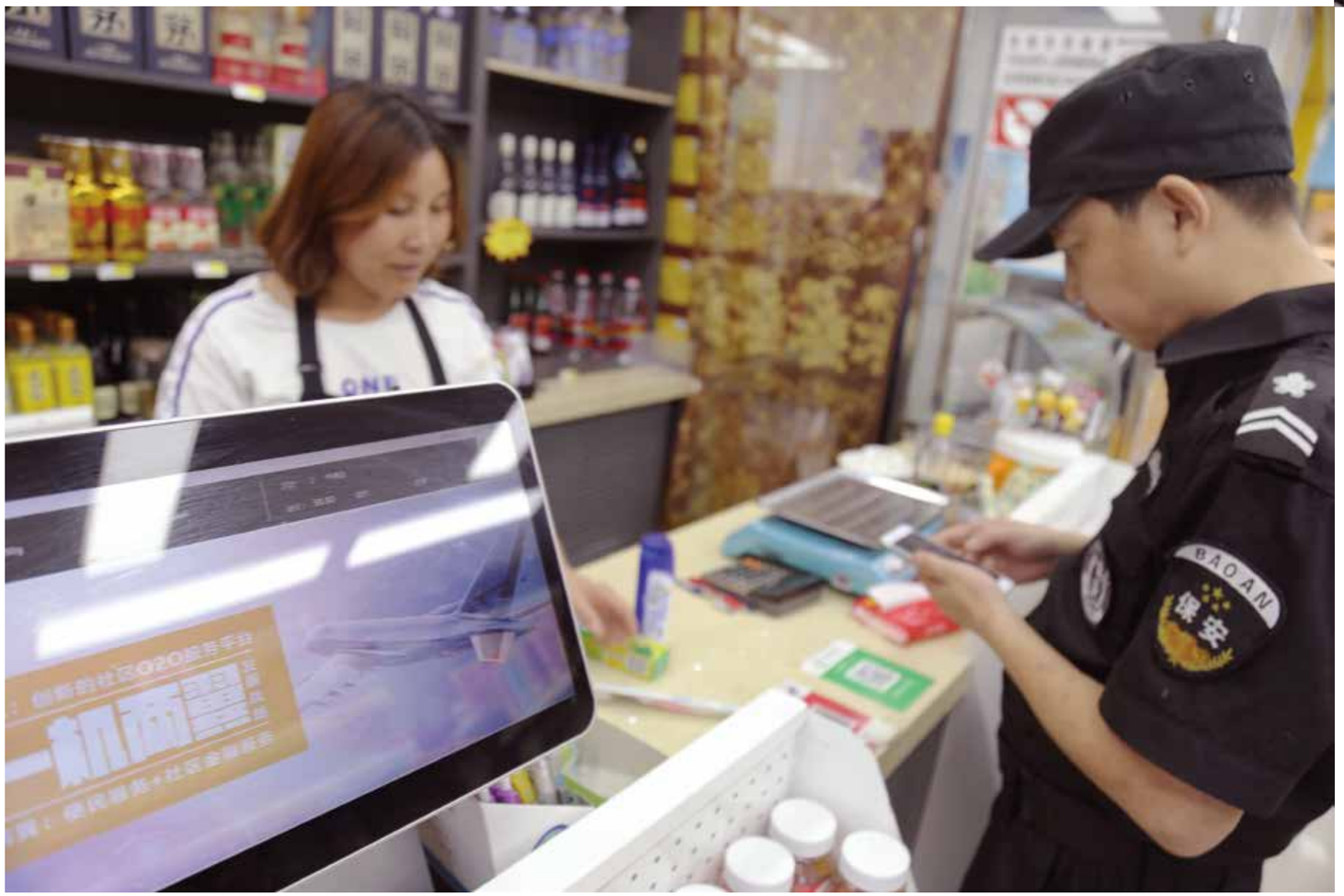
秋老虎来袭，北京经历着今年收尾的夏季，惠仔也迎来了70周年大庆前的第一波拜访，伴随着热热闹闹的中秋，北京的小店们基本结束了一年一度最繁忙的时节，店主们忙着做着收尾与换季工作。

王姐的小店位于北京北四环的关庄附近，这几天，惠仔经过嗨家连锁加盟事业部的推荐，来到了这家61号嗨家关庄店。惠仔刚一进店，就被干净整洁的店面、整齐有序的商品和丰富陈列的卷烟柜所吸引。店内设有一个休息区，放置了一张小桌子和几把椅子，两名北京环卫集团的司机师傅刚下早班，收车回来点了几个小凉菜，就着啤酒、花生米和主食正在大快朵颐。

两年前，店老板王姐和丈夫还是建筑行业的从业人员，跨行进入零售行业后，王姐坦言没想到看似简单的小店居然有这么多门道，需要大量精力与时间去细心呵护，讲起这一两年来做生意的心得体会，王姐觉得加盟嗨家是非常正确的选择，不仅能给与外行以及初入行业的人全方位的指导，让上手时间大大缩短，同时也让回本时间大大缩短。王姐仔细算了一下，从刚开始经营每天只有一两千的流水，到目前稳定在五六千，甚至有时候能突破八九千的流水只用了不到一年时间，这比她预想两年养店时间缩短了一年多。

相对于两年前关庄开发度较低的情况，王姐出于多年建筑从业人员的敏锐嗅觉告诉她，不出几年这里就能有相当大的变化，于是果断与开发商签署了5年协议，王姐悄悄透露给惠仔，由于当时开发程度不高，租金比一街之隔的地段便宜了近七成。事实也证明，王姐基于城市发展的推断没有错，周边几座高楼拔地而起，快速建设的写字楼和酒店也让前景充满期待。“选址就是看趋势，什么样的趋势就会造就什么样的生意。”王姐谈起初创小店时总结道。

王姐接着说道：“关庄的嗨家店定位于白领商圈型店铺，平时消费以上班族为主，一天的营业额都集中在固定几个时段。以前的话一般晚上8点以后就没什么人上门了，我在熟悉了这里环境后发现旁边不远还有北京环卫的宿舍楼，但这附近的便利店只有我们一家，环卫基层工人常常深夜才下班，他们回到这里后购物不是很方便，我们就延长了经营时间，没想到这一小举措竟给我们带来了大量稳定客源，我们根据他们的需求，把小凉菜与简餐开发出来，只需要不多的钱就能满足可口速食饭菜的需求，进而带动了其他商品的售卖。”



王姐的店铺在照顾不同需求的顾客方面，用了很多心思，比如早餐的开设与小饭桌的打造。让每个进店的人都能最大程度体验到有温度的便利。“现在市场竞争这么激烈，售卖的不再只是商品，服务与特色也要跟上。”王姐说的很认真。经营之余，王姐会热情地招呼来这里休息的顾客，笑容满面地和他们聊家常，附近的常客来这里买东西总喜欢找王姐聊上一聊，而王姐也会在顾客临走时揣几个小礼物，全然不在意这些顾客是否购物。

对人、对物、对事王姐在经营过程中都处理的相当妥当，对于公益和爱心王姐更是十分的支持，还做起了中商惠民发起的“关爱留守儿童慈善基金会”的义务宣传员，不仅将宣传单页贴到了柜台旁边，还对每一位前来购物的客人做详细介绍，呼吁大家在生活不断变好的同时，关爱目前还在边远地区的留守儿童，给予他们最大的关怀。“热情服务才能得人心，而有人心才能有人气，惠民是有温度的公司，保证每一个孩子才是祖国未来能更好的基础，希望通过我们的微小力量，把温暖真正送到他们身边。”王姐期待的说。

聊聊夜间经营那些事儿

文 采访 摄影 惠仔

为消费者提供称心如意的商品，满足消费者最大的需求，是小李的不懈追求。伴随着北京城市发展与夜间经济的大力推动，小李的店跟着这波儿顺风车业绩猛增。当然，只是晚点打烊肯定不够。商店的经营环境要好，服务要跟上。小李的店不大，约有50平方米，他将方寸空间打造得十分温馨，在多盏暖色调LED射灯的映照下，店面显得宽敞明亮；错落有致的陈列，让人一眼就能找到心仪的商品；而为了兼顾晚上归来以及高层住户的需求，小李把速食与日化的比重不断调高，为公寓楼提供着良好的消费体验，在这里的每个小细节，都体现出小李的经营理念——把消费者当“家人”对待。

在努力营造“家”氛围的同时，小李还尽量满足和挖掘“家人”的需求。比如，针对楼上高层住户，他打通了线上线下服务，通过微信群与小程序，让大家在五分钟之内就在家拿到需要的商品。“满30就送，不过很多时候顾客打来电话，只要没什么事儿我就过去送一趟，满不满的也不用计较那么多，尤其是晚上，顾客很多时候打来电话都已经是半夜，但我总觉得急人之所急才是真正做生意，索性我把经营时间延长到了凌晨，没想到现在居然撑起了我生意的半壁江山。”小李的热情不仅让顾客体验到优质的服务，还让生意得到延伸。

