

便利店

CONVENIENCE STORE
2019年11月-2020年1月合刊



中商惠民
WWW.HUIMIN.CN

NEW WAVE
新浪潮



新浪潮, 新作为, 新历史

NEW WAVE, NEW ACTIONS, NEW HISTORY

“新浪潮”一词在艺术的世界里声名远扬，ta 代表着 20 世纪最伟大的电影运动之一，曾推动了世界电影的进步；ta 也代表着在 80 年代音乐历史上取得巨大成功的“New Wave”，其一度成为当时主流市场里最受欢迎的音乐风格，一直到今天都拥有众多拥趸。新浪潮是陈旧制度不适应时代发展时的必然产物，而如今，快消品零售行业也迎来了属于自己的“新浪潮”。

突破对社区便利店既有的“商品买卖”印象，以其为核心的社区服务生态正在加速构建，你的生活也因此悄然发生改变。胃疼想买药，想好了数字要买彩票，寻找家政服务，团购商品，解决个人资金问题，办理保险义务，这些事全部办完过去要花费你不止一天的时间，而未来，都可以在你所在的社区便利店轻松完成。新浪潮的背后是对于供应链上各个环节效率、效能、效益的提升，也是对消费者用户体验的提升，更是对全国 680 万家社区便利店市场价值的提升。

习近平总书记在讲话中指出，“新时代要有新气象，更要有新作为，中国人民生活一定会一年更比一年好”，作为零售行业细分领域中及其重要的一部分，社区零售也经历了从线下到线上、从线上到线下、再到线上与线下的融合数次变革阵痛，终于在 2020 年迎来发展新曙光。历经寒冬始见春，通过试炼才能笑春风，我们期待新浪潮创造新的历史时刻！

新政策 02

人物-新面孔

- 你好!下一个十一年 06
邢晨曦,做顾客街边便利店里的朋友 08
昔日“大超”从业者的蜕变记 10

新赋能

- “社区便利店”向 12
“社区消费和服务平台”升级

小老板商学院

- 小老板解密 14
看店与开店的区别

乐享生活

- 成年人解压指南 16
2020要好好的
中国年味最浓的四个地方 18
你去过几个?

本月推荐 20

升级服务

- 上海地区嗨家便利加盟特惠 24

拥抱互联网 26

惠民大事记 28

目录

CONTENTS

2019年11月-2020年1月合刊B面(总第61期)

主办/版权所有:中商惠民集团

编委:中商惠民品牌部

主编:巨晓娟

执行主编:吕晓清

编辑:筱玖 惠宝 吉伟

出刊日期:2020年1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



NEW POLICY 新政策



《工业和信息化部关于自由贸易试验区“证照分离”改革试点工作的通告》解读

文 | JV 整理于网络

根据党中央、国务院关于深化“放管服”改革、推进自由贸易试验区“证照分离”改革试点的部署,《通告》针对工业和信息化领域 20 项涉企经营许可事项,提出了“证照分离”改革的工作要求和落实措施。

一是明确时间安排。《通告》明确自 2019 年 12 月 1 日起,自由贸易试验区内依法设立的企业申请办理实行“证照分离”改革试点的 20 项涉企经营许可事项,按照国务院《通知》和工业和信息化部贯彻落实措施办理。

二是强化政策落实。《通告》要求各级工业和信息化主管部门(民用爆炸物品行业主管部门)、各地通信管理局按照《“证照分离”改革全覆盖试点事项清单(中央层面设定,2019 年版)》有关规定,认真落实各项改革举措、事中事后监管措施。相关司局要按照职责分工做好改革试点的协调推动和业务指导工作,推动各项措施落地实施。

三是完善贯彻落实措施。《通告》针对工业和信息化领域实行“证照分离”改革的 20 项涉企经营许可事项,逐项明确贯彻落实措施。其中,对于道路机动车辆生产企业、食盐定点生产和批发企业、电子认证服务和有关监控化学品、民用爆炸物品、互联网域名服务等 18 项实行优化审批服务的事项,从减少申请材料、压缩审批时间、简化审批流程等方面进行改革。对于 2 项实行告知承诺的第二类增值电信业务相关许可事项,另行制定发布告知承诺审批试点实施方案,有序推进改革试点工作。同时,《通告》要求根据实际情况及时优化有关贯彻落实措施,推动改革效应和社会效益最大化,持续优化营商环境。

各地细化政策出台 便利店行业或迎最好发展机遇期

文 | JV 整理于网络

6 月 21 日,商务部副部长王炳南组织召开品牌连锁便利店发展工作会议,确定“全面部署、重点推动、逐级延伸”的工作步骤,明确优化便利店布局、增加品牌连锁便利店数量、提高商品和服务供给水平等工作重点。

7 月 1 日,商务部正式发布关于推动便利店品牌化连锁化发展的工作通知。通知不仅重点城市先行启动和推进,而且详细列出了品牌连锁便利店发展工作方案编制要点,同时要求各地完善支持品牌连锁便利店发展的政策体系。

业内人士表示,回顾过去 5 年便利店行业相关政策,无论是覆盖面、还是推进力度可能都不及今年商务部发布的系列举措。

“随着各地具体细化的政策出台,便利店行业或许迎来了历史最好发展机遇期。”该人士分析,这次商务部在细则里明确提出了“六个统一”,相当于给中国市场的品牌连锁便利店确立了高门槛。

对于一开始就坚持走品牌化、连锁化、智能化发展的便利店来说,新政无疑是兴奋剂和助长剂。但对于简单粗暴靠翻牌转型的夫妻老婆店(小卖部)来说,新政带来的或许是新一轮洗牌。

国务院 20 条新政,推动新零售行业健康发展

文 | JV 整理于网络

8 月 27 日,国务院办公厅印发《关于加快发展流通促进商业消费的意见》(以下简称《意见》),从顺应消费变革和消费升级的趋势、引导电商培育新消费、拓宽生态产品线上线下销售渠道到调整电商零售,重磅推出了 20 条提振消费信心的政策措施。

以发展终端门店为例,《意见》指出将智能化、品牌化连锁便利店纳入城市公共服务基础设施体系建设;强化连锁企业总部的管理责任。上海率先开启了智能化、新零售模式的便利店,上海市在智能化、新零售便利店路上的探索已经进入铺设自助收银机的阶段,目前这一创新型新零售项目作为典型案例已上报商务部。

来源: 搜狐新闻

国常会解读:加快降低实际利率水平 更多资金用于普惠金融

文 | JV 整理于网络

9月4日召开的国务院常务会议部署精准施策加大力度做好“六稳”工作。会议提出,坚持实施稳健货币政策并适时预调微调,加快落实降低实际利率水平的措施,及时运用普遍降准和定向降准等政策工具,引导金融机构完善考核激励机制,将资金更多用于普惠金融,加大金融对实体经济特别是小微企业的支持力度。

数据显示,到今年上半年,全国小微企业贷款余额达35.6万亿元,其中普惠性小微企业贷款余额10.7万亿元,增速14.27%,比各项贷款增速高7.14个百分点;新发放的普惠性小微企业贷款利率6.82%,比2018年全年平均利率水平下降0.58个百分点。

商务部办公厅关于推动便利店品牌化连锁化发展的工作通知

文 | JV 整理于网络

一、高度重视品牌连锁便利店发展工作

便利店是最贴近老百姓生活的零售业态,是满足人们便利消费需求、服务民生的重要载体。近年来,我国品牌连锁便利店加快发展,增速连续多年位居零售业态前列,但仍存在品牌连锁门店总量不足、布局不合理、服务功能不完善、经营能力不强等问题。推动便利店品牌化连锁化发展,有利于提高消费便利性、提升消费品质、激发消费潜力,是一项重要的民生工程。

二、抓紧制定品牌连锁便利店发展工作方案

各地商务主管部门要指导有关城市结合现有工作基础,按照全国品牌连锁便利店发展工作会议精神以及《品牌连锁便利店发展工作方案编制要点》要求,推动品牌化、连锁化、智能化,抓紧研究制定工作方案,明确工作目标、工作重点和保障措施。

三、完善支持品牌连锁便利店发展的政策体系

各地要针对影响品牌连锁便利店发展的突出问题,借鉴北京、西安、福州等城市做法,以深化“放管服”改革、优化营商环境为重点,推动出台支持品牌连锁便利店发展的政策,从店铺选址、注册登记、经营许可、技术应用、供应链建设等方面予以支持,为便利店发展营造良好营商环境。要抓好已出台政策的落实工作。

零售业数字化转型助推实体经济发展

文 | JV 整理于网络

今年的政府工作报告提出“壮大数字经济”“支持新业态新模式发展”,数字经济已三次出现在政府报告中。

经济下行压力巨大的环境下,零售业的数字化转型成为顺应时代发展、促进消费升级、拉动实体经济发展的力量,以技术创新见长的企业纷纷布局,谁也不愿错过数字经济的红利。

数字化渗透丰富促消费

中国发展出了世界上最大的电子商务市场,移动支付普及,使得人们可以足不出户买遍天下,当AR技术、人工智能及机器人算法实现深度应用,线上实感体验、线下个性推荐及定制、智能结算将逐步落地,销售端数字化渗透程度越丰富也更复杂,消费者的个性需求将得到最大满足,商家能高效完成蓄客,从而进一步拉动消费。

多元智慧经营激发经济活力

当下尤其80后、90后非常注重消费体验,线上与线下融合已成为发展趋势,线上下单,线下送货上门已不是稀罕事。虽然零售业里的大型电商、商超更引人注目,然而“便利店”小业态反倒是中国零售业的“火车头”。

零售数字化面临的机遇和挑战

今年政府工作报告用了“壮大”数字经济,而非早年的“促进”,能预见政府的决心和可投入的力度及各项鼓励政策,数字经济的市场空间巨大。

由此可见,只有大家苦练内功,共建赋能广大零售商及企业、赋能广大消费者的数字化生态,才能实现全面的转型和升级,助推实体经济发展。

迎难而上 供给侧结构性改革要进入深水区

文 | JV 整理于网络

12月10日—12日，中央经济工作会议在北京召开，此次会议深刻分析了当前国内经济形势，部署2020年经济工作。会议整体延续供给侧改革的总基调保持不变，提出“在深化供给侧结构性改革上持续用力，确保经济实现量的合理增长和质的稳步提升”。

改革仍是解决众多问题的钥匙

中央经济工作会议提出“要深化金融供给侧结构性改革，疏通货币政策传导机制”，增加制造业中长期融资，更好缓解民营和中小微企业融资难融资贵问题。

“中央经济工作会议指出，必须科学稳健把握宏观政策逆周期调节力度，增强微观主体活力，把供给侧结构性改革主线贯穿于宏观调控全过程；必须从系统论出发优化经济治理方式，加强全局观念，在多重目标中寻求动态平衡。”

政策：到2020年社会消费品零售总额年均增长10%左右

【商务部：到2020年社会消费品零售总额年均增长10%左右】商务部表示，“十三五”时期，我国经济发展长期向好的基本面没有改变。总体看保持利用外资规模稳定的难度不小。《十三五规划》提出，到2020年社会消费品零售总额接近48万亿元，年均增长10%左右，略低于“十二五”时期13.9%的年均增速。

