



G20 2016 CHINA
G20峰会官方指定办公用品品牌

BRF
“一带一路”国际合作
高峰论坛办公用品指定供应商

BRICS 2017 CHINA
金砖国家领导人峰会
办公用品供应商

得力办公
代言人

杨澜

好品质，选得力
办公当然更得力

全国服务热线：400-185-0555 www.nbdeli.com

便利店

CONVENIENCESTORE
2018年10~12月刊



领航未来

嗨家开业，大吉大利！
2018年惠民大事记
嗨加便利店启动“百日百店”计划

嗨家便利加盟 火热招商中

率先成为前100名嗨家便利店

+ 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 +



+ 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

嗨家全控店承诺店主日销售额提升 **30%**



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

INTRODUCTORY REMARK

刊首语

开放融合回归商业本质

2018年,对所有的互联网企业来说是最艰难的一年。这一年里,我们面对重重压力,可能是“去杠杆”,可能是贸易战对中国经济的影响……经济下行与行业变革为 B2B 行业带来更多的挑战与机遇。行业的快速发展和浮躁,对应的是管理成本的增加,管理难度的升级;行业过度依赖资本,让“输血”更加困难,正向现金流变得日益紧张;铺天盖地对盈利能力的质疑声,让我们更需要商业本质的回归和价值体现。

中商惠民从未停止探索的脚步,我们在商业模式与用户体验中寻找平衡,我们积极深化服务,提升核心竞争力,挖掘商业价值。中商惠民通过技术支持,抢占多元化细分市场先机,探索市场更多商业价值;通过大数据智能应用搭建虚拟店铺,优化商品结构,为生态链下游提供利润创收新价值;通过惠民商学院和大品牌公益合作的导入,实现社会价值和企业价值共赢!

2018年10~12月季刊（总第53期）

主 办：中商惠民电子商务有限公司
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：巨晓旭
执行主编：吕晓清
编 辑：张泰 筱玖 巴乔
美术主编：董娇娇
出刊日期：2018年12月1日

中商惠民总公司
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

广告合作与投稿事宜
可与我们微博或微信联系



微博二维码



微信二维码



目录 CONTENTS

03 热点资讯
中商惠民荣获“新经济王者—B2B之王”称号
中商惠民供应链总部基地青岛揭牌

10 2018惠民大事记

12 人物
嗨家开业，大吉大利！
拼团这事儿只有用户有资格说划算
团团团，团走购物小烦恼
嗨加便利店启动“百日百店”计划承诺提升30%营业额

22 惠民活动
中国体育彩票销售终端机进驻上海中商惠民合作便利店

24 新品

28 小老板商学院
临期及滞销商品的管理（下）

30 经营之道
超实用超市、便利店防盗经验分享（下）

32 便利店新锐
干货！中小超市经营实战小技巧

34 连载
编辑部的故事拾捌之——暖心故事收集续

38 生活小贴士
生鲜商品保鲜实操技巧

40 超市联盟

42 休闲

行业新闻



詹鲲杰当选可口可乐新董事长

可口可乐官网近日发布公告称，可口可乐现任 CEO 詹鲲杰（James Quincey）当选为可口可乐第十四任董事长，将于 2019 年 4 月接替现任董事长穆康泰。业内人士认为，上任后，詹鲲杰将持续推进可口可乐的全品类饮料战略，并加大并购力度。并且这位詹鲲杰对中国市场有独到理解，主张在中国市场要做到入乡随俗。

詹鲲杰介绍说，中国经济长期增长并引领全球，而全球企业要想拓展中国市场必须根植其中、入乡随俗。可口可乐已在中国上海建立了最大的海外研发中心，洞察中国消费者，提供更优质的服务。同时不断探究中国数字生态如何创造生机等前沿问题，关注可能发生的业务格局变化及其相关影响，以期推动中国市场乃至亚洲市场的进一步发展。



宗馥莉自创品牌KellyOne推“圣诞绮梦”新品

2016 年，宗馥莉推出一款自己代言、以自己名字命名的产品 KellyOne 果蔬果汁饮料。据悉，KellyOne 在今年的圣诞节会推出“圣诞绮梦”款，12.18 -12.31 期间，在 kellyOne 微信线上商城、线下圣诞集市上市售卖。