小李跟惠仔聊起便利店和超市的区别，颇有一套经营心得体会，小李说其实便利店和超市有很多类似的地方，但即时功能上便利店要强于大超市。大型超市一般营业时间12-14个小时，便利店则多是16-24小时，为了吸引和黏合客户，小李的小店通常经营时间在20小时左右，同时还会提供手机、公交卡充值、代收快递、鲜花蛋糕预定、免费wifi、热开水供应等增值服务，同其他小超市相比，他的店还会提供一些饮食供应，如烤肠、关东煮、饭团、散称小零食等，方便整栋楼的顾客需求。

多年如一日对经营培育的重视，终于也让小李尝到了甜头，不仅获得了消费者的青睐，也直接显示到流水的不断增加，从前几年的两千多，到如今的一天七八千，小李简单算了算每年增长率都保持在30%以上，这在小零售业态里是相当不错的成绩。

面对如今生意的愈发蓬勃，小李也着实感觉干着更有奔头了，同时也将自己能发展旺盛归功于对客户需求的熟知上。“如今，顾客的消费需求更为多样化，只有不断优化自己的商品与服务，满足客户需求，才能令顾客满意，生意才能旺。”小李说。

做生意的面子与里子

文 采访 摄影 惠仔

“高经理来了啊，大热天儿的自己拿瓶水喝哈。”就在前几天，惠仔跟随惠民在北京望京地区的负责人高艳鑫做拜访，走访到位于北小河的世安家园，小区内的宏鑫源便利店店主李姐热情地招呼道。

一米六左右的个头，充满活力；头发齐齐整整精干利索；李姐从外地来北京已有十余年，随着近年来零售业的不断发展，李姐的小店也有了突飞猛进的发展，她认真观察不同消费人群的消费特点，根据其消费习惯制定出相应策略，并推出特色活动。比如，她会定期把有奖品的爆款做陈列，吸引消费者购买，并提升其购物体验。

李姐深知，必须要在传统经营模式中注入新元素，才能让店铺在同质化竞争中突出特色。在她看来，经营要念好“开”字诀，既要集思广益，又要开拓思维。随着互联网的深入发展，经营与进销存只用经验的时代已经过去，李姐随即在店里安装了终端管理系统，并在业务代表的帮助下定期利用系统认真盘点销售情况，适时调整进货计划，以便更好地满足顾客需求。此外，李姐还根据店铺主要消费人群的特点选购有特色的新品，丰富消费者的购物选择。

“结账时给顾客抹零、定期举办新品促销活动、满赠的合理利用。”李姐善于用增值服务给顾客制造惊喜，提升他们的购物体验。久而久之，宏鑫源便利店的口碑在小区里也越来越好，消费者黏性越来越高。

每天创新一点点，是李姐快乐的源泉，而通过这些小举措，不仅让店里的人气旺了起来，也带动了店内的其他消费。这让李姐不仅感觉到对生意越来越有信心，也充满了成就感。如今，她还在不断冒出新点子。下一步她准备推出会员卡，持有会员卡的顾客购物满一定数额，便可领取不同的指定商品。这些指定商品每隔一段时间就会更新一次。

谈起当初开小店的原因与历程，李姐至今还能如数家珍。“开烟酒店的原因很简单，因为对经商有兴趣，也看好零售业的前景，正巧自己也想创业来闯一闯，看了一圈觉得望京还不错，韩国人聚集，消费能力也有，就在这边扎了根”李姐说。小店刚开业的时候，当时的思想较为僵化，她认为店已经开起来了，要做的只需要等顾客自己上门就行了，营销就是增长营业时间，所以我一天都呆十六七个小时，当坚持了很长一段时间发现生意都没什么起色。而且由于平常店里的顾客不多，就时常待在柜台里看电视，有时顾客到了柜台前才发觉。

“一个月下来，利润还不如把房屋租出去的租金高，必须得转变才有转机。”李姐回忆道。

经过十多年的打拼，她从“门外汉”逐渐成长为经营小能手，这是时间和岁月的累积，更是汗水与泪水结出的硕果。当被惠仔问及是否有经营的捷径时，李姐诚恳的说：“言必诚信，行必忠正。营销手段固然重要，但最重要的是诚信。”

看着她那单薄的身影，再看小店里来来往往熟识热情的人群。惠仔意识到，也许经营不只是她谋生的手段，还是她传递温暖的方式。

车轮上的便利生意

文 采访 摄影 惠仔

“现在惠购GO旺季订单量高，我这个望京区域好几个司机，一天干十四五个小时都不一定能送完，不过还是想着尽量多拉几单，让人们早点感受咱们的服务和速度。”惠购GO望京区域配送司机段成俊对惠仔说。

段成俊是惠民的001号司机，在最早加入惠民那段时间里，伴随着惠民业务的快速扩张，段师傅跑过朝来、马驹桥、望京、三里屯、石景山等北京各大区域，不管是在惠付通订货平台还是在惠购GO社区拼团平台，他无时无刻不奉守着惠民公司理念，保证货品安全送达的同时，尽力帮助店老板做好清点与上货等工作，数年如一日的努力不仅让商户满意好评率常年保持前三，也让自己成为了公司2017年度惠民黄金战士。

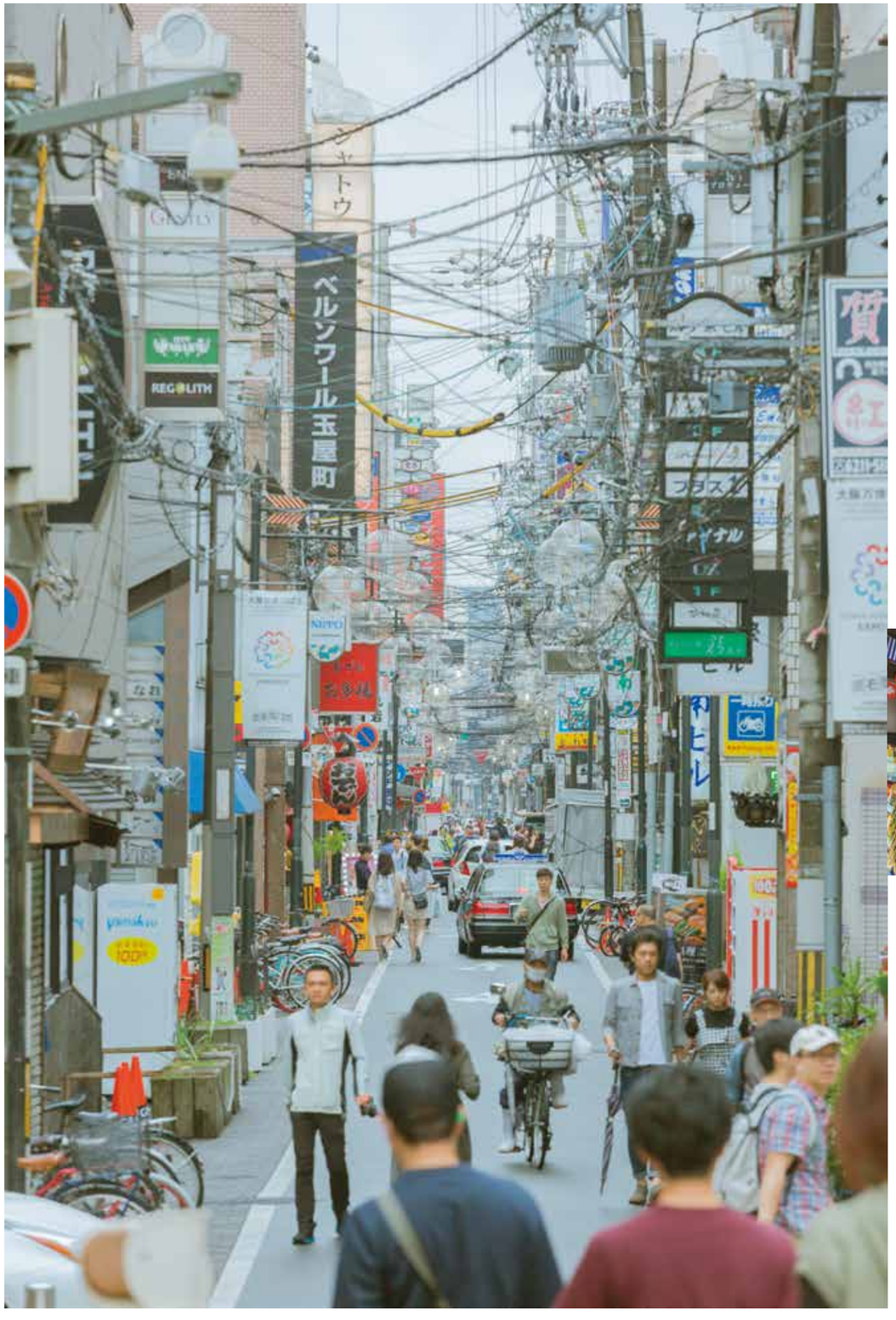
段成俊已经有40出头，车龄接近20年，但段师傅精力还是相当旺盛，拉货、开车、搬货、上架一点儿不耽误事儿，从老家来北京的多年时间里没有放下过司机这个行当，在互联网+零售浪潮来袭的市场驱动下，大批像段师傅这样的司机加入了中商惠民，他们承担着惠民最重要的商品流通渠道，保障着今天下单明天送到的公司承诺，据惠仔查看后台数据，仅2018年一整年，惠民1500余台车辆全国配送里程突破1.5亿公里，算下来每天都在绕地球十多圈，而像段师傅一样恪尽职守的司机全年平均在线340天，他们时刻响应着不同订单的召唤，穿梭在城市的各个角落。