来源：财新一线

广州2022年底24小时便利店要超过3800家

广州市出台10项措施推动便利店品牌化连锁化！记者24日从广州市商务局获悉，《广州市推动便利店品牌化连锁化发展工作方案》（以下简称《方案》）近日已印发。按照方案，广州市将推动品牌连锁便利店数量每年增长不低于5%，至2022年底24小时便利店超过3800家，力争品牌连锁便利店在社区实现全覆盖。

据介绍，截至2019年6月30日，共有5285家品牌连锁便利店，其中24小时便利店超过3387家，占比超过60%。百万人品牌连锁便利店数超过350家，与上海、深圳等城市一同位居全国前列。但距离便利店发达的国家或地区仍有差距。

为推动广州社区商业服务连锁化品牌化品质化，《方案》提出的工作目标为：品牌连锁便利店数量每年增长不低于5%，即2020年至2022年，全市品牌连锁便利店数量分别不少于5700家、6000家和6400家。至2022年底24小时便利店超过3800家，力争品牌连锁便利店在社区实现全覆盖，助力全市打造15分钟便利生活圈。方案提出了十项工作措施，包括加强社区商业网点规划、开放公共服务单位商业资源、试行“一区一照”登记、简化便利店注册登记流程、加大财政扶持力度等。

来源：羊城晚报



新起点

你好!下一个十一年

文 | 惠宝
摄影 | 惠仔

“以前我在大连的时候……”这句口误让李莹自己也感到诧异,因为大连仅仅是她过去公司的总部所在地。在黑龙江老家学有所成,机缘巧合下来到大商集团满洲里友谊商厦任职,从一个极寒之地到达另外一个极寒之地,李莹却是满腔热忱。与老东家桃李之年相遇,彼此托付,见证悲喜。围绕工作单位,这个利落的典型东北姑娘,开启了人生的第二个春天,建立生活交际圈,收获了良师益友,和明确的奋斗目标,她想做领导的接班人。

初入行时,在“大超”(大规模超市的简称)的业务岗位上,李莹见识了人生百态,工作教给她的不止是商品陈列规则、促销技巧、防盗知识,更赋予了她丰富的阅历和人格魅力,无论是工作还是生活中,她都把将心比心践行到底,会站在对方的角度考虑问题。后来做到集团直轄部门的反贪反腐骨干,目睹了传统的百货业态的数次复兴改革,从联销承包制到纯租赁模式,也在这个过程中发挥着自身财会专业的特长,加上在超市业务岗位上累积的大量供应商对接经验,谁吃拿卡要,谁在工程用料上动手脚,她一目了然。干了两年反贪反腐工作,李莹听从老领导的建议,回归业务岗位做自我提升。

也是这个比她大12岁的领导王姐,帮她评估工作中的乃至生活中的每一次重大抉择,从店长身份的李莹身上,我们可以看到王姐干练、专业、高职业情商的影子。王姐成就了今天的李莹,是李莹的人生目标、导师、伯乐,也是她离开满洲里后最想念的人。聚散离合终有时,历来烟雨不由人。第十一年,李莹没想到自己不仅告别了熟悉的大商集团,甚至告别了第二故乡——满洲里。

家庭原因,李莹举家迁徙齐鲁核心地区——泉城济南,循规蹈矩的传统大超生活宣告结束,她喜欢的工作节奏,她的业绩,她的同事口碑,在新的城市瓦解冰消。然而,在命运为你安排的属于自己的时区里,一切都准时,刚从满洲里办事归来的李莹,遇见了嗨家便利。

一切都是新的,刚入驻济南的嗨家便利,如此年轻的95后同事,便利店经验空白的自己。学习做关东煮、烤地瓜、基于便利店特点的商品陈列,事事亲力亲为,工

作充实也累,原来面对的是以逛街心态来大超市的消费者,现在迎接的是本楼里立买即走的有便利店刚需的白领。

“完全不一样,模式、人群、氛围、工作风格,怎么说呢,一切都是最好的安排吧,来嗨家机缘太巧了,那天我刚下飞机回来的路上,就看见这个招聘启事,然后就面试,然后来工作,这里对我来说是陌生的更是充满希望的。”第一次让李莹感受到自己进入了一个朝阳产业、跟嗨家一起走在行业前端的是一个店里的活动。根据嗨家便利目前“不同门店不同活动”的政策,根据各自门店的不同情况,由店长来牵头策划。“从来没有这么强烈的同舟共济的感受,店里做活动有任何需求,只要在群里喊一句,立刻有同事回复,帮我们想办法,没有人推卸责任,没有复杂的流程,大家都在一起尝试,目标是为了让这个活动效果更好,朝气蓬勃,你知道么,就是这种感觉。集团在极速发展,我管好自己的这间店,我在为嗨家的未来助力。我很想念满洲里的老朋友们,因为他们见证了我的成长,陪伴我度过我人生中最重要的11年,但是我也庆幸,因为我强烈感受到,我人生中更重要的11年将要在嗨家发生。”

“生活本来平淡如水,放一点盐它就是咸的,放点糖它就是甜的。”这句话来自李莹最近的一条朋友圈动态,她相信,生活的模样由自己主宰。最近她又修了自己的短发,多余的鬓角碎发掖到耳后,即使6点半就要到店,她都把不忘化些淡妆,让自己精神饱满的出现在下属面前,给顾客一个好印象,也给自己注满元气。“欢迎光临嗨家,需要什么,姐?”李莹热情的招呼着往来的顾客,今天来的是楼下食堂的大姐,跟李莹已经成了熟人,买完东西也没有着急走,热络了好一阵,大姐说,济南的冬天挺冷的,每天都来这里买一个热乎乎的烤地瓜,跟李莹说几句话,心理就觉得暖暖的。

不忘王姐的知遇之恩,为每一个在工作岗位上做出成绩的人鼓掌,不耻下问,工作上专业,生活里有情趣,前十一年造就了有血有肉的李莹,下一个十一年,李莹,不可限量。



新气象

邢晨曦，做顾客街边便利店里的朋友

文 | 冰倩

摄影 | 惠宝

一个人要兴旺发达，得有那么一点精气神。——汪曾祺

下了早班，邢晨曦飞快的骑上电动车赶回家中，今晚约好跟女儿一起看张云雷的相声，这一大一小两个迷妹是家中的活宝，探清水河信手拈来，各种相声包袱轻车熟路，一家人经常因为女儿的搞笑语录笑的前仰后合。看完相声，还要续接上达人秀，在一片啧啧赞叹声中，结束这充实的一天。

除此以外，母女两人还是“书虫”，山东省图书馆距离小区不足500米，这里是邢晨曦一家三口周日的固定“据点”。每次来，邢晨曦都有点遗憾，因为《平凡世界》太火了，自己永远只能借到第一册。

又到了跟朋友聚会的日子，遗传了爸妈“好喝、能喝、敢喝”的基因，邢晨曦在酒桌上叱咤风云，虽然不像爸爸那样专攻白酒，妈妈啤白一体，邢晨曦依然是豪爽级别的山东姑娘。

“半雅半粗器具，半华半实庭轩，衾裳半素半轻鲜，肴饌半丰半俭”，虽然邢晨曦的生活看似平淡无奇，却过得有滋有味，充满了烟火气，这也造就了她阳光的个性，随时随地地散发热量，温暖周围人。

作为邢晨曦店长的下属，也是嗨家便利鑫苑国际店的人气担当，“培姐”这样评价她的领导，“敢不好好干活？我怕店长‘呼’死我，她经常要‘呼’我哈哈。”身为一个95后，陈培培被邢晨曦笑称为“培姐”，她告诉我们，邢晨曦经常跟大家开玩笑，但是大家也很敬重她，在专业上毫不含糊，管理上有原则。一次顾客想免费索要一个收费的购物袋，面对强势顾客，邢晨曦顶住压力拒绝了，她告诉陈培培，不能养成客户这个习惯，不然后期很麻烦。邢晨曦说自己凶，脾气急，如果安排了任务，10秒后就要催一遍，从另一方面来看，这恰恰又是邢晨曦专业负责的表现。

在邢晨曦的带领下，嗨家便利鑫苑国际店似乎成为了一个社区休闲好去处，周边邻里晚饭后，都要进来逛逛，看看最近的促销活动内容，和米面粮油价格。路过的行人累了，也可以到店里的休闲区歇息和充电。除了培姐，店里还有3个人（发稿时已有1人调往别的门店，右侧合影为不完全纪录），邢晨曦也纷纷给他们起了外号，整个店铺气氛活泼热情，吸引了很多回头客，嗨家便利有名的销售小能手便在这个门店里产生。“培姐销售和服务是公认的好，刚才还有人来专门找培姐，培姐要多多帮助大家啊。”培姐表示，自己会发挥自己的“不要脸”优势，服务好客户，也做好销售。

不同于大家传统印象中的便利店，嗨家便利鑫苑国际店带来一股全新的气象，融入社区，造福社区，服务民生。更贴近顾客，为顾客着想，做顾客街边便利店里的朋友。这全仰仗邢晨曦的个人魅力和专业能力。说到嗨家便利与别的便利店品牌的差别，她条理清晰，说到推销技巧，她精准分析，头头是道。邢晨曦最喜欢的一句话来自嗨家便利总经理张一芬，“不要把你的工作当成赚钱的工具，这是我们共同的事业”。

最近邢晨曦忙着做活动方案，以及与采购部沟通，每天提报活动海报需求，想在年底之前提升下店铺流量。2020年希望把鑫苑国际店搞得风生水起，希望嗨家便利开更多店，希望自己把员工都带成店长，更希望在提升嗨家便利经营氛围这件事上成为一个范本，在以中老年消费者为主的社区中，温暖开店。

说到这，邢晨曦点开了门店3个数百人微信群，又到了统计顾客线上需求的时间，一袋卫生纸、一包羊肉卷、一桶豆油、一根手机充电线，“本来圣诞的活动，让我延长了，新的一年，祝大家平平安安，皆大欢喜。”做了女儿的朋友，做了下属店员的朋友，接下来，邢晨曦也会带领大家成为顾客的朋友，让我们拭目以待。



新发展

昔日“大超”从业者的蜕变记

凌晨1点，李童旭在台灯前眉头紧锁，原本灵动的双眼被红血丝占满，为了攻克一道数学题目，李童旭2个小时没动地。然而大脑一片混沌，连月的“鏖战”，大量重复性的练习，让他徘徊在崩溃边缘。愁云密布的不止李童旭一个人，李童旭的爸爸李会军，安慰好了妻子，自己继续失眠。这是2019年中考前的一个月，这是李会军全家人集体迎战中考的最后节点。如果可以，李会军愿意替李童旭去夺取那根滚烫的火炬，更希望因此帮他“得度一生的茫茫黑夜”。

而他现在能做的就是送上一杯水，说一句每晚都重复的“该睡了，明天再做吧”。在父母的价值序列里，责任大于一切，李会军对孩子的付出，不仅仅是在面对繁重工作时，依然遵守着陪伴和倾听的约定，也不仅仅是一家人纷纷陷入沮丧时，成为那个兜底的人。2017年，一向循规蹈矩的李会军做出了一个“叛逆”的决定，从供职了17年的银座集团离开，告别了长年外调聊城的工作，也告别了与老哥们并肩作战乐在其中的激昂岁月。人到中年，行事临深履薄，这一次李会军走的果断，因为他再也不想缺席李童旭的任何一个重要的人生时刻，任何一顿家庭晚餐，任何一次父子临睡前的交谈。