KellyOne 的现有果蔬汁产品布局有两个系列，高端系列主打个性化定制，在 kellyOne 微信公众号线上销售。消费者可以通过公众号自由选择果蔬品种，是一种带有个人喜好的自由组合产物。最有意思的是瓶身还可定制留言，被称为“表白神器”。

卡夫亨氏收购 Primal Kitchen 调料品牌

据外媒昨日报道，卡夫亨氏昨日宣布，它已签订最终协议，将以约 2 亿美元的价格收购 Primal Nutrition，后者为调味料品牌 Primal Kitchen 的制造商。卡夫亨氏将为 Primal Kitchen 提供资产及基础设施方面的帮助，并将保留 Primal Kitchen 的自主经营权。Primal Kitchen 的主打产品为各式调味品，包括蛋黄酱、沙拉酱和鳄梨油等等，但也同时经营健康零食等其他品类的产品。该品牌在电商及传统渠道的销售中势头强劲，预计今年净销售额将达 5 千万美元。此次收购预计将于 2019 年年初完成，协议条款尚未披露。



统一ALKAQUA爱夸推出“2019年度色”限量款矿泉水

近日，国际权威色彩研究机构彩通公司在上海发布 2019 年度色：活珊瑚橘。与此同时，统一旗下高端天然矿泉水品牌 ALKAQUA 爱夸，作为彩通色彩研究所 2019 年度代表色官方授权品牌的同时，也是率先发布年度色产品的品牌，而这款年度色限量瓶在发布会上也首次亮相。

凝结大自然亲切、活力和迷人的活珊瑚橘色与爱夸时尚的瓶装完美融合，充分诠释了爱夸“出色”的理念。



不一样的德芙！多种口味高端产品上线！

近日，德芙邀请了李宇春作为代言人，推出新品“奇思妙感”巧克力。据悉，这款“奇思妙感”夹心巧克力共有霸气榴莲、甜蜜红丝绒、风情莫吉托、浓郁杨枝甘露、激爽芥末 5 种口味，专为满足好奇心而生。包装则采用“黑”与“艳”的色彩冲突，让人感觉十分绚丽，再配以不同口味的食材图案，整体包装设计感十足，在一众巧克力产品陈列中能够迅速脱颖而出，吸引眼球。此外，产品采用独立小包装，更加精致。一盒里有 5 块，终端零售价为 13.5 元 / 盒。目前该款新品在德芙天猫旗舰店和线下，如大润发、家乐福、乐购、北国、永辉等 KA 渠道均有销售。

2018年尾声，三家化妆品集团齐换舵手

年关将至，我们需要告别的不只是 2018，还有几位美妆集团的掌舵人。2019 年 1 月 1 日，科蒂、拜尔斯道夫、联合利华三家跨国集团将在同一天迎来自己的新任 CEO。三位原 CEO 的离开，都与集团股东不满情绪的蔓延有关。科蒂 CEO Camillo Pane 辞职的主因是收购宝洁 41 个品牌后的经营不力；拜尔斯道夫 CEO Stefan F. Heidenreich 提前退休的主因则是大众化妆品业务持续低迷；联合利华 CEO Paul Polman 辞职的原因被认为是在简化架构、取消英国总部等问题上与部分英国股东存在分歧。

喜力旗下"强弓"苹果酒推瘦身罐包装！



啤酒巨头喜力 (Heineken) 将在美国为旗下苹果酒品牌强弓 (Strongbow cider) 推出新品，新品为 100 卡瘦身罐包装，每箱 12 罐，包含三种口味，每罐 8.5 盎司，热量为 100 卡路里。新品为了提供一种清爽的替代品，以迎合市场日益增长的需求，该产品结合了苹果酒、罐装葡萄酒和硬苏打水的特点。

这款产品将于 2019 年 1 月上市，包括最新的干梨口味，这种口味带有一种轻度甜梨苹果酒口味，回味轻盈、干爽，其他两种口味是玫瑰苹果和最近重新推出的原始干果味。



▲金典第五款产品“金典娟姗”上市，定位超高端

近日，金典旗下继有机纯牛奶、纯牛奶、低脂纯牛奶和进口纯牛奶后，推出第五款产品——金典新品娟姗牛奶，12 月 9 日下午，伊利为金典娟姗奶在南京环宇城举办了首发仪式，随后，这款新品将在苏果超市率先上市。