当惠仔提及年度黄金战士时，段成俊不好意思的挠挠头，说自己只是做着应该做的事，都是大家的认可才成就了自己。一平米不到的驾驶室基本上占据了段师傅的绝大多数生活，而他在东五环高碑店的住所只是他临时歇脚的地方，那是一间自建房，没有独立的卫生间，没有厨房。相比而言，这一平米不到的驾驶室更像是他的家，平时累了会在车上小憩，饿了会从路边随便买一些食物充饥，而作为山东人，馒头则是他最爱的食物，便宜还吃着欢乐。

而惠民的这辆车也陪着陈师傅走遍了北京的各个角落，他熟知哪里会有近路，什么时间北京哪条路段会限行。说起货车在北京行驶，段师傅无奈的感叹到：“我们这种车在北京限行太多了，但也很无奈，接到客户的单子，要把货送到二环里，如果不开就送不到了。不过大多数时候我们也会尽量和客户协商，避开限行的时间去送货。”为此，惠民的订单系统起到了大作用，提前排好配送序列，并在路途中随时更新各区域路况，是否限行。

当黑夜降临，司机师傅们的忙碌还没有结束，拉调配、支援惠民分仓、加急送，就这样一天几百公里的市区内来回奔波，已成为惠民司机师傅的工作常态，雾霾暴雨依旧坚守，只想不错过每一位小店老板的信任。

他们总能在每天的辛苦奔波中找到乐趣，每当配送完毕后订单评价系统获得好评，他们都会笑笑以示对自己的鼓励。而每一次出库，感觉就在出车的下一秒，他们就要撕去身上的衣服，换上蓝色紧身衣、披上红披风，去拯救世界了。惠民的货运司机们与其说是商品的搬运工，不如说是城市的血脉，他们将所有货品及时送往城市的各个角落，惠民也正是靠着这些勤勤恳恳的司机师傅日以继日的工作，才得以发展壮大，为更多的小店带去温暖和希望。



从日本便利店发展史看中国便利店未来

文/浮白　美编/二东

纵观日系便利店的发展历程，以7-Eleven、罗森、全家等便利店寡头为例，日系便利店在产品结构、运营效率和开放加盟等方面，已经具备自己的成功经验。

在产品结构上，通过提高便利店的快餐鲜食高毛利零售商品的占比，提升盈利能力；在运营效率方面，便利店形成了区域密集开店和共同配送，通过规划化和集中化降低运营成本，充分发挥网络效应和规模效应，极力压缩竞争对手开店机会。此外，通过盈利化和标准化的开放加盟模式，快速抢占市场，扩大经营规模；此外，日系便利店提供的服务远不止在买商品。有数据显示，一个日系便利店可提供1000种服务，包括零售服务、公共服务、金融服务、健康服务及其他特色服务等等，这为便利店聚拢了不少人气。

目前，日本的便利店行业始终在稳定增长，甚至已超过百货成为日本第二大业态。便利店行业头部玩家占主导地位，并且日系便利店走向海外发展，针对当前日本的行业规模，高达7000亿，渗透率达8.2%。

我们再回过头来看一下国内便利店的发展。现场规模来看，便利店规模仅1334亿，渗透率不到1%，这是一个隐形的市场蓝海，发展空间巨大。传统便利店小巧便利，一般步行5-15分钟即可触达，经营商品以休闲食品、快餐饮为主，以即时消费、小容量、应急性消费为主，并提供基本的社区服务，但是也存在租金成本高、定价高、商品不全的问题，传统的便利店已经无法适应新时代的发展。

新的便利店需要深度挖掘用户价值，被赋予了更多新的含义。在新技术和新玩法的涌入下，便利店已经不再是零售为主的载体，而是消费升级结合AI、物联网及大数据等新服务的载体，涌现了一批新物种，如无人便利店、盒马生鲜等一系列创新商业模式。

升级过后的便利店，定位从便利店起步，又不止是便利店。依托强大的供应链体系，完善的生态模式，通过线上线下精细化的运营，打通线下流量入口，深度运营用户并挖掘其价值。新的连锁便利店不仅是新零售的第一线，还是场景互联时代下的自主流量入口，承载零售更多的价值体现，通过小店整合金融、房产、文创等一系列的服务，是企业品牌线上服务在线下的延展。

中国市场与日本便利店高速成长期无论是经济环境还是政府政策非常相似，经济增长放缓，政府大力支持零售创新发展。同时，在新技术的催生下，给了便利店更多的定义及服务要求。在消费升级和技术驱动下，中国便利店正在完备自身优势，抢占蓝海市场。

便利新锐

便利店行业变革：数字化助力重塑价值链

文 Vic 整理于网络
美编 二东

经济的持续增长、主力消费人群的崛起、政策的支持以及资本和零售业企业的介入，成为便利店过去几年稳定增长的驱动因素。随着这些驱动因素的持续深化，便利店行业也将迎来进一步发展。

行业现状：三大助力引领便利店业态进一步发展

支撑便利店行业增速发展主要有三股力量，分别是作为主力消费群的年轻一代、政府的政策支持，以及加速行业发展的资本注入。中国经济的高速发展刺激了年轻一代的消费需求——与上一代消费者不同，年轻消费群体更加注重便捷、个性化、高品质的购物体验，便利店恰好契合了年轻人的消费习惯。

在政策层面，自2014年起，国家及地方相继出台了支持便利店产业发展的多项政策，这些政策的出台也更加规范了便利店行业的标准，促进了品牌企业发展。稳定的增长表现带来的是资本方的高度关注。2017年，数家服务商成功获得融资，这一趋势也将为便利店行业带来更强大的增长力量。

行业变革：数字化助力重塑价值链，加强品类优化与创新

数字化为核心的转型将引领便利店行业步入下一站。新的零售生态下，消费者需求成为中心，数字化成为新的生态下零售企业应对变化和挑战的重要手段。

一方面，便利店需要回归商业本质，通过全渠道建设等数字化手段获得与消费者持续的互动和对消费者的深入洞察，来进行品类、服务等方面的优化和创新；另一方面，数字化进程的深入正在使零售行业的线性供应链体系向网状的互联互通网络转变，在数字化转型的过程中，便利店企业需要利用数字化手段使得供应链的各个节点形成网状互联，使得供应链的各个环节能够围绕消费者需求进行更加高效、精准、个性化地运营。

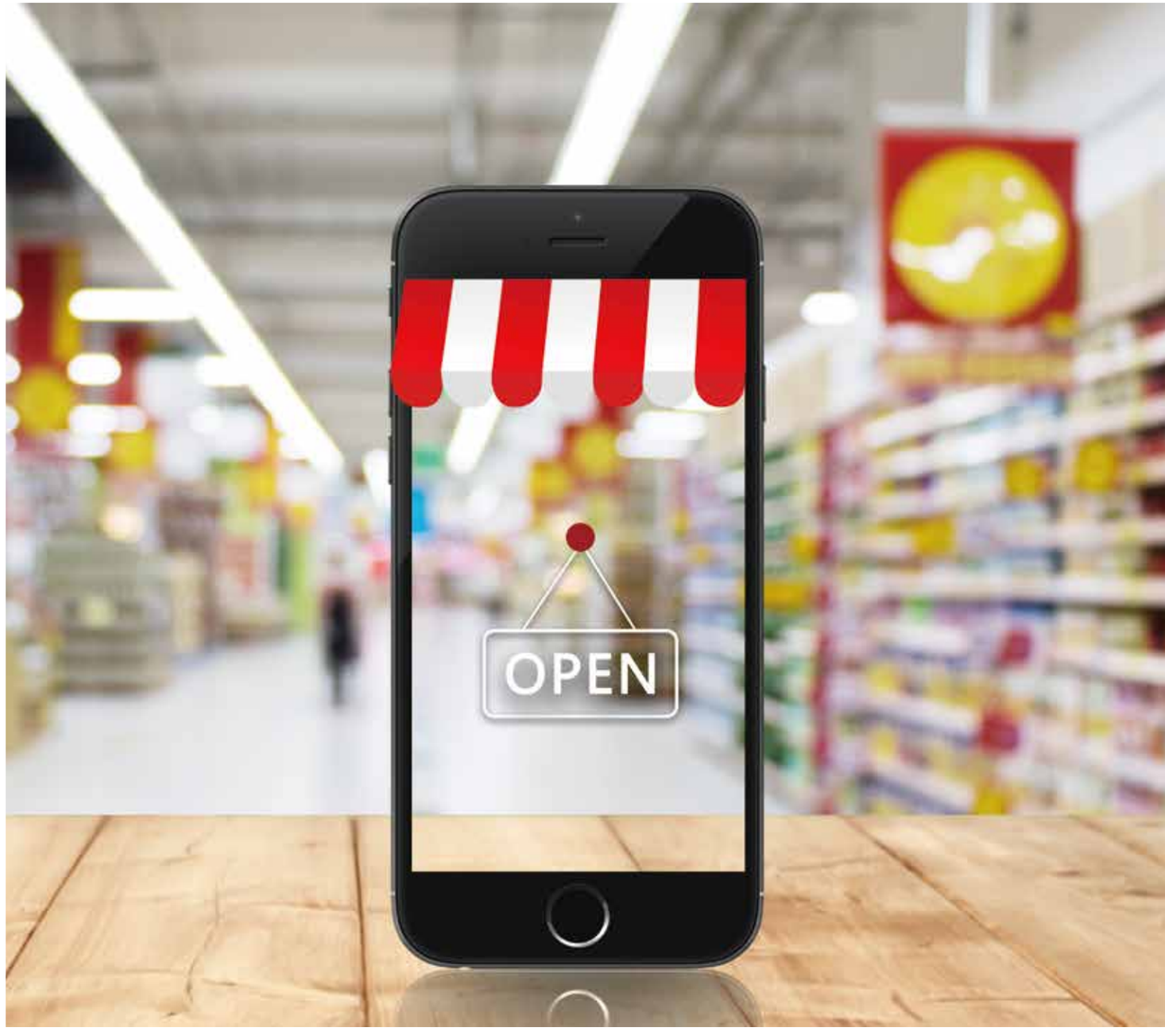
在持续转型的过程中，人才是推动发展的重要基础，做好数字化人才的获取和培养工作，并帮助现有人才成功转型，对企业成功转型也有重要的意义。