消费升级，新零售概念提出，便利店风头一时无两，大超（大超市的简称）如临大敌，垄断地位连续受到冲击，招聘计划收紧，李会军进退维艰。山阻石拦，大江必定东流去；雪辱霜欺，梅花依旧向阳开。虽然求职之路一波三折，但是凭借过硬的专业技能、丰富的管理经验，李会军正式加入今年在济南名噪一时的中商惠民，成为旗下嗨家便利店的首批店长之一。然而，虽在“大超”有一技之长，但是便利店行业对李会军来说，是个全新的开始，正如要中考前的李童旭，等待李会军的是一次未知的试炼、一次证明自我判断的机会，也是一次激发人生勇气博得未来的考验。

初试95后员工遍布的便利店行业，让大超模式成长起来里的李会军水土不服。第一次主持新店开业，全体员工通宵达旦，在焦头烂额之际，他没想到，一个小同事“居然”要请假，这犯了李会军的大忌，这与他从业以来一直信仰的敬业精神相悖。拒绝了请假要求的李会军，没想到迎来了更大的

麻烦，小同事严重的情绪化影响到了工作，这是相当不利于新组建团队的发展的。李会军第一次怀疑自己的当初的选择。

这一天父子对谈中，李会军像个学生，向他的“老师”讨教，是父子亦如知己，李会军用自己的人生经验帮李童旭排忧解难，这一次李童旭从90后的角度帮父亲分析下属同事的怨念。当实体经济转型期来临，要升级的不只是曾经骄傲高姿态的大超，还有这些拥有传统服务模式思维的从业人员。曾经银座教会了他团队建设、明确分工、提升执行力，现如今，他要学会开放思想、拥抱变化、保持进步，更要学会与那些跟李童旭同一时代的同事们相处，学会管理要有的放矢。

沟通很顺利的进行，小同事的委屈也得到了疏解，李会军知道了在尊重的前提下，调动大家的积极性才是正道，软硬兼施，恩威并重，跟年轻的同事学会更正面的生活心态，他也教会了大家花钱也学不到的专业经验和技能。不赌天意，不猜人心，曾经内敛的、以朴实勤劳作为个人标签的李会军迎来了人生的全新阶段，严肃值降下来，魅力值提升，坦荡带来了更多回馈。本以为是李童旭的一次牺牲，没想到因祸得福，收获了自己的一段惊喜旅程。

曾梦想着在既定的轨迹里往前飞，安全地行遍千山万水，却因为亲情和责任，主动打破了自己的舒适圈，发现了自己的潜能，也发现了更美的风景。12月31日，迄今为止济南最大的一家嗨家便利店在东城逸家开业，面积超过160平，地处政府机关密集区，对于加快嗨家便利特有的党建服务板块建设具有里程碑似的意义。李会军被委以重任，调任店长，这匹低调的千里马，即将在中商惠民要构建的社区新生态的草原上驰骋。

2019年李童旭如愿考上了山东省实验中学，这所堪称省内中学阶段最高学府，李会军感慨良多，满怀憧憬，一方面是因为李童旭，一方面是因为顺利通过行业转型考核的自己。于不变中求变，不变的是父爱的核心，变化的是专业能力。2020年，李会军计划暑假跟带李童旭和李童旭妈妈去南方旅行，计划读完《感谢自己的不完美》以后，继续在父母大学学习，计划让自己不但要在行业中站住脚，更要站的好。



新赋能

“社区便利店”向“社区消费和服务平台”升级

01 社区便民服务站

社区药柜、社区彩站、社区金融、家政服务、社区快递、社区保险、社区团购



02 辅助政府将民生落到实处



党员驿站

通过社区便利店建立社区党办，
以党员群众的需求为核心，
真正实现将党群服务渗透到居民生活的每一个角落。



“天眼”社区工作站

发挥社区“天眼”功能，
成为社区治安的岗哨。



社区健康服务站

推动全民健康事业发展，
践行全民健身国家战略。



社区应急站

为社区居民提供应急服务。



社区信访站

提供民情反馈通路，
社情民意通道，疏解社会矛盾。

小老板解密,看店与开店的区别

尽管只进入便利店行业 3 年,宋老板的便利店却经营的风生水起,本月开了第三家分店,问到他的生意经,宋老板不吝分享。他说:“虽然我的生意做的不是特别大,总的来说还可以,我总结出不少经营策略,想跟同行或者遇到经营困惑的朋友说说,希望对大家有点启发。以下内容来自宋老板分享。”



我这几个店的面积都不大,约在 20 平米。现在这个店面的上一个老板是个零售大户,经营历史 10 年,他的确是盈利了,但是盈利多少因季节而定,当时 4 月份营业额每日有 500 多元,夏天旺季时据说有时可突破两千元一天。既然接手自己做了,也没想太多,也没法复制别人以前是什么样子,想着就按自己的思维来运作吧。

同质同价决定了很难创新

拿烟草商品举例,这个行业属于国家垄断经营,所以只能在 10% 的合理范围内运营。在同质同价的市场当中,烟酒买卖竞争已属于白热化,本身的利润率也决定着这个行业没有什么差异化的营销模式。

一般来说都是大店针对送礼人群销售高档烟,小店大多是针对附近居民做些烟民日常口粮的生意,中低端为主。街坊邻居是主要消费人群。

说个行业的潜规则,现在大多烟酒店都只销售真烟,卖假烟的店已经不多了。虽然是沿街,但是真正熟客生意占到 70%,流水人占到 30%。在都是真烟的情况下,一条 2 公里的街道有证的烟草经营户就 20 多家。很多日化、零食商品也是同理。



想经营好,必须要有自己的特色

现在的消费者最怕的就是买到假货,即使有时买到的是正品也会因为店面比较小而怀疑商品品质,心里有了怀疑,怎么看怎么感觉不对劲。

我当时想了个办法,先在商品的防伪上下点功夫。于是,去广告社做了 10 万个激光一次性防伪贴是个不错的选择。价格合计到一个 1.7 分,几乎没什么成本。防伪贴上有店名和政府打假电话,这样基本上顾客来买都心里就很踏实了。

想要顾客记住你,你就得先记住顾客

开店,对于自己顾客一定要很熟悉,尤其是开这种靠街坊四邻照应的小店。现在,只要是老顾客进店,几乎都不用开口,就知道他要什么商品;只要看到他进门,就直接把他要买的东西放在柜台上了,付完帐就能直接走人,这样大大缩短了交易时间,也加大了和老顾客之间的感情。

其实,根本没有卖不出去的商品,如果本地商品摆了一柜子,你让外地商品怎么销售,比如烟酒。在经营四个月以后,大体摸清了顾客喜好,现在店里就算没有本地商品,外地商品依然可以卖的很好。

细节感动顾客

一般开小店都会收到很多残破币，从不找给顾客。有些顾客喜欢用新币，就特意给他们留着，并且告诉他们，这是特意为他留着的，这会让顾客很暖心。

使不畅销变为畅销，骨头变成黄金

可以利用早晚大超市没有营业的这一时段，销售不畅销商品。如果是食品饮料，可以搭配销售，或者加赠品销售。如果是烟草一类的商品，面对陌生顾客，可以有针对性地销售，面对陌生顾客尽量推荐一些外地烟，尽管会跑掉一小部分生意，但大多数都没问题，很多滞销烟都是这个时段销售出去的。如果遇到对烟没什么要求的顾客，并且可以接受高品质商品推荐，可以推销一些高品质的烟。

你那是看店，不是开店

舍得是一种精神也是一种文化，赚到钱了，不能忘掉老顾客，老顾客是店里的基石。为了拉拢老顾客，就专门花钱买了许多实用的小礼品，比如购物袋、酒杯、烟灰缸、一种很小的可以拴在钥匙上的火石打火机，分发给那些忠实的老顾客，小投资换来的是，口碑一下子就扩大了。

现在这个店面是在街中间的，目前东边的和西边的顾客都开始来消费，夏天旺季的时候营业额已经突破了四千元，和这家店的上一个老板相比，我有了大幅度的提升。

这样的业绩一定要继续保持，所以基本上，两个月就会赠送一批老顾客一点小礼品，其实这次送的礼品相当一部份都是销售出去的，因为当时很用心挑选礼品，5块进的打火机零售10元，质量和价格都很好。

最后一算帐基本收支平衡还有点盈余，真是无心插柳柳成荫，不花钱还做了口碑传播。任何销售的成功都在于细节，哪怕是找零钱，遇到年龄大的顾客都是只找给他们小额零币，不研究消费者，那是“看店”不是“开店”。



成年人解压指南, 2020要好好的

文章 | 整理自网络

“成年人的崩溃, 从借钱开始”, 这句话出自电影《飞驰人生》, 很多人看了以后都感同身受, 尤其在 2019 年, 这个似乎是成年人集体情绪爆发的一年, 我们在新闻里频繁地看到那些被击垮的瞬间。



收费员上一秒被骂哭, 后一秒微笑服务

2019 年 1 月 25 日, 高速收费员翁芯为清理车道, 帮忙推走了前方故障车辆, 因此耽误了几分钟。后面排队的司机因不知情破口大骂。翁芯听后委屈落泪, 但下一秒又控制住情绪, 转头微笑面对顾客进行服务, 回过头来才用衣袖抹了抹眼泪。翁芯说: “不想让家人担心, 苦往自己肚子里咽。”

男子地铁内醉倒妻子赶来拥抱安慰

2019 年 4 月 17 日, 江苏南京一名男子醉倒在新街口地铁站, 身边都是呕吐物。男子西装笔挺, 当晚为了陪客户喝酒醉倒在地铁站, 他不顾形象趴在地上, 不断念叨着“喝了好多, 喝了好多”, “没办法, 真的没办法”, “大家都为了生活, 不容易”。几分钟后, 妻子的出现让上一秒还强装镇静的男子瞬间崩溃。他抱着妻子大哭起来, 声音颤抖开始不断道歉: “宝宝对不起啊, 我感觉我没有用。”此时, 妻子不顾丈夫身上的呕吐物, 轻轻拍了拍他的头, 两人紧紧相拥。



两年内上百次疲劳驾驶,交警两句话让他痛哭

2019年9月5日,湖北黄冈交警发现,一位货车司机两年内有上百条疲劳驾驶记录。原来,车主董某做活鱼运输,每天凌晨往返两地的鲜鱼市场。因为车内的氧气有限,他为减少鱼在运输过程中的死亡,经常不休息连续开车,超时记录加起来有100次。

面对民警问询,他声泪俱下:“我运活鱼呀,跑慢了,多一分钟多死一条!”民警听后对他耐心劝说:“你肯定是一个家的顶梁柱,对家人来说,你的生命安全肯定是最重要的。有什么比安全更重要?安全才能回家呀,你要是垮了,你整个家都垮了……”听到民警的话,董某突然眼圈泛红,他想起曾经一起跑活鱼运输的同伴,今年7月刚刚因为疲劳驾驶去世了,年仅30岁。

48岁外卖小哥猝死,电饭锅里还热着饭

2019年12月3日,江苏南京朝天宫附近的一处老房子里,外卖小哥吴德宏突然倒在了出租屋内,屋外是正在充电的外卖电动车……这一晚,来自安徽马鞍山的他走完了48年的生命历程。