金典娟姗奶，顾名思义，牛奶来自有着贵族奶牛之称的娟姗奶牛。娟姗牛奶营养丰富、口感醇厚，其中的乳蛋白含量明显高于普通牛奶，优质乳蛋白含量更是达到 3.6% 以上，在过去往往只专供英国皇室饮用。因此，娟姗奶可谓是名副其实的“贵族奶”。

专注核心业务雀巢有意出售欧莱雅股权



12 月 3 日，雀巢董事长 Paul Bulcke 表示，董事会已经在探讨欧莱雅股份出售的事宜，并且“将在适当的时候采取正确的行动”。

上世纪 70 年代，在欧莱雅创始家族的邀请下，雀巢收购了该集团的部分股权，自那时起，雀巢便一直是欧莱雅集团的第二大股东。雀巢的持股也推进了双方的一系列合作。但实际上，曾经是亲密朋友的欧莱雅和雀巢在业务上早就渐行渐远。

2013 年销售增长放缓后，雀巢就在聚焦高增长的食品业务，梳理与之不相关的业务线。它卖掉了香精和香料生产巨头奇华顿 10% 的股份，并于今年九月将旗下的嘉宝人寿保险公司卖给西南财团，将资源投入健康营养品、咖啡、宠物护理等高增长业务上。

辣条界的Iphone—卫龙或将海外上市



近期，食品界的网红品牌——卫龙，传出要海外上市的消息。而据了解早在 2017 年卫龙就已经有上市的传闻，此次上市传闻卫龙上市地点可能定在香港。同时卫龙股权近日的再次变更，坐实了传闻的真实性。至今，卫龙并没有否认上市传闻。

农夫山泉位居中国10月饮用水品牌市场份额第一

据中商情报网近日报道，在 2018 年 10 月水 & 饮料市场份额 TOP10 品牌榜单上，进入榜单前十的品牌分别是：农夫山泉、屈臣氏、维他、雀巢、娃哈哈、维他奶、真果粒、脉动、怡宝、百岁山。其中，农夫山泉以市场份额 10.9% 遥遥领先；第二名为屈臣氏，市场份额占比为 5.5%，维他则位列第三，占比 3.4%。

宝洁完成42亿美元收购德国默克集团消费者保健业务

12 月 4 日，宝洁宣布完成 42 亿美元对德国默克集团 (Merck KGaA) 旗下的消费者保健业务的收购。

据了解，默克集团的消费者保健业务旗下有 10 个核心品牌，在超过 40 个市场（不包括美国）销售，年销售额为 10 亿美元左右，产品包括维生素、女性 Febimion 补充剂、Seven Seas 鱼肝油等。

重磅独家！娃哈哈新品茶饮“宜茶时”面世！



娃哈哈新推一款“宜茶时”茶饮料，据官方说明，此款茶饮主打自然清新的新式中国茶，使用茶引花香的绝妙搭配，夺目皇家金配色，淡雅柔和口感，花香入口，茶香满喉。茶尚好，不宜迟。

这款茶配合茉莉、荷花、菊花、竹叶等天然芳香融为一体，浓厚水墨画气息，仿佛置身世外桃源。新经销询问娃哈哈内部人士得到回应，该茶饮近期上市，具体价格目前尚未明确。

中商惠民荣获“新经济王者—B2B之王”称号



近日, 36 氪聚焦新经济时代各个行业的“新经济王者”, 发布“2018 新经济之王”榜单, 在“消费领域”垂直板块, 中国快消品 B2B 龙头企业中商惠民入选“B2B 之王”榜单。

业内预测, 快消品 B2B 公司在 2019-2020 年将可能步入复苏期。随着 B2B 在品牌商的渠道占比不断提高, 如从 2017 年的 3.5% 预计将在 2018 年提高到 5-7%, 在单一品牌商渠道占比甚至可能达到 10% 以上, 品牌商将逐渐开始重视 B2B 渠道, 给到更加优惠的返点政策和营销费用, 从而改善整个行业的经济模型。

对此, 业内人士认为, 目前中商惠民的中心引擎驱动全国供应链、四流合一、交互等特质对品牌商可能更有吸引力, 或许可以助力中商惠民在快消品 B2B 下半场比拼中独占鳌头。

喜报！中商惠民再度斩获“2018中国B2B十强企业”大奖



12 月 21 日, 第五届中国产业互联网大会在宁波召开, 中国快消品 B2B 龙头企业中商惠民凭借覆盖全国完善的供应链体系、卓越的技术创新与服务能力, 连续多次斩获“2018 中国 B2B 十强企业”大奖, 阿里巴巴集团、找钢网、美菜网及慧聪网等行业先锋同期入围。