行业重构：电商企业技术输出，多元服务商涌现

随着新零售时代的来临，网络零售亦寻求新模式，线上线下融合的趋势正成为影响便利店发展的重要因素。企业通过现有资源和技术的输出来帮助广大传统的便利店进行转型，并且为便利店提供价廉物美的商品，能够在一定程度上解决便利店发展中遇到的问题，并且实现更有力的资源整合。

零售产业转型升级的需求催生了一批以技术服务、资源整合为着力点的新型零售服务商，希望通过对供应链资源的整合优化以及对门店经营管理的优化，来帮助便利店提升经营业绩。无人便利店等此类以科技推动的新型服务模式和产品陆续出现，也使得便利店行业的未来变得更加多元化。

便利店是距离消费者最近的零售业态之一，更是新零售的重要入口。中国便利店行业不仅面临着市场品牌重构的问题，同时也面临其他业态多方势力的影响，为了在日益复杂且竞争激烈的市场环境下持续增长，便利店要以消费者为核心，充分运用数字化手段整合和完善日常运营中的各个环节，通过持续提供高高质量服务，不断升级企业核心竞争力。



区域便利店的破局之道

文 Vic 整理于网络 美编 二东

2019年5月，中国连锁经营协会发布2018年中国便利店百强名单，其中跨区域发展品牌不超过20家，80%的便利店企业以深耕当地市场为主，今天，我们就来聊一聊占据行业大部分江山的：区域便利店。

机会与挑战

先说优势，区域便利店相对集中，容易管理，在宣传、成本均摊、标准化与差异化平衡更好，它们深度挖掘所在区域消费者需求，而这种了解和认识不是单纯靠连锁、标准化、资本等等就可以解决的，更需要的是接地气、生活气、时间积累。以即食商品为例，从非标品做到标品，再到标品中的差异化，标品中的地方化，区域便利店具备天然优势。以点概面，其它如经营类、营销类，区域便利店同样更能深入所在区域，城市，能提供更符合当地消费者喜好的服务。

成本是便利店最大的挑战。这些年成本的上涨远远高于营收的增长，从连锁经营协会发布的便利店景气指数中也能看到，门店店租、人工费用、水电费三项指标指数表现均不及枯荣线50.0，这也体现了运营者对这些支出项的担忧。同时，消费者观念、需求的不断变化，这也是整个便利店行业面临的挑战。

应对与破局

那么，区域便利店如何发挥自己的优势，更持续、良好的发展下去呢？

1、发挥地利、人和优势

熟悉、了解所在的区域、城市，了解风俗习惯、风土人情、消费喜好，经营者们一定要用好这种优势，下大力气，深入研究，打造适合的体系、商品、服务，做有温度的便利店，将地利升级为地利加人和。

2、 坚定长期战略，优化短期策略

大部分经营者的长期战略相对稳定，企业或者品牌在发展的不同时期，所面临的的外部市场竞争、品牌认知度，内部团队能力、有效资源等因素也不同，需要不断优化短期策略应对各种突发变化。如果不能做出相匹配的定位和策略，品牌发展会有问题，甚至生存都会有问题。

3、 学习创新能力，打造特色经营

我们讲标准化、差异化讲了那么多年，对于区域便利店而言，基础的规范、准则越来越标准化，但在商品、服务上一定要充分利用自己的地区性优势，摸索出符合当地消费习惯的模式与体系。

4、推动精细化管理，做有温度的小店

提升效率，推动精细化管理是每个行业、每家企业的必经之路，区域便利店更应该理由本土优势从当地消费者入手，抓住当地消费者的口，抓住消费的心，抓住消费者的情，打好温情牌，做有温度的店。

5、商品体系建设及商品优化

商品体系的打造与建设是便利店经营的根本，对于区域便利店来讲，打造出适合区域、城市的商品体系才是根本，体系建设完成，再依据消费者的喜欢、需求变化持续优化。

伴随消费升级，买家已经从买“必需商品”到想购买“生活方式”，随着新商业生态逻辑的变革、模式的升级以及效率的提升，区域便利店的未来发展，值得我们一同期待。

惠彩新动向

彩票为便利店带来的好处?

一直以来，体育彩票倡导大家随手做公益，顺手买一张体育彩票，为公益事业出一份力。

即开型彩票在国外都是依托中小型商超便利店销售，反观国内主要在彩票专营店进行销售，目前，国内体育彩票专营店有15万家左右的门店，而国内的商超便利店有近千万家。由此可见，便利店销售彩票模式尚属市场空白，而便利店的最大特点就是数量众多，覆盖人群广，因此中商惠民吸取国外先进的运营模式及销售经验，和体彩中心强强联手，开展国内彩票销售的新模式。

众所周知，彩票是一种娱乐性很强的产品，可以促使消费者对其产生依赖，增进便利店与消费者之间的粘性，逐渐增加固定消费者，彩票属于特许经营类产品，我们在销售过程中既为国家公益活动做出了贡献，又丰富了我们的产品线，还为我们的便利店增加额外收入，彩票因其独特的娱乐性也会为我们的便利店带来更多的曝光率，扩大人流量。一些比较专业和积极的便利店，也会结合他们的一些特点和优势，对一些特定人群来推广彩票，这在增加便利店销售多样性的同时也为彩票做了相应的推广，也算是两全其美。随着国家对违规互联网售彩的打击，以及综合国外多国情况来看，便利店销售彩票会是将来发展趋势之一。

现如今彩票已经进入快消行业，势必会增进我们中商惠民合作门店的核心竞争力!

中商惠民销售的即开型体育彩票票种多样化，一定有适合您门店售卖的票种，经营方面：轻松带动购买激情；渠道方面：与体彩中心合作，保障商品的真实性与安全性；价格方面：国家部门统一印制、发行、管控，价格透明公开；活动方面：与其他体彩专营店享受统一的促销活动，并乐享中商惠民针对彩票的特有活动。

惠民活动

减少72%垃圾
让生命更健康，更美好

惠购GO打造消费者和厂家的双向物流闭环，通过回收服务将商品瓶罐等包装废品运输至厂家循环再利用，**减少55%**垃圾产生。

惠购GO订单均由自建总仓直送社区，期间无二次或多次分拣转运，减少包装纸箱、胶带使用，**减少17%**垃圾产生。

扫码环保省钱
惠购GO微信小程序

中商惠民旗下品牌

Tips:
国家统计局数据显示，目前城市中心区混入清运生活垃圾的快递包装垃圾占到清运生活垃圾的15%左右，而快递包装垃圾的增量在清运生活垃圾增量中占比超过九成。
72%数据为惠购GO数据中心根据历史订单及商品、物流、数量、重量、碳排放等多项指标测算得出结果。

太太乐

鸡精

好滋味更健康

鲜美指数 2.0

太太乐鸡精调味料
规格：100g

营养好 口感好 味道鲜

劲仔香辣味小鱼
规格：12g*20

阳光小麦添加

选用新鲜鸡蛋

优质白砂糖

盼盼奶香味法式软面包
规格：200g

来自大自然

本色竹纤维 安全健康

品质竹浆 无荧光剂、无有害化学物质添加

蓝漂本色原浆100抽抽纸
规格：4包/提

便利店生鲜销售差异明显表现在陈列水平与员工的业务水平，平时多注意业务培训，你的门店就更能带给顾客愉悦，商品陈列量少了要及时添货，货乱了要及时理货，这些工作不仅可以确保商品的卖相，在消费者的眼中，它们也是店铺管理和服务的体现，因而有些操作是需要规范和注意的。