他的家人赶到现场时,电饭锅里还热着饭,桌上有两盘剩菜,煮青菜和大蒜炒蛋。据家人介绍,吴德宏平时不喝酒,他去世时,身上只找出来两个一元硬币,一包香烟。他一张银行卡里只有400多元,另外两张卡上只有几元钱,手机里还有100多元没有结算的送餐费。吴德宏有一本笔记本,上面写的心灵感悟字迹工整,其中有一页写到:“一个人,一辈子,一条路,一片天。随着年龄增长,观点、心态也就随之改变,不一样的环境酝酿不一样的人生,不一样的风景,影响不一样的心情。”吴德宏曾告诉家人,过完春节就回老家,送外卖太累了,可惜,他没等到那一天……



心怀正能量,所有的努力都不会被辜负

各行各业都充斥着无奈辛酸,起早贪黑进货算账的社区便利店老板们,更是感受颇深。小编采访过的便利店老板们,都有一本辛酸史。或是为了给家人创造更好的生活条件,或是人生遭遇变故逼不得已。人到中年背井离乡,开店之路坎坷,有的因为租金或者选址问题几经辗转,有的遇人不淑被合伙人骗到倾家荡产,有的遭遇火灾蒙受巨额损失。

然而他们都找到了完美的解决方案,现在的小店蒸蒸日上,成为了社区居民们生活中不可或缺的一部分,是大家的休闲打卡地,而他们所在的城市也成为第二故乡。我们看到不善言辞的李老板,帮邻居临时照看宝宝时候的温柔,我们看到虽然忙到停不下来还是抽出时间将小店装扮成花园主题店的王姐,我们看到逢年过节时,张姐小店里来送饺子的人络绎不绝,我们还看到,被逼无奈继承便利店事业的小许,将连锁店开遍了方圆百里。

这些便利店老板都拥有一个共同点,从来不抱怨,想要实现的目标脚踏实地的去争取,对于人生的无奈也泰然处之,学会放下。只有心怀正能量上路,所有的努力才不会被辜负。与其在压力中崩溃,不如学会感恩苦难,迎接未来。也许你正处在人生的困境里,不妨放下绝望,再次出发,行到水穷处,坐看云起时。你有什么苦恼,可以跟我们聊聊,添加微信公众账号“惠民头条”,说出你的苦恼。

中国年味最浓的四个地方，你去过几个？

来源：搜狐



平遥古城

山西平遥古城，位于山西平遥县境内，是我国保存最为完好的四大古城之一。千年平遥古城里的红火热闹年味，应该是最能体现北方年味的地方了，也是年味最浓的一处旅游胜地，从腊月初一开始，平遥人就开始为春节忙活了，家家户户张灯结彩，老老少少剪窗花贴窗花，夜晚灯笼亮起，城内一片通红。

平遥古城有六个城门，进入平遥古城里边是不需要购买门票的，而平遥古城的门票其实是由古城内 22 个小景点组合而成的，买一张通票就可以游览古城内的所有景点，而且 60 岁老人和 1.2 米以下小孩是免门票的，当然如果不想买门票的话，在古城内街道上逛街感受年味，也是很不错的。

来平遥古城最适合漫游，古城街道上那些经典传承的窗花剪纸，每到夜晚大红灯笼亮起，城内一片通红，和晋商大院相得益彰，无处不体现着浓厚的传统气息。走路累了的话，可以选择乘坐观光车，到每个景点都会停留，还可以欣赏下古城的特色景点，也是很棒的一种游览古城的方式。



河北暖泉镇

暖泉镇在河北张家口的蔚县。每到春节，蔚县大街小巷每家门前都高高挂起大红灯笼，崭新的春联和各色挂饰把县城装扮的喜气满满。

这里最特别的习俗——“打树花”，已有 300 余年的历史。据说富人过节燃放烟花，但铁匠买不起烟花，就从打铁时四溅的火花中得到灵感，把熔化的铁水泼洒到古堡城门上方的砖墙上，好似烟花盛开。

除了打树花，蔚县的剪纸艺术也是举国闻名，进入腊月，走在大街小巷上，每家每户的窗户上都贴着精致的剪纸，年味十足。



浙江安昌古镇

安昌可以说是绍兴最原汁原味的古镇了，沿河的三里街市还保留着质朴的生活，到了腊月，最是热闹。

腊月，安昌古镇临水的老街挂满了腊味、酱货，空气里飘来浓浓的酱香味。暖一壶黄酒，切一碟腊肉，倚河而坐，都是小时候的味道。不仅能见识到遍地“牵肠挂肚”，安昌的新年还能让我们看到从明朝传下来的扯白糖手艺。同时，具有水乡风情的水上婚礼也是别具特色。身着喜服的新人，坐或站在在船上，船夫慢悠悠地摇船，吸引了大量游人。



台湾平溪

还记得清迈那极致浪漫的水灯节吗？在我国宝岛台湾的平溪，同样也有这样的梦幻盛况。平溪天灯节是台湾新北市平溪区在每年元宵节所举办的活动，元宵节前会有若干场大型放天灯活动，看成百上千的许愿灯在夜空放飞，满天天灯，满满的幸福。这个被外媒评为“此生必游”的景点，一定要去体验一次，把新年愿望写在天灯上，一起放飞祈福，既浪漫，又有意义。



新品
推荐



36°牛栏山百年

规格：400ml
地道北京味，正宗二锅头，年节必备

年货节

LIQUEUR 酒水篇

新品
推荐



锐澳微醺鸡尾酒 四种口味混合

规格：275ml
3度微醺小酒感，没有负担，入口柔和，果香、酒香完美融合

新品
推荐



王老吉凉茶

规格：300ml
熬夜上火，聚会畅享王老吉
怕上火喝王老吉

DRINKS 饮品篇

新品
推荐



露露杏仁露

规格：240ml
早餐好营养，就喝热露露

新品
推荐



百事可乐

规格：2l
冰凉气泡的刺激，聚会必点单品



新品
推荐



海天鲜味生抽酱油

规格：500ml
点蘸凉拌，酱味鲜，品质佳

调味 速冻食品篇 FLAVOR

新品
推荐



湾仔码头韭菜猪肉水饺

规格：720g
幸福时光，美味共享

新品
推荐



鲁花5S压榨一级花生油

规格：5L
原料精选中国本土大花生，从源头开始确保产品质量
5S 物理压榨 - 避免了高温精炼和化学溶剂对油的污染
三检制度 - 原料收购、生产过程、出产检测等
品质保障

休闲食品篇

SNACK FOOD

新品
推荐



奥利奥夹心饼干

规格：116g
原味、草莓、巧克力，多种口味，休闲必备

新品
推荐



洽洽每日坚果混合 果仁水果蜜饯干

规格：26g
自然原香，本真味道；
专业配比，营养均衡，大人小孩都爱吃

新品
推荐



洽洽香瓜子

规格：260g
回味童年的味道

上海地区 嗨家便利 加盟特惠

加盟嗨家独享特惠

1. 限时抢购5万元补贴大礼包
2. 老店原有货物免费撤店盘点到大仓
3. 免费设计平面图、效果图、施工图
4. 免费赠送1500元开业大礼包



扫一扫添加微信

上海嗨家便利宝山长发路店改造前后



上海嗨家便利城路店改造前后



加盟热线

15801707806

地址：上海市七宝镇中春路7001号明谷科技园C栋1202



商品优势——省钱

深度优化商品结构，厂超对接、源头采购，提升价格优势，品质保障。



服务优势——省心

打通线上线下的 O2O 平台，优质的门店体验、社区电商、社区快递。



运营优势——省事

强大的团队支持，开业筹备期只需 10 天。
专业的运营团队，提供持续的运营指导，为店铺运营保驾护航。

上海嗨家便利金润店改造前后



上海嗨家便利鹤旋路店改造前后



找个属于你的树洞

来源：网络 /JV

现在很多社交类的应用，都是始于颜值的。今天给大家推荐几款非常小众的社交软件，它们都比较倾向于内容的分享，如果累了，可以把它们当个心灵的休憩场所。



Soul

Soul- 基于心灵的智能社交APP。功能是寻找最适合自己的灵魂伴侣。微信微博上发不出的话，默默记录在案，而恰巧有陌生人在意。



如故

如故 是一款专注三观匹配的社交 App。如故通过心理学家打造的内心测试，分析你的三观，再用精准匹配算法，为你推荐三观相合、志趣相投的朋友。在如故，未谋面，先知心。



一罐

一罐为那些有社交恐惧症的人提供了一个安全的树洞。每个罐子代表一个主题，用户可以自由地在里面进行完全匿名的表达和交流。



嗨家便利加盟 火热招商中

品牌介绍

嗨家便利是中商惠民旗下的连锁加盟品牌，加盟业务主要针对原有中商惠民合作的 60 万家小型社区夫妻老婆店，通过加盟合作的方式，对店铺进行形象升级、管理升级、设备升级和商品升级改造；在整个升级改造过程中，嗨家便利以专业的角度给予管理与运营方面的最大支持，最终达成帮助加盟店提升营业额的目标。

加盟流程



市场定位



门店调研



加盟签约



店铺装修



开业筹备



运营指导

加盟优势

- 1 店铺升级 10 天化
- 2 商品进货源头化
- 3 收银系统智能化
- 4 经营类目多样化
- 5 物流运输高效化
- 6 售后服务完善化



加盟热线：400-0999-200 / 185-0195-7902(张先生)

连续五年上榜胡润全球独角兽
我们的发展顺应了时代与市场的选择
也让社区电商平台创新理念深入人心

2019胡润全球独角兽



不断受到认可,在行业中探索深耕
不断历练模式,在沉淀中创造价值

CB Insights: 2019年全球独角兽企业



成绩属于过去
荣誉归于你们
坚持给予未来
让我们携手共进,新年,新起航
你好,2020!