亿欧第四届创新奖颁奖盛典在京举行 中商惠民荣获2018中国最具投资价值企业奖

11 月 29 日, 以“智能产业·美好生活”为主题的 2018 亿欧创新者年会暨第四届创新奖颁奖盛典在北京国贸大酒店隆重举行, 本次活动设立包含企业奖、人物奖以及机构奖在内的 22 项大奖。中商惠民凭借先进的模式与扎实的快消品 B2B 服务能力, 顺利荣获 2018 中国最具投资价值企业奖。



中商惠民供应链总部基地青岛揭牌落成 联网产业园中心引擎驱动双供应链集群初显效应



11 月 17 日, 中商惠民供应链总部基地暨物联网产业园于青岛市城阳区正式开仓, 此次物联网产业园项目投资总额约 80 亿元, 为国内最大快消品供应链总部基地, 对实现公司多元化产业融合, 提升零售效能, 打造智慧新零售有着重要意义, 预计 3-5 年内年交易额将达超过 300 亿元。中商惠民董事长张一春、中商惠民青岛子公司董事长焦玮玮出席发布会, 青岛市城阳区区委书记王波、区长李红兵携区领导小组莅临发布会现场并做演讲、揭牌。

据悉, 此次中商惠民基于“新旧动能转换产业发展战略”, 打造出“物联网仓储物流”“物联网总部”双供应链产业集群。产业主要导入中商惠民全国物联网供应链总部基地、物联网供应链研发总部、全球进口商品总仓和全国中央仓、中商惠民金融总部、惠民商学院、新零售产业研究院等机构, 建设新一代物联网产业园。项目顺利建成后, 将为中商惠民线上线下全渠道布局增添一大“动力引擎”, 这意味着中商惠民正式进入“中心引擎驱动全国供应链”时代。

签约仪式中, 中商惠民董事长就此次供应链与金融总部落地青岛, 对实现零售效能提升、打造智慧新零售的全国战略意义做重点说明。同时就项目落地期间青岛市政府给予的关注鼓励与政策性扶持表示感谢, 坚定未来惠民双核运转能为青岛乃至全国, 起到智慧供应链融合创新的示范作用。

青岛市城阳区长李红兵在随后的演讲环节中, 首先对中商惠民落户城阳区表示热烈祝贺, 总结性的对惠民模式给予了“有利于青岛市城阳区供应链区位优势发挥”、及“要全面抓好惠民模式在城阳区的落地”等高度评价。并强调建设中的青岛城阳物流枢纽, 是国家“十三五”重大生产力布局项目, 青岛市“十三五”重大建设项目, 得到国务院、国家发改委的大力支持, 李红兵强调要加速民营经济效益发挥, 并通过惠民体系打出青岛“创新、开放与智慧”的城市品牌, 以供应链物流产业为基础, 大力发展高端前沿产业集群, 打造国际化的供应链集群。





中商惠民与山东高速物流集团强强联合 逐战全国万亿快消市场



12月26日，山东高速物流集团有限公司（下称：山高物流）与中商惠民（北京）电子商务有限公司（下称：中商惠民）正式达成战略合作，中商惠民参与其下属全资子公司山东高速物流供应链有限公司（合资公司）的混合所有制改革，双方注入核心资源全力支持其在供应链渠道中的发展，共同打造中国领先的快消品供应链体系，实现快消品行业的赋能升级与变革。

据了解，在此次合作中，山高物流侧重发挥国有企业在基础设施资源上的资源，并在战略协同、合资合作、综合物流体系搭建等方面优势互补；中商惠民作为中国最大的快消品 B2B 直供平台，侧重点力于供应链体系构建、商品运营及互联网系统架设，形成强强联合，优势互补的新局面，通过优势资源整合，中商惠民将极大程度的提升干线仓配到城配网络能效，加速快消品 B2B 供应链升级转型。

估值22亿美元！ 中商惠民连续三年蝉联 “独角兽企业” 大奖



12月22日，第五届中国产业互联网大会在宁波召开，中国快消品 B2B 龙头企业中商惠民一举斩获 2018 中国产业互联网“独角兽企业”大奖。所谓独角兽企业，是指那些估值达到 10 亿美元以上的初创企业。据悉，中商惠民估值已达 22 亿美元，自 2016 年起，已连续三年蝉联此奖项。