社区生鲜销售实操指南（下篇）

文 Vic 整理于网络 美编 二东

一、补货的基本原则

1、商品缺货要在营业高峰前、结束营业前必须进行补货，补货以补满货架、端架和促销区为原则；

2、根据卖场缺货情况，按照先进先出原则到仓库取货，补货区域的先后次序：堆头→端架→货架；

3、按照上货标准补货，确保商品无腐烂变质现象，有保质期限制的商品必须遵循先进先出的原则；；

4、补货时以不堵塞通道，不妨碍顾客正常购物为准；

5、货架上的货物补齐后，第一时间处理通道的存货和垃圾，存货归回库区，垃圾送往指定地点；

6、补货时必须检查商品的质量、外包装、条形码是否完好以及价格标签是否正确；

7、当商品缺货但又无法找到库存时，首先通过对系统库存数据的查询进行确定，确定属于缺货时，将缺货标签放置在货架上；

8、补货时所有放货栈板均应在通道的同一侧放置；

9、补货时有存货栈板的地方，必须同时有员工作业，不允许有通道堆放栈板，又无人或来不及安排人员作业的情况；

10、当某种商品缺货时又无其他商品填补，应采用拉大相邻品项商品排面的方法填补空位，要保留其本来占有的空间。

二、理货的基本原则

1、定人，定岗，定责进行整理排面，保证把商品最好的陈列面展示给顾客，对商品排面进行不定时整理，确保排面整齐无残次品；

2、根据先进先出原则及陈列标准理货，保证商品质量、丰满、新鲜；

3、理货区域的先后次序：堆头→端架→货架，理货商品的先后次序是：快讯商品→主力商品→易混乱商品→一般商品；

4、理货时必须将不同货号的商品分开，并与其价格标签的位置一一对应；

5、理货时须检查商品、条形码是否完好，缺条形码则应迅速补贴，破包装要及时修复；

6、退货商品及破包装等待修复的商品，不能停留在销售区域；

7、理货时每一个商品有其固定的陈列位置，不能随意更动排面；一般理货时遵循从左到右，从上到下的顺序；

8、补货的同时进行理货的工作，理货时做到非销售单位、非销售包装的商品不得零星停留在销售区域；零星散货的收回与归位是理货的一项重要工作；；

9、每日销售高峰期之前和之后，须有一次比较全面的理货动作；

10、每日营业前理货时，做商品、货架、通道的清洁工作；

11、及时挑拣残次商品，做好《 报损登记表 》。

三、蔬菜的上货流程

1、查看当日商品到货情况，上货应保证丰满、整齐；

2、按照先进先出原则采用分次，分左右的形式上货，单次上货的商品把原货架商品向左折，把新货上于右侧，双次上货的商品把原货架商品向右折，把新货上于左侧，依次类推，保证商品的新鲜度。(翻堆——左右翻堆法)，每天每个单品翻堆至少2次，翻堆包括上货翻堆和单独翻堆；

3、由上货员上货，检查商品质量，应及时挑拣残次商品，保证商品质量新鲜；

四、散装商品的理货要点

1、在对散装食品进行理货的时候，需要将散装商品面上的杂质、碎片、残渣挑出；要及时将混杂在一起的商品分开；

破壳的商品要及时挑出，散落在地上的商品要拾起，商品旁边要放供顾客盛装的工具，海鲜产品的碎料要及时挑出；

2、要检查台面上的商品保质期与商品包装。达到保质期2/3的商品、外包装脏或破包的商品需要挑出，同时进行折价或退货处理。要检测商品保质期，以包装日期当日开始算；包装袋里有杂质的商品需要挑出；

3、要随时整理台面，保持货架商品陈列整齐；要随时将顾客丢弃的商品归位以保证清洁台面周边的卫生与整齐；顾客丢弃的孤儿商品及时返还。

小老板商学院

便利店商品准确定位切忌“超市化”

文/筱玖 整理于网络 美编/二东

便利店主要是为了满足消费者即时性或便利性消费的需求，向顾客提供“购物多样”与“便利兼顾”的商品和服务。它是杂货店、快餐店、综合服务中心（含电信局、邮局、银行、书店等服务中心）的叠加体。便利店大致可分为3类：商业区、混合区、居民区。我们要对商圈顾客的工作习惯和生活习惯进行仔细研究，让我们的商品和服务走在消费欲望的前头，让顾客感受到超乎预期的满意。好的商品定位取决于以下3个方面：

突出特色商品

特色商品是吸引顾客的商品或顾客一买这些商品就想到是我们店，如茶蛋、充值、香烟等，这里包含两方面含义：一是别人没有或不如我们做得好，二是体现便利店特色的商品，如速食品（茶蛋、粥、鸡蛋饼等）和服务性商品（书报、充值卡、体育彩票等），这些商品尽管做起来比较麻烦或利润较低，但正是这些商品使门店能全面满足顾客需求，使顾客能实现“一站式”购物。所以门店一定要高度重视这些商品，不断增加品种，做好陈列和促销，以此聚集人气，促进销售。

做好差异化商品策略

做好差异化商品策略，根据不同商圈类型配置不同的商品结构。如商业区：在速食上门店要围绕“顾客一日三餐和夜宵吃什么、喝什么，如何做好品种营养搭配和不断更新”做文章。在杂货上要以个人消费、个性化消费为中心，适当提高商品档次。居民区：顾客一般喜欢早晨在外面吃，中午和晚餐自己做，所以在速食上门店重点考虑顾客早餐、夜宵吃什么？同时要增加一些主食（如花卷、馒头、面条等）、蔬果和副食半成品等以满足顾客的需求。在杂货上，以“家庭消费”为中心，尽量增加商品的宽度，如副食粮油品类和家庭用品的品项要更加丰富。同时根据不同商圈在每个品种上设计不同商品价格线，以提高品单价和客单价，总之商品部和门店要勇于面对差异化创新的挑战，通过分析思考情报和数据，建立假设、展开规划、付诸行动、检验结果等工作不断向顾客提供差异化的新商品和服务，为顾客创造新的价值。

持续商品的更新能力

便利店的顾客以年轻人为主，他们追求时尚，每天重复光临比例很高，他们容易产生厌倦，所以需要通过不断淘汰旧品增加新品，让顾客保持购物的乐趣。重点应抓好以下4项工作：一是利用POS机做好商品分析，每年要制定商品淘汰计划，保持一定的淘汰率。二是围绕客层需求，做好商品开发计划，主动寻找新品，变等新品为研发新品。三是及时引进广告商品、流行商品和应季商品。四是门店要做好新品陈列和标识工作，引起顾客注意。同时，要定期根据顾客需求变化调整商品陈列，让旧品变新品，保持顾客购物新鲜感觉。通过持续商品更新能力，不仅要增加商品的竞争力，而且要引导消费需求，形成自身的经营特色，进一步强化企业形象和顾客的满意度。

在做好商品定位的同时，还要围绕便利店竞争制胜的4大法宝（齐全的商品、鲜度管理、清洁维护、亲切的服务）下功夫、抓落实，只有这样， 便利店的竞争力才会越来越强。便利店的商品定位在所有零售业态的定位中是最难的，如何在50－100平米左右的门店中，陈列最为有效的商品，使门店的陈列效益最大化。便利店的商品定位主要反映在商品品种和陈列上，对于商品的选定是一家便利店门店的经营关键所在。在国内的一家便利店中，小编就曾经看到，门店整体的设计风格和商品大类上与7－11几乎是一样的，就连营业时间也是相同的，同为24小时营业的便利店，但是如果你进入门店以后，就会发现在商品的选择和陈列上存在以下诸多问题，例如在卖场的出口处有一个一米见方的饮料堆头，当时我以为这是门店和厂家的临时促销行为，后来才知道原来门店感觉XX矿泉水的销售比较好，就搭了个堆头为了便于销售。对于这种行为要知道，便利店一般是在城市的繁华地段，面积也通常在100平米以内，可以说是寸土寸金，这样浪费门店的陈列空间，实际上就是在提高自己门店的经营成本。

便利店陈列食品区指南

文/筱玖 整理于网络 美编/二东

通过视觉来打动顾客的效果是非常显著的。商品陈列的优劣决定着顾客对店铺的第一印象，使店铺的整体看上去整齐、美观是便利店陈列的基本思想。陈列还要富于变化，不同陈列方式相互对照效果的好与坏，在一定程度上左右着商品的销售数量。这期我们来讲食品区的陈列技巧。

饮料

碳酸饮料：依据口味再根据品牌陈列。货架上层陈列听装，下层陈列瓶装。货架最高两层陈列听装，中间一层陈列听装六连包，下层陈列瓶装及家庭装。此陈列是依据商品的规格大小陈列，基于安全因素大规格应陈列货架底层同时方便顾客拿取。

果汁饮料：依据口味再根据品牌陈列。果汁陈列重点突出颜色搭配，同口味的商品陈列在一起色调上更协调，更能吸引顾客眼球。

茶饮料：按口味陈列（依据绿茶、红茶、花茶、凉茶陈列）。货架上两层陈列利乐包依次下来为350ML、500ML和2.5L家庭装。

健康饮料：按功能归类纵向陈列在茶饮料后面。

水：按品牌纵向陈列。小规格陈列在货架的上层，500~600ML规格陈列在货架的黄金位置。考虑到方便顾客整件购买，货架下层陈列500~600ML规格整件商品，以两件水的高度为标准。再上一层陈列250~350ML规格整件商品。