2019中国产业互联网·B2B十强

积极探索新常态下的社区商业生态体系
实现线上线下一体化融合
经济效益与社会效益相融合



公益事业

获得“2019年度互联网社会公益责任奖”
张一春获评“2019年度爱心公益大使”



为光彩事业-十履行捐助助学

关爱儿童健康成长
关注留守儿童
做惠及民生公益企业

中商惠民捐助助学为青海856名小学生送去“彩虹盒子”



我们将社会责任融入企业文化并坚持初心
我们在路上从未缺席

大事记

2019 我们不忘初心,再出发,中商惠民坚持“惠生活·益民生”的企业使命。砥砺前行,为60万“夫妻店”创新价值服务,感谢你们的加持与坚守,惠民强势蓄能,谱写历史;感谢你们的认可与嘉奖,惠民荣获勋章,荣耀你我。

2020 我们继续“成就客户成就自己”,用专业的素养,链创新的能量,敏锐捷的洞察,做担当的惠民。

中商惠民加快推动赋能社区
创新加盟模式 嗨家便利全国开花
为客户创造价值 让消费者满意

创新加盟

嗨家便利店落地四城



强势蓄能 完成新一轮 16亿人民币融资



2019年度最佳社区 商业服务平台

我们始终立足社区
创新“互联网+社区+民生”平台模式



中商惠民集团正式在济南揭牌
坚定全场景数字化运营
我们要在今后的发展中用全球视野
抢抓全球发展新机遇

全新起航

中商惠民集团成立



荣誉勋章

中国最受尊敬的企业称号

荣获“中国最受尊敬的企业”称号

董事长张一春荣获“中国最受尊敬的企业家”荣誉称号



2019收获满满 2020共赴繁华

底商超市

地址：北京市大兴区亦庄镇富源里小区底商超市
面积：70 m²
租金：面议
转让费：面议
联系人：老板
电话：18810042898
介绍：有营业执照、卫生执照。因小孩回京上学一人忙不过来，现底价转让。请有缘人接手十年老店，接手可盈利！客源稳定。每天的营业额一千五到二千左右，夏天二千到三千。可实地考察！

社区超市

地址：北京市朝阳区东坝奥林匹克花园社区店
面积：有意电联
租金：面议
转让费：85万
联系人：陈先生
电话：13260362888
介绍：库存40万商品带8个月房租，月盈利6万左右。

南昌社区超市

南昌社区超市
地址：南昌市青山湖区昌东大道小区门口
面积：150 m²
租金：4000元/月
转让费：面议
联系人：钱女士
电话：18370588546
介绍：成熟社区，接手即可盈利，有意电联详询。

正规社区超市

地址：河北省廊坊市大厂夏垫镇萨拉曼卡小区
面积：115 m²
租金：面议
转让费：10万
联系人：王女士
电话：15373290277
介绍：正规社区底商超市共两层，独立厨房、卧室、卫生间，户型方正临街，周边小区众多！

羽彤超市

地址：北京市朝阳区双合地铁站附近
面积：120 m²
租金：25000元/月
转让费：全包36万
联系人：朱先生
电话：13520887638
介绍：本店位于小区底商，证件齐全，接手即可盈利，有意电联详询。

昌平某超市

地址：北京市昌平区
面积：200 m²
租金：面议
转让费：面议
联系人：朱女士
电话：13331031615
介绍：有意者请电联详询。

豆点便利店

地址：天津市东丽区
面积：200 m²
租金：2000元/月
转让费：面议
联系人：王姐
电话：18322334054
介绍：5年老店，证照齐全，客源稳定，另有菜鸟驿站，因身体原因低价转让。

优康便利店

地址：北京市朝阳区建外SOHO15号楼
面积：100.5 m²
租金：26000元/月
转让费：面议
联系人：张先生
电话：17737202167
介绍：本店位于CBD中心区，顾客全是白领以及公司！客源超多，因家庭原因不得不转让！

兴隆果蔬超市

地址：北京市顺义区华英园小区门口
面积：80 m²
租金：8.6万/年
转让费：18万
联系人：董女士
电话：18637610662
介绍：证照齐全可过户，有意电联详询。

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，中商惠民不承担任何责任。
您自行对该推广信息进行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。
请您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。
进行交易前请务必先核实对方身份及相关资质，谨防诈骗的发生！

惠购GO是隶属于B2B独角兽中商惠民集团的环保电商品牌，依托中商惠民的全国最大的快速消费品自建B2B供应链（上游直接对接2000+生产厂家，下游为全国56万家超市便利店供货），我们致力于按照厂家直供超市的价格，在下单24小时内，为消费者提供厂家直供或授权的海量正品，品类涵盖饮料酒水、牛奶零食、粮油调味、生活日百等。

【惠购GO超市简介】

免费送货到门（零消费门槛）

微信扫码 即刻省钱



惠购GO超市
出厂价、次日达



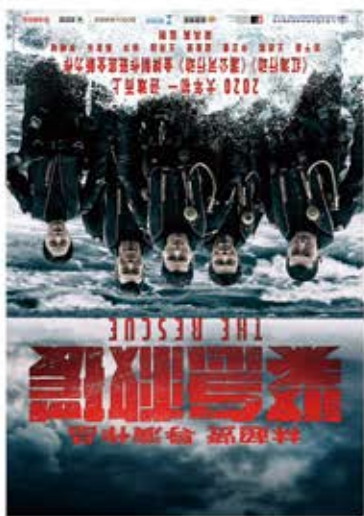
这次,《熊出没》系列主打“狂野”。所以“熊强三人组”是要去狂野大陆冒险了。一年又一年,《熊出没》系列的春节档大电影还是取得不错的成绩的。情报已经曝出,喜欢的小伙伴可要留意了。

《熊出没:狂野大陆》



林超贤作为中国实力导演之一,他的制作班底一直
都是王牌,是口碑票房的保证。全新作品《紧急救援》集
给了于昊等外形与实力兼备的当红演员,为观众带来
一场震撼人心的紧急救援。

《紧急救援》



大家可还记得《哪吒》结尾彩蛋,一句“姜子牙,你可知罪”。这句话似乎预示着什么,是的,谜底就是《姜子牙》作为《哪吒之魔童降世》后光线影业“中国神话系列”又一力作,动画电影《姜子牙》宣布定档2020年大年初一。和《哪吒之魔童降世》不同,这部动漫以姜子牙为主线,讲述封神大战过后,姜子牙被贬下凡间如何重回昆仑的故事。

《姜子牙》



同样作为喜剧电影,也同样是该系列的第三部,徐
峥导演带着《囧妈》进军贺岁档,演员阵容集结了贾冰、
徐峥、王祖蓝、彭昱畅,作为徐峥“囧系列”的第三部作
品,《囧妈》将丰富女性视角,探讨家庭关系。

《囧妈》



神仙打架的2020春节档电影 你最期待哪一部呢

文 | 吉伟 整理于网络

每年的春节档都是院线最热闹、竞争力最大的黄金档期。对于2020年的春节档，就目前已经锁定的大片来看，竞争无疑会是最激烈的！神仙打架阵容，7部大电影已经锁定2020年大年初一，每一部都值得期待，你会选择哪一部呢？

《唐人街探案3》

《唐人街探案3》是“唐探系列”的终篇，这次的故事发生地是日本。从《唐人街探案2》的34亿，陈思诚的“唐探宇宙”正在形成，他也因此跻身一线导演地位。据报道，《唐人街探案3》的总投资达到近13亿，按照这个成本计算，票房至少要39亿才能回本。据此估计，《唐人街探案3》恐怕要冲上春节档票房冠军宝座才行。



《中国女排》

《中国女排》由陈可辛执导，这部影片改编自中国国家队女子排球队经历的真实事件，影片以里约奥运会作为背景，展现出几代排球女将的热血与青春以及中国女排三十余年的艰辛，中国女排的奋斗历程和顽强拼搏、为国争光的故事。作为中国体育最值得称赞的团队，中国女排此番登上荧屏，备受关注！



《急先锋》

《急先锋》是由唐季礼执导，成龙、杨洋、艾伦、母其弥雅、朱正廷等主演的动作片，讲述了“急先锋”小队跨国对抗恐怖组织，营救中国企业家质的故事。也是导演唐季礼第九次和成龙大哥合作，之前两人合作过《十二生肖》、《功夫瑜伽》等多部电影，都是经典中的经典。



美国加州
乐事红葡萄酒



H+13°C
真露西柚烧酒



张君雅小妹妹
墨西哥辣鸡点心面



张君雅小妹妹
日式串烧休闲丸子



张君雅小妹妹
五香海苔休闲丸子



小红帽
干红葡萄酒



张君雅小妹
碳烤鸡汁点心面



大卫诺娃
干红葡萄酒



三养香辣鸡味
方便拌面



法国山图
干红葡萄酒



除了健康饮品外，今年消费者对进口食品、网红食品的喜好程度明显提高。

2019年进口食品类销售TOP10

伊利安慕希黄桃燕麦



鲁花花生油



伊利金典牛奶



康师傅冰红茶



伊利优酸乳原味



统一阿萨姆奶茶



伊利安慕希希腊酸奶



可口可乐



红牛能量饮料



伊利纯牛奶



2019年 饮料品类销售 TOP10

2019年中商惠民爆品榜单

中商惠民 | 爆品推荐 HOT RECOMMEND

12月27日,中商惠民发布2019年快消品商品榜单,本次榜单基于销量、消费者喜好度等大量消费数据多维度分析得出。根据榜单显示,随着消费者健康意识的提升,2019年饮料和健康乳制品成为销量占比最高的商品类。

扬州人过年的特有年俗，便是新年一定要吃橘子，这被扬州人喻为“走大局”。每年三十晚上，扬州的长辈们都要把云片糕、苹果、橘子等摆在每个人的床头，供新年第一天早上起床就吃。吃橘子有独特的寓意。在扬州话里，运气叫做“局气”，走运叫做“走局”，橘子的“橘”和局气的“局”谐音，所以赠人橘子，就含有把好的运气带给他人的美好寓意，扬州人新年请人吃橘子，就是祝福对方走大运，诸事顺利。

走大局



打铁花是河南驻马店确山县的特色民俗。首先要在广场上搭个三四米高的大棚，称为“花棚”，花棚顶铺一层鲜柳树枝，树枝上缀满各种烟花、鞭炮等。花棚旁边立一座熔炉，把准备好的生铁化成铁汁灌进去备用。打花者一手拿着铁汁的“花棒”，另一手拿着的“花棒”迅速跑至“花棚”下，用空棒猛击有铁水的棒。十几个“打花”者一人紧跟一人，在熔炉和花棚之间穿梭，棒中的铁汁冲向花棚后，遇到棚顶的柳枝立刻迸散开来，铁花又点燃棚上的鞭炮、烟花，顿时火光冲天非常好看。

打铁花

安徽池州民间素有“无戏不成村”的俗语。历史上几乎每个家族、村落都有戏班社。戏戏是我国最古老的戏曲剧种之一，其古朴浑厚的魅力直抵人心，被誉为戏曲活化石。池州戏也被列入国家级首批非物质文化遗产名录，贵池区被命名为“中国戏曲文化之乡”。池州不少农村地区，以祭祖、驱邪纳福为目的，都会在春节期间履行表演降戏。

戏表演



农历正月十六，安徽省全椒县都会举行一场独特的传统民俗活动——“走太平”。这项民俗活动最早自东汉开始，延续至今，盛况不衰。正月走太平桥，也称“走百病”，因桥谐音“瞧”，走桥即“瞧病”，是为了消灾驱病。这一天城内万人空巷，四乡八邻、扶老携幼、倾家出动，从清晨到深夜，数十万人到太平桥上走一走。

走太平



背水亮膘是流传在山西南部永济市境内的一种奇特的传统民俗活动，寄托了当地人祛邪、避灾、祈福的美好愿望。背水亮膘是由一百零八小伙子组成八卦阵的队形，踏着鼓点，不断变换队形并进行表演。这些小伙子，身着短裤，头裹红色头巾，手戴铜锣，光着脊梁背着从黄河里捞起的大冰块。“背水亮膘”是对当地年轻人体质、力量、抵抗寒冷能力的严峻考验。

背水亮膘



如今，“打酱油”早已变成了网络词汇，许多人都爱拿这个说法打趣漫不经心的行为。而在江苏镇江，“打酱油”则是切实存在的延续多年的年俗。镇江拥有许多老字号的酱油厂，每到年前，市民们不分男女、老少都要排队打上一年的酱油，逐渐成为了当地老百姓迎接春节的一种习俗，大家觉得打了酱油才有浓浓的年味。镇江人都说，他们打的不仅是酱油，更是对新的一年期盼。

打酱油

鼠年春节临近，家家户户都开始为过年张罗起来，恭贺过一个热热闹闹的团圆年。除了买年货、吃饺子、贴春联，各地都有一些传统趣味年俗，这些具有浓郁地方风味的年俗，你知道几个？

文 | 吉伟整理于网络

这些趣味年俗你知道多少？



让店面业绩翻番的盈利技巧

在便利店经营的过程中，难免会遇到一些问题，导致营收下降，甚至直接零收入。进店的人少、顾客在店内停留的时间却很短，而且还没办法把新顾客发展成老顾客。任何一点，对便利店来说都是致命的打击。如果想解决这些影响便利店生意的问题，先要弄清问题产生的原因。

01 客流量减少

1. 选址出问题：店址选得对，店铺经营就成功了一半，选址失误是导致进店人少最直接的原因。一般建议选入流量大，竞争较小的地段；
2. 店招没有吸引力：店址选得不错，但是进店的人还是少，那就要考虑店招的问题，店招是店铺的门面，做得不够出色、不够显眼，就很难引起顾客注意，更别说吸引引入进店；
3. 店面环境脏乱：有些店铺不仅店内不整洁，店面门口也是十分脏乱，让人一看就没有进去购物的心思。想留住客流量，不妨先改善一下卫生环境。

02 客户进店停留时间过短

1. 装修老旧：别在店铺装修上太省钱，好不容易顾客进来了，一看店内装修差劲，自然就没有心情购物，也就不愿意过多停留；
2. 陈列混乱：顾客进店购物少不了要与货架打交道，如果陈列混乱不堪，各个商品摆放毫无秩序可言，顾客也就没心情继续选购；
3. 不会定价：商品定价是门深奥学问，如何定价更受欢迎，能让顾客觉得占了便宜，需要经营者细细揣摩。如果不能定价而胡乱定价，对顾客没吸引力，看一眼就兴趣全无。

03 没有忠实老顾客

1. 服务不到位：让顾客感觉不舒服，就算这次消费了，也绝不会再来第二次。另外不要对顾客进行烦扰式推销，影响顾客购物心情；
2. 商品品质不行：顾客来购物，买的是商品，更是商品品质。如果顾客一笑都是些假冒伪劣商品，上了一次当，谁还愿意再来呢？在进货时，不要贪图便宜进些劣质商品，这样看起来利润大，实际却失去了顾客的信任；
3. 让利活动少：经营者不要一心只想着挣钱，还要注意维护顾客关系，不要吝啬做特价促销活动。虽然促销会影响商品利润，但是却能提升销量，在薄利多销的同时，能收获更多顾客的好感。想把便利店开好，还需要经营者花费很多心思，而不是随便选个地址，进点货类就行了。怎么吸引更多顾客进店、怎么布局便利店货架、怎么提升商品销量……这些都与便利店营收息息相关，只有处理好这些问题，才能真正赚到钱。

(整理于网络)

门店经营这些细节千万不能忽略

便利店门店经营其实有很多细节性问题，而这正是实体店门店本应该做好，却往往被忽视掉的细节。那么小编就为大家介绍一下门店经营中需要注意到的事项，千万别忽略的这些细节。

01 SKU越精越好

便利店是以便利性取胜，而不是依靠产品的种类取胜，它应该是“小而美”的存在，社区便利店一般经营面积不大，通常不超过70平方米。便利店与“大而全”的商超不同，不大的店面要求便利店得做好坪效管理，合理地运用店面的每一寸货架面积，有的放矢地布局自己的产品，做到质量上的小而精，而不是数量上的大而全。

02 不要盲目扩张

在零售业普遍进入慢增长期之际，便利店一枝独秀，增速迅猛，在销售额上成为零售业中最高的业态。便利店一时之间站在了行业风口，小型零售业成为各国零售业新的销售增长点。然而深入到便利店的内部，多数传统中小便利店都面临着租金高昂，进货成本高昂，开店门槛低因此在小范围内便利店扎堆等问题。在租金成本居高不下的情况下，要想盈利必须想办法摊薄成本。这时候选择加盟连锁便利店成为一种新的趋势，比自己盲目去扩张店铺，盲目跟风进货，加盟中商惠民旗下的“嗨家便利”更不失为一个好的选择，您将拥有一支强大的团队支持，专业且持续的店铺经营指导，为您的店铺运营保驾护航。

04 合理运营增值服务

社区服务的概念随着便利店的走进逐渐深入人心，增值服务是便利店与超市和电商进行定位区分的关键，较为成熟的便利店可以提供如家政服务、打印服务、代收各种费用、收发快递等数十种服务，但增值服务有其明确的作用，即增加消费者对于便利店的依赖，最终带来变现为更多的销售额，不能合理运用增值服务把“便利”转化为“获利”，只会导致人力疲于应付增值服务却未能提升营收。便利店的运营既要提供质量上小而精的商品、提高服务质量，还要根据便利店所处的地理位置制定灵活的经营策略，不是一件容易的事。

03 24小时营业的利与弊

便利店主打便民服务，在营业时间上一般要高于商超，这是便利店与商超竞争的劣势之一。但不是所有的便利店都得强调24小时营业或者超长时间的营业模式。更多的营业时间意味着支出更多的成本，而时间成本的付出并不一定能提高盈利。店主应该充分了解自己小店周边的环境，了解周边的娱乐场所、高校是否多，如果周边没有这些场所，就没有必要进行24小时经营，最多经营12个小时即可，这样可以大大节省水电费、人工成本等开支。

(整理于网络)



政策支持带来更加宽松的运营环境

以社区为主的实体消费场景在线下有着重要的入口作用，作为与零售消费者距离最近的行业，社区线下实体消费具有极强的便民性特征，也能最直接改善消费者日常消费的质量。国务院和各地政府在多份文件中强调大力发展便利店、社区菜店等社区商业

人均GDP迈入8000美元，便利店进入高速增长阶段

目前我国整体人均GDP在2017年达到8000美元以上，便利店行业所代表的小型行业一度成为资本追逐的对象，从2017年至今，便利店行业融资事件超过70起，至少100亿元资金涌入，行业估值仍在高涨。但是我国区域经济发展水平差异较大，因此目前便利店品牌也具有较弱的区域性，日系便利店相对集中在一线城市和新一线城市，部分地区的便利店则为当地零售龙头所有，集中在省会城市和经济相对发达的城市，南方地区的便利店密度也相对高于北方。

夫妻老婆店未来发展空间巨大

夫妻老婆店亲民且接地气，极具韧性 with 活力，绝大多数都是一直盈利的，从商业逻辑的本质来看，这是店主考虑的第一要素。更关键的是，这类小店遍布全国各地，深入街道、社区，数量高达700万，是连锁便利店数量的70倍左右。无论是阿里还是京东，瞄准夫妻老婆店切入便利店，不会仅限于供应链输出。深度改造势在必行，在电商巨头强大的线上资源，品牌和供应链的加持之下，数字化改造和技术赋能为夫妻老婆店提供了无限的想象空间。在线上获客成本逐年攀升的情况下，夫妻老婆店作为流量入口，推动电商巨头全渠道布局。在此基础上嫁接金融服务，集成本地生活服务属性，抢占生活服务平台将是未来一大趋势。

来源：亿欧网

百万小店组成的零售网络

根据中国连锁经营协会的统计，我国目前拥有便利店10.6万家，根据我国2017年人口总数13.9亿，便利店密度1.3万人/家，即每1.3万人拥有一家便利店。根据最新数据，日本约每2248人拥有一家便利店。尽管中国的便利店人均拥有情况远低于日本，但是经过亿欧智库对于便利店企业的实地调研和访谈，我们发现中国消费者线下零售需求基本得到满足。

老龄化与小家庭的人口结构使便利性需求增强

我国目前的人口结构接近纺锤型，人口出生率相对较低，社会人口老龄化的问题逐渐凸显。老龄化人口增多促使零售行业对购物便捷性提出更高要求，这一点在日本表现较为明显，便利店和自动贩卖机行业在老龄化社会中得到了充分的发展。

追求体验、便利且要求高品质的消费心理与便利店的服务契合

随着我国人均收入水平平稳上升，越来越多的消费者对于商品的需求已经在满足基本功能之外，更多看重体验、品质和便利等方面。消费者更愿意为了产品的个性化和品质感来买单，这一消费心理趋势的转变，与便利店的差异化、便捷性、品质性服务相契合，刺激了便利店行业的发展。这也推动了便利店“千人千面”的个性化产品结构改变，同时提高鲜食和自有产品比例，增加服务的差异性。



经济 Economical

- 人均GDP稳步增长,处于便利店行业快速发展期
- 社会总额不断增长,消费信心指数稳定,消费领域发展稳中有增加



技术 Technological

- AR、VR和人脸识别技术的成熟进一步推动便利店部分环节效率提高
- 供应链系统的完善帮助便利店网点降低成本



社会 Social

- 经济平稳增长促使消费信心上升,消费升级态势明显,消费者关注品质
- 老龄化人口增多对购物便捷性提出更高要求,且在线上经济影响下人们对便捷有更高要求



政策 Political

- 针对便利店的行业规定逐步完善
- 相关政策法规鼓励与居民生活更为贴近的社区小型业态发展

社会因素与政策因素共同引导便利店行业发展,新技术促进本土便利店行业降本提效

国内实体零售整体放缓,便利店行业表现抢眼,持续保持稳健的增长。通过对商品获取时长、营业面积、营业时间、SKU数量四个维度的考量,亿欧智库明确便利店特征。之后,通过PEST研究方法阐述中国便利店行业的背景。在行业政策、经济增长、消费需求和新技术的助力下使得便利店行业持续保有增量空间,未来便利店将迎来进一步的发展。结合现有零售业态的形式,亿欧智库框定便利店业态的研究对象为包含夫妻老婆店、连锁便利店、部分便民小超市,无人便利店的这一业态圈层,部分存在于市场的便民超市,运营模式与便利店一致,虽为超市之名,本质却是便利店,此这里将其归为便利店业态的研究范围内。

2019便利店业态分析



余林-杭州仓储物流部司机

生活里的热心肠，工作上的“拼命三郎”。把配送车辆当作战友，每天清洁，把每次出车当作一次战役，谨慎对待，把同事当成家人，倾囊相授，把公司当成家，希望它越来越好。作为司机队伍里的“大哥”，也是师父级别的人物，准时出勤，认真负责，数年如一日，0投诉记录保持者。几乎每个订单高峰的夏季，他都全月无休，月配送车次超过50，二配任务中的带头人。帮公司挽回损失，帮同事处理车辆事故，踏实低调，是2019年“惠民战士”评选中的佼佼者。



史楚宝-上海业务代表

上海业务一哥，一直被追赶，从未被超越。3年时间，开发数百家客户，业绩月月第一，是市场部火车头的火车头。无论是新品推广、体彩推广、充值任务，还是惠立贷授信提款、商家加盟，每个战役任务都圆满完成，他坚信“别人做不到的我能做到，别人能做到的我会做得更好”。除此以外，他也是未来干部的有力人选，协助领导维系团队稳定，团结老同事，帮助新同事，分享个人的宝贵经验。带动大家积极完成公司的既定任务，被同事冠上大神称号。



高欧洋-广州仓储物流班长

基层骨干，惠民楷模。2015年入职，2018年调任深圳仓工作期间，抵御外界诱惑和威胁，以公司利益为重，圆满完成库房正常运营和关仓工作。2019年3月搬仓期间负责库房修复，提前完成交付，并为公司节省修复费用6万元。2019年7-12月，在人员有限的情况下，完成了自己的日常工作后，坚持参与拣货、装车等一系列一线工作，经常从晚上6点工作到次日中午，最终实现拣配工作完成率百分百，装车工作完成率百分百，订单线路安排、车辆调度完成率百分百。工作主动，团结同事，任劳任怨，默默奉献，是中商惠民基层员工中的优秀代表。