牛奶&豆奶：在陈列时按小分类陈列（依据纯牛奶、果奶、其他牛奶、配置奶陈列。）在此原则上再按品牌陈列。货架的底层陈列整件商品，以250ML规格牛奶3件为高度。果奶、其他牛奶、配置奶不陈列在下层(三角包用斜口笼陈列在配置奶货架下层)。豆奶陈列在牛奶区域的配置奶后面。

罐头饮料：依据规格大小陈列，上层陈列小规格下层陈列大规格。桔片系列占整体罐头饮料陈列的三分之二。

龟灵膏：建议陈列在日配冷柜上。

酒水

白酒：按小分类再依据品牌陈列。小分类为简装白酒、礼盒装白酒。礼盒装白酒依据品牌进行陈列，简装白酒依据规格进行陈列，货架上层陈列小规格白酒，下层陈列桶装白酒。

葡萄酒：根据消费者的消费习惯按品牌进行陈列。

保健酒：按品牌与规格陈列。

啤酒：按品牌纵向陈列，货架上层陈列听装，下层陈列瓶装。

洋酒：建议陈列在烟酒柜。

冲调

奶粉：先按年龄段再按品牌来陈列，依次为婴儿奶粉、儿童奶粉、学生奶粉、成人奶粉、老年奶粉。罐装陈列在货架的上三层，下层陈列袋装奶粉。

茶叶：根据包装分礼盒和普通包装陈列。其中普通包装依据功能分类陈列依次为绿茶、花茶、乌龙茶、红茶纵向陈列。据消费习惯礼盒茶叶靠近保健品陈列。

方便冲调：依据小分类陈列（分为燕麦片、麦片、豆奶粉、方便粥类、糊类、核桃粉、咖啡、果珍、蜂蜜等），陈列次序可依据各卖场情况来进行陈列。礼盒根据季节变化调整陈列，旺季与包装分开陈列、淡季陈列在货架的最下层。

休闲食品

饼干：依据小分类、规格、形状、品牌来做陈列，家庭装按包装陈列。

点心：依据小分类进行纵向陈列，依次为沙琪玛、派、蛋糕、酥类、蛋卷、煎饼、小糕点等。

软、硬糖：先按包装再依据口味来陈列，道具建议采用挂钩。

口香糖：先按包装再依据品牌来陈列。袋装建议采用挂钩，瓶装用层板陈列。

巧克力：按品牌陈列，排、块装建议采用专用陈列道具。

肉干：先按小分类再按厂家陈列。依次为牛肉干、牛肉粒、卤味肉干、猪肉干、肉松、鱼干类，道具建议采用挂钩。

熟食：建议以品牌进行纵向陈列，道具用挂钩。

蜜饯：依据小分类再按包装来陈列，袋装和瓶装分开陈列。

干果：依据小分类再按包装来陈列。袋装商品建议采用网层板陈列，瓶装商品采用层板陈列。

果冻布丁：依据包装再按品牌陈列，最下层陈列大袋装，上面以杯装、软包装纵向陈列为主。

膨化食品：依据品牌、包装来陈列，罐装与袋装分开陈列。袋装陈列建议采用网层板，罐装陈列采用普通层板。

粮油&调料

面食：面粉建议采用斜口笼陈列；面条依据包装再按品牌陈列，袋装与筒装分开陈列。陈列道具建议陈列层板；方便面依据包装再按品牌陈列，袋装、五包入、容器面分开陈列。

油类：由于油类品牌效应较强建议按品牌区分陈列。货架上层陈列小规格，大规格居中下陈列。

米：米应与油陈列在一起，米最好陈列在木制的货架上，单品不宜过多，按规格品牌陈列即可。

其他：调味品和罐头食品类陈列在一起，按包装的形状及小分类区分陈列。袋装调味品用斜口铁笼陈列外其余都用层板陈列。袋装调味品依据分类、品牌采用纵向陈列。袋装调味粉建议采用专用陈列道具，其他可采用斜口笼陈列。

重走红军路，全国重点红色旅游景区盘点

文 Vic 整理于网络 美编 二东

2018年年初发布的《2018年全国旅游工作报告》显示，近三年来，全国红色旅游接待游客累计达34.78亿人次，综合收入达9295亿元。从今年前几个月的数据来看，旅游人数仍保持高速增长。值得注意的是，与以往偏中老年游客为主要消费群体的红色旅游，现在受到越来越多年轻人的青睐，红色旅游正成为旅游产业的一个重要板块，我国红色旅游的热度近年来持续攀升，正逐渐成为热门出游主题之一。

沪浙红色旅游区-中共一大旧址

中国共产党第一次全国代表大会会址，简称中共一大会址，是中国共产党的诞生地。会址位于上海市兴业路76号（原望志路106号），是一幢沿街砖木结构一底一楼旧式石库门住宅建筑，坐北朝南。中国共产党第一次全国代表大会于1921年7月23日至7月30日在楼下客厅举行。中共中央总书记江泽民同志专门为扩建工程竣工开放题词“没有共产党就没有新中国”。中共“一大”会址纪念馆建馆近50年来，征集、收藏的文物3.8万余件，累计接待国内外观众近一千万人次。1997年6月，中共中央宣传部公布中共“一大”会址纪念馆为全国爱国主义教育示范基地。

湘赣闽红色旅游区-井冈山

星星之火,可以燎原。湘赣闽红色旅游区包括湖南、江西、福建等地。八一南昌起义打响了武装反对国民党统治的第一枪； 诞生了以毛泽东为代表的一大批中国共产党先进分子。主要旅游景点：庐山、婺源、井冈山、黄山、洞庭湖、衡山、张家界等。

陕甘宁红色旅游区-延安

陕甘宁包括今天的陕西北部，甘肃东部和宁夏的局部。陕甘宁是革命的中心根据地，其中延安被誉为革命圣地，在中国现代史上占有极为重要的特殊位置。主要景点包括延安，西安等诸多革命遗址，风景胜地。西安市红色旅游系列景区：八路军西安办事处纪念馆、西安事变纪念馆。延安市延安革命纪念地系列景区：延安纪念馆、枣园旧址、杨家岭旧址、王家坪旧址、凤凰山旧址、清凉山旧址、“四八”烈士陵园、洛川县洛川会议旧址纪念馆、子长县瓦窑堡会议旧址等。

鲁苏皖红色旅游区-沂蒙山

“西边的太阳落山了，微山湖上静悄悄”。这里是铁道游击队的故乡，这里诞生了震惊中外的孟良崮战役、台儿庄血战，新四军东进北上，八路军第115师主力挺进山东，沂蒙山小调宛转悠扬，奏响了埋葬蒋家王朝的革命序曲。解放战争时期，这片土地上发生了孟良崮、济南、淮海、渡江等著名战役。主要景点包括八路军115师旧址、中共山东分局旧址，临沂蒙阴县、沂南县沂蒙山孟良崮战役遗址、枣庄市台儿庄大战遗址、枣庄市及济宁市铁道游击队红色旅游系列遗址等。

京津冀红色旅游区-西柏坡

主要景点包括唐山市乐亭县李大钊故居和纪念馆、天津市周恩来邓颖超纪念馆、平津战役纪念馆、盘山烈士陵园、河北保定市阜平县城南庄晋察冀军区司令部旧址、西柏坡中共中央旧址等。党中央和毛主席在西柏坡指挥了震惊中外的辽沈、淮海、平津三大战役，召开了具有伟大历史意义的七届二中全会和全国土地会议，解放了全中国，故有“新中国从这里走来”、“中国命运定于此村”的美誉。

随着时代更迭、文化融合，红色文化涵义越来越丰富，展现出极强的文化包容性。从红色精神外延，一切励志建新、有利于人们健康向上发展的文化，小到我们日常生活中个人积极向上的精神信仰，大到公民对民族、对国家的爱，甚至上升到人类奋勇向上的梦想、对美好人性的跨越和追求等等，都可以归于红色文化的范畴。发展红色旅游便是助力红色文化实现其教育意义和巩固其主导地位的一种重要方式。

店铺风水财位方位有哪些

文 Vic 整理于网络 美编 二东

店铺风水中只要财位布局的合适得体，基本都能让我们的生意兴隆，财运旺上加旺！做生意要赚钱，当然要把「财库」的方位调整好，如收银台、保险箱等纳财进宝重地，店铺的风水决断影响我们的生意结果，那想要有正财运，要注意什么店铺风水讲究呢？

1、有靠山才能聚财

不论收银台或者保险箱，象征「财库」的后面一定要靠着墙壁，绝对不可以悬空独立没有靠山，若形成孤立无援的情形，则有山穷水尽的可能。而且若财库后面空间太大，空气流通顺畅，则会导致财气不易聚集，一下子就被风吹走。一定要在它背后设立一面墙，这是最可靠的，当然如果没有墙怎么办？那么可以摆放柜子或屏风。