未来战士

邓会敏、张开坤

青铜战士

刘岩岩、马路平、李征、田世鹏、廖俊平、陈恒斋、王云、温丽华、褚建斌、陈井兴、李爱强、袁瑞娜、徐逢朝、常继龙、罗一博

白银战士

王澄程、李强、吴秋梅、王志强、韩春玲、郭鹏飞、王顺宝、阎晓凤、梁志伟、邵小楠

以下27位同时在惠民年终的优秀员工评比中脱颖而出，感谢各位在中商惠民发展过程做出的突出贡献，新的一年，我们继续携手，共赴未来万里航程。



刘春利-天津业务代表

在平凡的工作里创造不平凡。刘春利，专业知识过硬，活动信息、企业模式、商品资讯无所不知，帮客户选品进货、货架陈列、信息录入手到擒来。跟团队共同奋战，超额完成一个个业务指标，10月超额完成5%，11月超额完成20%。在所负责的区域，敢拼敢闯，在众多电商平台激烈竞争的情况下，先入为主，抢夺市场，赢得客户信赖。入职4年来，进步飞速，不计较得失，抗压能力强，帮助新人共同成长，是天津分公司同事心目中名副其实的“惠民榜样”。



姜满-上海仓配经理

拯救分公司仓配业务于水火。2017年5月，面对问题层出不穷的仓储物流部，姜满雷厉风行，真抓实干，2个月时间让其旧貌换新颜。2017年7月无任何压单产生，2018年3月配送车辆由个人承包，提升司机月薪的同时为公司节省费用。2018年8月，55人的编制业绩创新高，2019年6月，2天完成35公里的仓库搬迁。2020年10月，在不影响送货的情况下，顺利完成仓库货架改造。2020年春节前，上海仓将持续为客户提供服务。另外，上海仓的人员稳定性常年位居全国仓储部门之首。



洪俊群-杭州区域经理

跨行的销售状元。本职是厨师的他，从销售小白升级为区域经理，5年时间里，他付出了比别人更倍的努力。凡事有计划，处处皆用心，他相信只要付出就有回报，他说“重复的力量是无穷的”。为了集休荣誉，他甚至在全国业务大赛期间推迟了手术时间。实心实意对待客户，为了帮助被诈骗的客户挽回损失，带领其他区域经理和业务一起，干了5个晚上，至今这家客户只认中商惠民。谦虚、律己、不怕苦不怕难、以身作则，洪俊群带领的团队，目前个个都是精英，贡献率均排在公司前列。

黄金战士

感谢过去一年时间里，在全国各地兢兢业业、披荆斩棘的“惠民战士”，在攻克一个又一个业务难题、成就客户的过程中，起到了模范带头作用，促进了良好工作氛围的养成、激发了团队斗志，我们挑选了一些具有典型性和代表性的惠民年度人物，一起来听听他们的故事。

年度人物 —— 惠民战士 ——

惠民榜样 领跑未来

陶家开启别样人生—免加盟费、每月三款爆品特价、优惠活动常态化,专业人员每周到店指导、开业 3+5 驻店,商品丰富有品质、冷链鲜食供应齐全,最想不到的是居然还有外部进货自主权,全店连锁化装修设计不输一线便利店、改造工期仅 10 天,小罗直呼自己赶上了好时候。



中商惠民助力 20 年北京老店夫妻实现多年婚纱梦想,便利店老大哥今年 48 岁,早上 7 点就起床,只为和自己多年前的新娘子拍一组迟到大久的婚纱照。每一个女人穿上婚纱都这么美,一把年纪的沈哥换了礼服也有别样的气质,但就这么一个小小的心愿,他们却等了一年又一年。



「我们改变了一条街的便利店模式,接着互联网就来了,这次我们依然抓住了机会。」小哥回想起最早与互联网及惠民合作时,那种巨大变革的感觉至今还让他感到不可思议。



罗琳的加盟店离大红门批发市场只隔一条街,随着北京市街道改造和社区改造的深化,街边摆摊已经消失不见,周边半径五百米内只有罗琳的加盟店起到了全功能便利店作用,而罗琳的便利店距开业之日仅一月有余,已颇具规模。



在沈姐看来,互联网的到来彻底改变了这个行业,进货已变得只需按需轻轻点击手机即可,而如何玩的开与维护客户才是下一阶段小店所要做的。“眼光必须要跟得上时代嘛,那样才有的玩。”沈姐笑着说。





作为中商惠民的忠实用户，合作已近五年，琴姐每天都会最终订很多货，长期的订货习惯让琴姐对各类搭配、活动、满减优惠都了如指掌。“每天都要订很多，中商惠民不仅便宜，还能灵活调配，以前没有合作时自己天不亮就要去批发市场批发，路程长还堵车不说，价格波动也大，而且一次就要进一周的货，没有库房很多商品只能堆在外面或走廊，让本来很拥挤的空间更加狭小。”



张贺思路很灵活，多年的开店经验让他总是能有很多新想法来进行多元化发展，目前一家小店的成功没有让张贺停止发展的脚步，与中商惠民合作后张贺又有扩大店面的打算。



尚大姐除了运气，她的店现在生意这么好，还因为遇见了贵人，跟中商惠民的合作让她的小店规范化了起来。说起与中商惠民的合作，尚大姐表情跳跃起来。因为尚大姐，社区里的居民现在都知道中商惠民，信赖中商惠民。



“当然最主要的就是找对货源，中商惠民在这上边帮了我们大忙，之前是要自己用小车去批发市场进的，来回二三十公里，那时候是真的辛苦。”郑诗平接到送来的货后很高兴，边签单边跟小编谈起往昔。



说实话，黄总不怎么差钱，多年的打拼让他早已在商海中积累了一定的财富，但提及开一个属于自己的超市，黄总还是会很认真的说。“这是我从小来的梦想，梦想无关大小。将来希望是开10家甚至更多的中商惠民连锁便利店。”



可能是全球经济都不好，不过中商惠民还是挺给力的，订货省钱，不用自己去顺义进货节省了时间成本，哦对了，还有便民服务每个月的销售，真的对店铺帮助挺大的，所以比起别家生意还算不错。”

业代朱斌说：“跟吴芳合作有一年半，我的印象里，她很理性坚强，在我的工作上给予了很多支持，对我内心充满感恩。她就好像一朵铿锵玫瑰，一个人撑起超市，大多数人很难想象一个女人创业历程有多辛苦。我非常欣赏她坚韧的性格，还有把不可能变成可能不服输的那股劲儿。”



小店开了四年有余，作为最早与中商惠民合作便利店，一直愿意接受新鲜事物的张姐有说不完的感慨。“这几年和中商惠民一起成长，看到彼此一步步走向成熟由衷感到高兴，对货品种类与售后的完善和送货时间的提速，这让我们这样需求很频繁的店可以更灵活的去调配。我也愿意尝试新鲜事物。”



会尝试新鲜事物，愿意跟网络接触，时刻关注“中商惠民”微信，这些仅是陈铃兰经营之道的一部分，美物美廉超市在向阳新村里规模屈指可数，货品全、环境整洁、服务人员态度好，这些都是陈铃兰赢得顾客信赖的秘诀，也因此陈铃兰意外的收获了很多朋友。

提到对于咱们中商惠民的印象的时候，陈天表示，业务员的态度很重要，小金是惠民的业务员，陈叔叔对他的印象不错：“小伙子挺耐心的，打电话随叫随到，我们的关系处的不错，有一阵他骑车，有时候就把车放在我们门口，我们给看着。后来他给我们介绍惠民订货终端，我们可是第一批用户哈哈。”



与往期的采访不同，这次的主人公让记者充分感受到了一股青春的朝气，十分具有生命力。在还没大学毕业时，他就开始了自己的创业之路。工商管理系，写企划书、创业、轮融资，样样在行，目前已经和兄弟们开过4家超市，2年内的职业目标是将这一数目标扩展到10，作为一个有想法有能力又有颜值的90后，王震可谓风华正茂。

感动惠民，人物采访精选

图文 | 筱玖 整理编辑

每一个成功的老板背后都有一段辛酸的“历史”，每一个故事都让人感动不已，让我们从中学学习到不少东西。茫茫人海中，缘分让我们相遇、合作让我们相知，从一开始的质疑、敌对、小心翼翼地接触合作，到最后对我们完全地信任，得益于中商惠民一直以来秉承初心，牢记「惠生活·益民生」的企业使命，相信各位老板们的每一份付出，在未来的日子里将得到加倍的回报。让我们一起来回顾一下《便利店》杂志精选出的历年人物采访吧，重温那份感动。

2015年1月18日，对徐老板来说是个特别的日子，这天是中商惠民广东分公司正式开始供货的日子，徐老板是正式供货当天第一位下单的用户。当时徐老板只是抱着一种尝试的心态在网上订货，却出乎意料地享受到送货速度快、货品优质、价格实惠等一系列服务，这让徐老板切身体会到中商惠民是一家诚信经营、惠民为民的大公司，他也很认可中商惠民的模式，相信中商惠民会成为快消品的巨头。



平凡超市里的伟大爱情。90后开社区超市的情况很少见，大多数年轻人都不能静下心来好好经营，而这两位不止将小店开了起来，生意也十分红火，是中商惠民的老客户。夫妻两个人在经营过程中非常有默契，男主外女主内，分工明确，相互理解和扶持，让经营充满了乐趣，也因此小店做的风生水起。



在记者采访过的众多社区超市老板中，付炳清可算为一个非同寻常的“角色”，爱网购，玩转支付宝、微信支付、百度钱包等各种支付平台，精通手机和惠配通的各项功能，喜欢下载研究各种APP，付炳清，是中商惠民合作的众多超市老板中名副其实的数码达人。



作为一个在北京的异乡人，王宝全的孩子要回老家上高中，老婆为了照顾孩子也回去了，现在店里就他在经营，“我上次回老家已经是四五年前的事了，超市这边实在走不开，逢年过节就把家里人接过来，我现在最受不了还是跟爸妈通电话，每次打电话感觉很有爱，他们希望我能回到安徽发展，而我希望通过自己的努力让他们过上更好的生活。”



感动惠民 因你精彩





2019惠民企业动态

企业新闻

中商惠民三大战略落地 嗨家便利“C位出道”

获悉,中商惠民计划从2018年11月1日到2019年1月31日在北京和杭州扩展100家嗨家便利连锁加盟店,并给出在全控模式下营业额至少提升30%的保证,如未能达成提升承诺,公司将全额补贴未达金额,让加盟的店主放心、安心。看到嗨家便利给出“兜底”承诺,业内人士称,这是京东便利店、天猫小店都未给到“店主”的承诺。可见,嗨家便利此前在北京和杭州市场试水67家便利店的商业模式是跑通了,帮助加盟店主实现了30%的业绩提升,从实践中得来进一步厚积薄发的底气。嗨家便利前期低调布局,稳中前进,更值得市场关注。