2、保持干净

金钱代表旺气，因此收银台与保险箱要放在能够让其更为兴旺的地方，不能存在任何肮脏的东西来玷污财位，否则财位无法聚财反而变成破财之位。所以财位的区域一定要经常打扫，务必做到一尘不染，要定时清洗，保证店内环境清新，这既是保护财位的作用，同时也是保证客人有一个好环境，毕竟一个良好的店铺环境，客人才会有购买东西的欲望。另外，也要离冰箱、冷气远一点，否则会让财气降温。最好的方位是厨房炉灶附近，藉由炉火气势让财气更旺。

3、收银台的出入位置带来好运

风水学中有「左青龙、右白虎」之称。古代堪舆学将28星宿分成4个方向，分别是左青龙、右白虎、前朱雀、后玄武。「青龙」代表万物生长、生机蓬勃。柜台的出路口，最好设在面对收款机为中心的左手边，可以带来好运气。

4、不可路冲

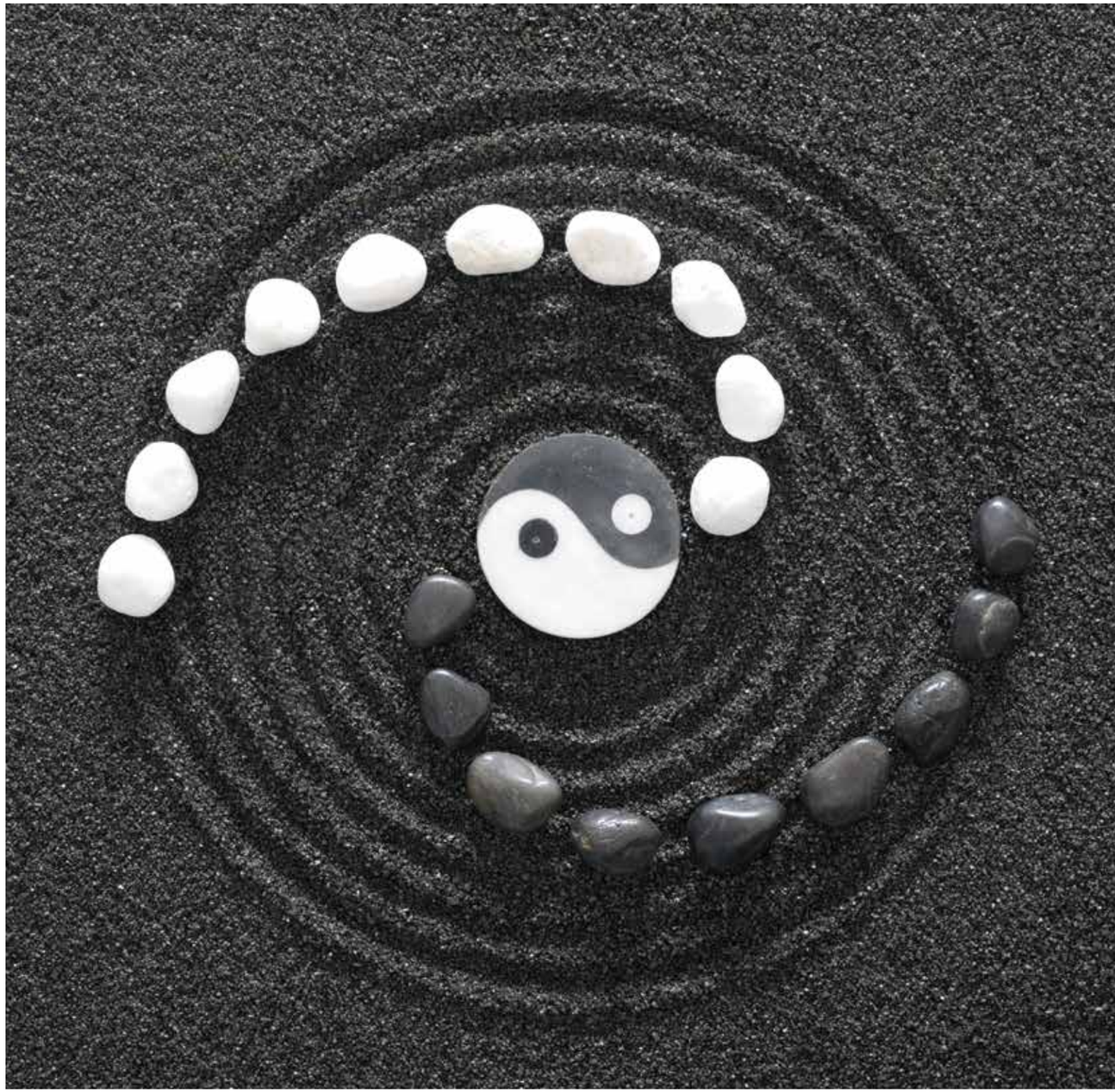
收银台或保险箱放在走道路冲的位置，将会把四面八方的煞气通通吸收，造成其主破财意外。 如果可以改个方位最好，否则一定要以屏风或柜子等等方式，要带来人潮，赶走煞气阻挡在前面当作缓冲。

5、财位平整

财位要平整财位的位置一定要保持平整，不能高低起伏不平，那样容易导致风水起伏变化，让财气的变化也更加朦胧，可能会使得店铺的生意大起大落，今天很多人光顾，但是第二天就没有一个客人，这是大忌，其实财位要防止靠窗，因为窗会导致室内财气外散，若有窗户我们可用窗帘遮盖或者封窗，财位才不致漏。

6、摆放紫晶洞可添财

广受大家喜欢的紫晶洞，也有聚财添财的效果。最适合放在收银柜台或保险箱旁边，绝对非紫晶洞莫属。原则上愈大的紫晶洞，聚财效果愈好。



Supermarket Transfer Information

超市转让

新华联超市

地　址：北京市昌平区沙河镇于辛庄村委会往西20米
面　积：30-40㎡
租　金：4000元/月
转 让 费：面议
联 系 人：何先生
电　话：15600129722
超市介绍：新华联超市摊位招租：本店位于沙河于辛庄核心区域的主干道，距村委会20米，紧挨于辛庄小学，沙河地铁站，交通便利，周围公寓密集，数万白领居住，消费水平高。招做果蔬生鲜的，可独立做，也可和旁边超市打通，以商场模式联合经营。超市本身客源多，多为附近居住老顾客，生意火爆，客流大，非诚勿扰

优品超市

地　址：北京市朝阳区凤麟洲底商一号
面　积：70㎡
租　金：10000元/月
转 让 费：面议
联 系 人：申女士
电　话：18618170482
超市介绍：10年老店，正规底商，证照齐全，兼桶装水业务。房租便宜，商铺为一层底商，且有卫生间，还可做饭。因孩子上学无人照看，忍痛急转。

鑫浩超市

地　址：杭州市余杭区闲林街道何母桥南区全丰苑45号（菜鸟驿站）
面　积：110㎡
租　金：45000元/年
转 让 费：15万（香烟除外）
联 系 人：吴女士
电　话：18158138069
超市介绍：有意看店详谈，非诚勿忧

豆豆便利店

地　址：天津市东丽区东丽湖
面　积：200㎡
租　金：2000元/月
转 让 费：面议
联 系 人：王姐
电　话：18322334054
超市介绍：5年老店，客源稳定，配有菜鸟驿站，家中有急事 低价转让

世纪华联超市

地　址：北京市房山区长阳镇首创新悦都
面　积：200㎡
租　金：3.3万元/月，5年合同无递增
转 让 费：面议
联 系 人：冉先生
电　话：13121900708
超市介绍：因本人突患眼病，无力经营，故把经营两年的旺店忍痛转让，非常勿扰

雅筑便利店

地　址：北京市朝阳区朝阳北路雅成二里朝阳雅筑小区
面　积：40㎡商用加40㎡仓库
租　金：4800元/月
转 让 费：面议
联 系 人：刘先生
电　话：13439300856
超市介绍：小区内独一家，10年老店，正规底商，证照齐全，兼桶装水业务。房租便宜，商铺为复式结构，一层商用，二层可住可当仓库，且有卫生间，还可做饭。因孙子回家上学无人照看，忍痛急转

温馨提示：
中商惠民《便利店》杂志仅向您提供平台服务，由于中商惠民无法杜绝可能存在的风险和瑕疵。
您应自行对依该推广信息进行的交易负责，对因依该推广信息进行的交易或任何第三方提供的内容而遭受的损失或损害，中商惠民不承担任何责任。
请应谨慎判断并确定相关信息的真实性、合法性和有效性，并注意保留相应的证据以利于维权，尽量采用线下交易的方式进行。
进行交易前请务必首先核实对方身份及相关资质，谨防诈骗的发生！

同城不孤单，推荐活动玩乐APP

吃喝玩乐是人们日常生活中必不可少的娱乐之一，每一座城市都有特色，但是作为宅男宅女的你来说并不知道，了解一座城市最好的方式，就是下载一款吃喝玩乐app然后出门走走，也许此刻你的春天正在路上。