济南再添独角兽企业 王忠林为中商惠民总部揭牌

8月8日上午,省委常委、市委书记王忠林在舜耕山庄会见了中商惠民董事长张一春一行,并共同为中商惠民总部揭牌。中商惠民有限公司成立于2013年,是国内快消品B2B电商领导品牌,国家科技部认定的独角兽企业,并于今年3月份作为中国92家独角兽公司之一,再次入围全球326家独角兽公司榜单。公司通过“互联网+实体+社区民生”模式,打造基于强大快消供应链的国内领先的社区零售与服务生态体系,具有便民、富民及安民三大鲜明特点。中商惠民有限公司将在济南高新区设立全国总部、集采中心及结算中心。



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。本轮融资由济南产发基金领投,老股东达晨创投、金浦基金、复星资本、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,进一步确立了行业领先地位。中商惠民致力于通过科技创新驱动供应链和消费服务升级,在中国万亿规模的快消品市场里,为行业数字化变革与效率升级带来新的突破,为品牌厂商、社区便利店和社区居民创造价值。



中商惠民旗下嗨家便利店正在按计划有序开店

中商惠民旗下嗨家便利连锁店正式入驻泉城,标志着济南千店战役拉开序幕。11月8日,济南嗨家铭盛大厦便利店隆重开业,这是中国(山东)自由贸易试验区济南片区铭盛大厦唯一的零售服务网点,也是济南嗨家便利有限公司在济南开出的第一家嗨家便利连锁店,拉开了“嗨家便利”正式进军济南市便利店连锁加盟市场的序幕。

今年1月，美团在上海上线了“美团买菜”业务，3月，盒马鲜生也在上海推出了“盒马菜市”首店，同时，饿了么宣布把买菜业务扩张至全国500个城市；4月，依托近万个门店的苏宁小店也上线了“苏宁菜场”项目。

03 互联网买菜

从去年开始，这条赛道的玩家，食享会、十荟团、邻邻等纷纷宣布获得数千万元以上的融资金额。但是到了今年底，很多公司已经爆雷了，比如果萝下资金链断裂闹得沸沸扬扬，而松鼠拼拼最近又被曝大规模裁员。但今年仍有很多电商巨头、连锁商超、物业公司、创业公司等诸多参与者纷纷抢进社区新零售市场，在最后一公里战场厮杀。

02 社区团购

QuestMobile 研究报告显示，下沉市场用户规模高达6.7亿，占总用户的54.3%。相当于我国总人口的一半，这一人群因4G网络和智能手机的普及开始“触网”，更有大量的闲暇时间，虽然对价格敏感，但平均消费增速远高于一二线城市，是电商平台用户的增量来源，也是未来值得高度关注的新兴市场。

01 下沉市场

我们根据这一年微信指数、百度指数等，并结合我们对于零售业的持续关注调研，最终总结出2019年零售的5大热词，分别是：下沉市场、社区团购、互联网买菜、直播电商、种草经济。

盘点：2019年零售关键词

《95后时尚消费报告》显示，无论在消费喜好、地域购买力还是消费理念上，95后都呈现出与众不同的一面，特别是对社交价值诉求的凸显，95后俨然成长为“种草领导者”。典型特点是，喜欢在抖音、快手、小红书、B站、微博、知乎等社交平台看大量的内容、帖子。“种草”这个词或许将伴随着接下来的商业发展至少5年-10年。因为95、00后消费的崛起，种草经济的市场规模还会越来越大。

(来源：零售商业评论)

05 种草经济

今年双11，有一个热词，被各大电商平台放在一个重要位置，那就是：直播。2019天猫双11预售首日，近10万淘宝主播开播。天猫“双11”淘宝直播的爆发成为品牌最大增长点，超过50%的商家都通过直播获得新增长。开场仅1小时03分，直播引导的成交量就超过去年“双11”全天。直播已经成为电商的标配，也成为电商平台的标准配置。艾媒咨询《2019上半年中国在线直播行业研究报告》显示，2019年中国在线直播用户规模将超5亿，四成受访直播用户偶尔会选择购买明星或网红电商直播推荐产品。也证明了直播电商的潜力。

04 网红直播

阿里“回家”成第一港股



11月26日，阿里正式在香港交易所挂牌上市，成为首个同时在美股和港股两地上市的中国互联网公司。阿里在香港联交所一挂牌交易当天即大涨6.59%，市值突破4万亿港币，超过腾讯的3.2万亿港币。

网经社电子商务研究中心 B2B 与跨境电商部主任、高级分析师张周平认为，香港是阿里国际化战略的一个重要支点。阿里的各业务板块也纷纷在香港落地，近年来，阿里加快了海外扩张的步伐，但在更多的海外市场获得落地及更好发展，借助资本市场的影响外至关重要。香港上市有助于阿里得到更多吸纳资金的机会。

拼多多“流血”冲破5亿用户



11月20日，拼多多发布2019年Q3业绩，年活跃买家数再上新台阶，达到5.363亿，远远超过京东的3.4亿。

但财报同时显示，Q3季度的净亏损高达23.35亿元，去年同期则为10.98亿元，亏损同比扩大至113%。受此影响，当天拼多多股价盘前大跌23%，“用户量大增，但购买力不足”、“越拼越亏”等质疑声四起。

巨头纷纷下沉，拼多多则要实现从“五环外”到全领域用户的覆盖。目前拼多多主要是依靠补贴某些品类来拉新，与亚马逊的合作流露出发力海淘市场的信号，但随着阿里并网购易考拉，直接占据整个海淘市场近六成的市场份额，拼多多未来的形势依然十分严峻。

京东创始人被“摘帽”



2019，阿里巴巴创始人马云功成身退高调“退休”，作为昔日对手的京东集团 CEO 刘强东却依然生活在“明州事件”的阴影里。妻子章泽天虽然仍活跃在新闻中，但已不再是以京东形象代言人的身份了。

刘强东近日卸任多家京东系公司高管职位，包括京东云计算（北京）有限公司、京东大药房（惠州）有限公司、宿迁市京东数据中心职业培训学校有限公司、北京住康医药有限责任公司、廊坊京东聚邦信息技术有限公司等。他还于11月初请辞全国政协委员获批。

(来源:新众网)

2019年美国零售商关闭店面达9302家

据美国《世界日报》报道，2019年美国零售商关闭店面达9302家，比2018年增加59%，是CoreSight Research自2012年开始追踪相关数据以来的最高数字。

未来几年，随着网购继续取代实体店面并侵蚀零售商的获利，可能会有成千上万的商店关门。高债务杠杆和租金也给传统零售零售商带来了负担。

瑞银分析师在研究报告中估计，如今网络销售约占零售总额的16%，但到2026年将增加到25%，届时将迫使多达7.5万家门市关闭，其中包括2万多家服装店和约1万家消费电子商店。

(来源:凯风网)



Costco风光入华

2019年8月27日，中国大陆首家Costco门店在

上海闵行开业，茅台、爱马仕等热门商品被秒杀，停车位需等待三小时以上，商品也供不应求，首日开张5小时因顾客太多紧急停业。这引发大量媒体以及网民讨论，紧接着9月初Costco会员卡高峰再次引发讨论。

不过即使经历过退卡风波，Costco上海首店开业一个月也成功获得20万会员，办卡率超过全球门店单店平均水平3倍以上。目前断言Costco在中国的开展走向，还为时尚早。

购、A-SOS等已经退出。

近两年，零售业掀起的整合并购潮，外资零售迎
来一波撤退潮，除了家乐福中国牵手苏宁，麦德龙归属
物美，沃尔玛也在进行调整关店，百思买、家得宝、特易

苏宁结合，可形成协同效益。

上的重大突破，成功补足短板。家乐福的供应链体系和
通过对家乐福中国的收购，苏宁实现了在快消类目

个业务、商品和流量的聚合中心”。

苏宁的线下零售版图得到进一步完善。苏宁对于万达
百货进行数字化赋能，“重新定位购物中心——作为一
苏宁方面表示，通过收购万达百货与家乐福中国，



苏宁收购万达百货、 家乐福中国

2019年度 行业大事

2019，零售行业变革深化进行。活跃在这个舞台上的玩家，不论是本土的还是外来的，线上的还是线下的，大公司还是小公司，都想要在新一轮变革中获益。
有人进入，有人撤退，有人调整，这一年零售界发生了很多事，年终岁尾，在此为大家整理6件影响颇深的典型事件。

亚马逊退出中国市场



今年4月，亚马逊宣布关闭中国国内电商业务，停
止为亚马逊中国网站的第三方卖家提供服务。7月，亚
马逊正式关停中国电商业务，结束了15年的在华发展
历程，只保留跨境电商、Kindle和AWS云计算等业务。

亚马逊作为全球电商行业的开拓者，2018年在中
国电子商务市场占比不到1%。业界普遍认为，亚马逊
在中国有外企的水土不服和文化问题，缺乏对中国市场
的深刻了解，未能应对中国极度激烈的竞争。

热点资讯

行业新闻盘点 02
惠民企业动态盘点 05

人物-感动惠民

感动惠民 因你精彩 06
人物采访精选 08
惠民榜样 领跑未来 12

便利新锐

2019便利店业态分析 14

经营之道

门店经营这些细节 16
千万不能忽略
让店面业绩翻番的盈利技巧 17

乐享生活

这些趣味年俗你知道多少 18

2019年度爆品推荐

20

休闲

神仙打架的2020春节档电影,你期待哪一部呢 24
超市联盟 27
惠民大事记 28

目录

CONTENTS

2019年11月-2020年1月合刊A面(总第61期)

主办/版权所有:中商惠民集团

编委:中商惠民品牌部

主编:巨晓娟

执行主编:吕晓清

编辑:筱攻 惠宝 吉伟

出版日期:2020年1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

融动力科技文化创新创业基地B座五层



中商惠民服务号



惠民头条订阅号



沉淀寻找价值 价值创造未来

LOOKING FOR VALUE VALUE CREATES THE FUTURE

文 | 惠宝

世界经济下行、国内经济走势低迷，不止互联网企业迎来“寒冬”，彼时风生水起的快消品 B2B 行业也面临着“落寞”挑战。

据不完全统计，在快消品 B2B 行业鼎盛时期，活跃在市场上的 B2B 企业超过一百家，服务全国与立足区域的不同品牌齐头并进，多种模式百花齐放。然而其中大部分在行业进入整合沉淀期后，出现“体力不支”退出舞台。面对急剧的整合形势，以及在僵硬的实体经济改革的历史使命，首先立足市场，才能拥有成为头部企业、担当大任的竞争优势。

社区零售作为快消品 B2B 行业的服务对象，也是实体经济中不可或缺的一环，虽未来可期，却现状堪忧。其作为庞大的社区商业体系中毋庸置疑的主体，亟需从模式到产品到思想全方位的转变。市场形势严峻残酷，但也伴随着难得的机遇。顺应数字化发展潮流，提供有效服务，为客户创造价值，快消品 B2B 企业因此将凸显自身价值。

脚踏实地坚守本分，真抓实干互利共赢，利用企业经验、资源、技术优势，为社区便利店赋能，帮助其全方位提升，实现降本提效，创新发展，同时创造经济与社会双效益，为行业变革助力，为实体经济互联网的繁荣助力，为国家供给侧改革助力。这样，才能风云变幻的市场中稳如磐石，创造未来。

中商惠民 W.W.H.U.M.I.N.C.N

TRADITION REVOLUTION
传统 革命

CONVENIENCE STORE

便利店

2019年11月-2020年1月合刊