周末去哪儿

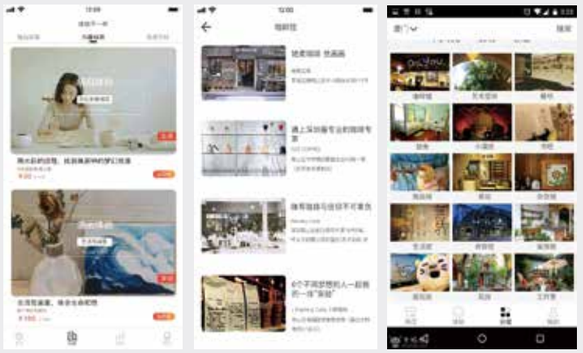
你的城市多有趣，你知道吗？ 海量同城人气活动在线，每日上新!朋友圈秀晚餐太无聊，你知道吗?精选新奇特玩法，一秒变身玩乐达人!“周末去哪儿”是一款专注于让人们体验更美好周末的App，解决你周末不知道去哪玩、玩什么的问题。你能在这里找到最具人气的同城活动和周边玩乐。

懒人周末

全国每天有数量的活动发布。丰富的活动类型，让你流连忘返！在这里，每个周末都是惊喜！“懒人周末”是一款个性化的内容推荐应用，推荐精致的周末生活方式。内容涵盖同城活动、美食、周边游、运动、度假、读书会、展览、户外、酒吧、购物、电影、公益等。在这里，帮你“发现”周末美好之去处，高品质的活动内容只为一个精彩周末。

小日子

专注于推荐特色生活方式，逛有意思的小店，和有意思的人一起玩儿。包含：烘焙料理，书画乐器，茶道花艺，手作定制，私厨赏味，观演看剧等各种生活乐　趣。邀你一起来感触美好生活的真谛，并探寻着融入方式。　希望通过传递生活中那些美好，让每个人都能找到自己想要的生活姿态，过上自己想要的小日子。



最美重阳节 最美古诗词

《易经》里把“九”定为阳数，农历九月初九，两九相重，故曰“重阳”节。早在战国时期，重阳节就已经形成，到了唐代，才被正式定为民间节日，此后一直沿袭到今天，更在某些地区被定为“老人节”。在民间重阳节有登高的风俗，除此之外还要赏菊、喝菊花酒、插茱萸、吃重阳糕等。重阳节也是历代诗人留下最多诗词的节日之一。

《九月九日忆山东兄弟》

（唐·王维）

独在异乡为异客，每逢佳节倍思亲。

遥知兄弟登高处，遍插茱萸少一人。

这应该是所有写重阳节的诗词中最为人熟知的一首了，写这首诗的时候王维才17岁，当时的他独自一人漂泊在洛阳与长安之间。王维是蒲州（今山西永济）人，蒲州在华山东面，所以称故乡的兄弟为“山东兄弟”。

《蜀中九日》

（唐·王勃）

九月九日望乡台，他席他乡送客杯。

人情已厌南中苦，鸿雁那从北地来。

《九月九日登玄武山》

（唐·卢照邻）

九月九日眺山川，归心归望积风烟。

他乡共酌金花酒，万里同悲鸿雁天。

公元699年，时任沛王府修撰的王勃，因写的《斗鸡檄》触怒高宗，被赶出沛王府，于是年六月远游到了西蜀。同一年，卢照邻来到益州新都任职，是年秋，卢照邻从益州来到梓州，九月九日重阳节当天，在蜀地任官的邵大震与王勃、卢照邻三人同游玄武山，互相酬唱。王、卢的这两首《九日》诗，虽然构思相似，但王勃表达的是他对南方生活的厌倦，而卢照邻表达的是人不可北归的乡思。

《浣溪沙·重九旧韵》（北宋·苏轼）

白雪清词出坐间，爱君才器两俱全。异乡风景却依然。

可恨相逢能几日，不知重会是何年。茱萸子细更重看。

这是苏轼在九月九日与杨绘（字元素，苏轼好友）分别时写下的送别词，以直抒胸臆的方式，写离愁别绪。可恨彼此相聚能有几多时光，这一次分别之后，不知到哪一年才能重逢。字里行间充分表露了对相逢短暂、后会难期的怅恨。

《九日齐山登高》（唐·杜牧）

江涵秋影雁初飞，与客携壶上翠微。

尘世难逢开口笑，菊花须插满头归。

但将酩酊酬佳节，不用登临恨落晖。

古往今来只如此，牛山何必独霑衣。

公元845年，张祜来池州拜访杜牧，他们俩都怀才不遇，同命相怜，所以在九九重阳这天同登齐山，感慨万千之下作了这首诗。

《九月十日即事》（唐·李白）

昨日登高罢，今朝更举觞。

菊花何太苦，遭此两重阳?

由诗题可知，这是李白在重阳节后一天龙山（在今安徽当涂县）登高时所作的。而其实在前一天，也就是九日重阳节当天，他已经登过一次龙山了，因重阳节有采菊宴赏的习俗，所以他才感叹菊花连续两天遭到采摘。这其实是李白联想到自己两入长安都遭到政治上重创，有感而发的。

历史不容忘记，推荐五部反法西斯题材电影

文 Vic 整理于网络 美编 二东

社会和平、国富民强来之不容易，先烈们用血肉之躯铸就了现在人们的幸福生活。9月3日是世界反法西斯战争胜利纪念日，在这个特别的日子里，让我们共同缅怀，向为抗战做出贡献的英雄们致敬。推荐几部历史电影，珍惜幸福生活。

《辛德勒的名单》

豆瓣评分：9.5

观影路径：爱奇艺视频、腾讯视频、PP视频

剧情梗概：辛德勒在纳粹统治区内开设军需工厂，他雇用廉价的犹太人工作，大发战争横财；他贿赂军官，让工厂成为集中营的附属劳役营。然而表像的背后，在那些疯狂屠杀的日子里，工厂成为了犹太人最后的避难所。最后，辛德勒甚至向德军军官开出了1200人的名单，倾家荡产买下了这些犹太人的生命。在那些暗无天日的岁月里，拯救一个人，就是拯救全世界。

《美丽人生》

豆瓣评分：9.5

观影路径：爱奇艺视频、腾讯视频

剧情梗概：没有人的人生是完美的，但生命的每一刻都是美丽的。犹太青年圭多邂逅美丽的女教师多拉，他彬彬有礼的向多拉鞠躬：“早安！公主！”，几经波折喜结良缘。然而好景不长，法西斯政权下，圭多和儿子被强行送往犹太人集中营。圭多利用自己的想像力告诉儿子他们正身处一个游戏当中，即使在赴死之前依然做出滑稽的动作，逗儿子一笑。

《紫日》

豆瓣评分：8.2

剧情梗概：忠厚老实的中国人杨玉福被苏军从日本的屠刀下救出。接着苏军误入日军军营，激战过后只有杨玉福和女军医娜佳逃进林区，在这里他们遇上了日本女孩秋叶子。军国主义思想支配下的秋叶子一心要置杨玉福和娜佳于死地。 茫茫林区里，语言不通的三人经过一系列磨难，渐渐产生情谊，然而欢笑只是暂时，战争并没将他们遗忘……

《血战钢锯岭》

豆瓣评分：8.7

观影路径：优酷视频 、爱奇艺视频、腾讯视频

剧情梗概：这是一个真实的故事。1945年，第二次世界大战接近尾声，成千上万斗志昂扬的美国大兵被派往冲绳，等待他们的则是日军重兵防守、凶险异常的钢锯岭。在这群人中间，有一个宁愿背上拒服兵役的罪名被送上军事法庭也不愿拿起武器的军医。枪林弹雨，转瞬之间无数人应声倒地。在信仰和信念的支持下，戴斯蒙德仅凭一己之力拯救了数十条濒死的生命……

《逃出法兰西》

豆瓣评分：7.8

剧情梗概：德军占领期间，巴蒂诺尔是一家肉铺的老板，生活要比那些普通居民要好过一些，但也仅仅是一些而已。一天，生活在他们家楼上的一个犹太家庭遭到了德军的逮捕。几天以后，这家的小儿子西蒙从集中营里逃出来，可巴蒂诺尔先生不敢收留他。但是，随着友谊的加深，本来对一切都抱定“不管闲事”的巴蒂诺尔先生决定冒险搭救这个孩子。他想帮助西蒙逃到瑞士去。但瑞士很遥远，德国人又无处不在……

《拯救大兵瑞恩》

豆瓣评分：9.0

观影路径：爱奇艺视频、腾讯视频、哔哩哔哩

剧情梗概：瑞恩是二战期间的美国伞兵，被困在了敌人后方。更不幸的是，他的三个兄弟全部在战争中死亡，如果他也遇难，家中的老母亲将无依无靠。美国作战总指挥部决定组织一个小分队前往救援，然而敌方危险重重，他们一路上随时与死亡打交道。到底值不值得冒着八个人的生命危险，去搭救一个人。大家一次次闻到死神的气息。

随食随享
浪里个浪65克新口味
好丽友
浪里个浪
新上市
烧烤味
咔嚓嚓嚓!!
浪里个浪
麻辣小龙虾味
麻麻辣辣!!
四层脆