中商惠民入选
“2018新零售潜力TOP100” 榜单前十

排名	名称
1	阿里巴巴
2	京东
3	唯品会
4	车好多
5	屈臣氏
6	优衣库
7	大润发
8	聚美优品
9	盒马鲜生
10	中商惠民
11	苏宁

近日，中国科学院《互联网周刊》联合 eNet 研究院发布“2018 新零售潜力 TOP100”榜单，中国快消品 B2B 龙头企业中商惠民与阿里巴巴、京东、唯品会、聚美优品、优衣库等同时入选榜单前十。

凭借完善的快消品 B2B 模式，及覆盖全国的供应链体系，中商惠民从新零售潜力榜中脱颖而出。

中商惠民董事长张一春受邀出席中非合作高峰论坛



9月3日，全国工商联主办、北京市工商联和毛里求斯经济发展局共同承办的中国民营企业与毛里求斯代表团座谈会在京举行，此次座谈会旨在落实两国领导人关于加强双方经贸合作达成的共识，配合 2018 年中非合作论坛北京峰会，积极落实习近平主席提出的“一带一路”倡议，搭建中国民营企业赴毛投资、扎根非洲的交流沟通平台。毛里求斯总理贾格纳特、全国工商联副主席王永庆出席座谈会并致辞，北京市政协副主席、北京市工商联主席燕瑛主持会议。中商惠民董事长张一春作为民营企业代表出席参与座谈并发言。



2018 惠民大事迹

3月

- 生鲜聚焦京交会 中商惠民开启精准扶贫

7月

- 供应链总部科技产业园揭牌暨青岛公司开业
- 荣获2018中国最具投资价值企业奖

12月

- 中商惠民入选“2017年中国暨中关村独角兽企业”榜单

5月

- 中商惠民成为北京卫戍区某部战备日用品供应商
- 荣获2018中国B2B企业十强
- 惠购GO-企业团购正式上线
- 荣获年度数据驱动先锋企业之最佳运营奖
- 荣获2018中国B2B供应链金融创新大奖
- 荣获2018年中国快消品供应链推荐服务商

11月

- 荣获“新经济王者-B2B之王”称号
- 荣获2018中国产业互联网“独角兽企业”大奖





嗨家开业，大吉大利！ | 惠民·人物



*《便利店》将会是最好的超市人杂志

大叔从东北来北京已经多年

想改变小杂货店的现状已经想了好久

“正好嗨家开了百日百店计划，我没怎么犹豫就加了”

大叔的店今天开业，和老伴匆匆摆了一个造型就开始忙碌起来

文 | 惠仔
采访 | 惠仔
编辑 | 晓清
图片 | 惠仔

大叔的店位于怀柔城区，旁边紧邻奥特莱斯，12月12日这天，与北京八店共同开业，引起了北京市很多媒体的关注。起初，大叔做的是自己家开的小超市，说是小超市，其实就是个小卖部。做便利店说简单也简单，说难也很难，简单是开着门就有客人，饿是饿不着，但难的是怎么增加流水、降低成本、提高效率。自己一个人又不灵，卖货是把好手，但对于装饰、品类管理、布局格调等，大叔还是有些拿不准。

眼看着快消品市场日新月异的突飞猛进，年轻消费者成为主力，大叔不想故步自封，便想着扩大一下规模，主动迎合年轻人的喜好，从品类到装修一起做调整。让自己的生意做得更好一些，当然变革就免不了受阻碍。大叔说，他和老伴经营这家店，有时想搞点促销活动厂商也因为他搞不出大气候来而不愿意配合；有时，大叔想降低一些成本，于是便大批进货压低进货价，却又总是导致商品积压。

在他为此焦心不已的时候，合作多时的中商惠民带来了好消息，嗨家要做百日百店的便利店加盟连锁计划，简单来说，“100天要做100家加盟店的业务提升，没达到提升30%的承诺公司给补”。“嗨家便利首先是零加盟费，另外在店面整个升级改造过程当中，投入也仅仅是同类平台的二分之一。帮我们处理了升级改造过程中的繁琐性问题，如原有商品的撤店、归类整理等。没想到以前都是问题的地方，他们做起来都是么轻而易举”大叔看着这么快做好的新店开业项目，开心的不得了。



改造前

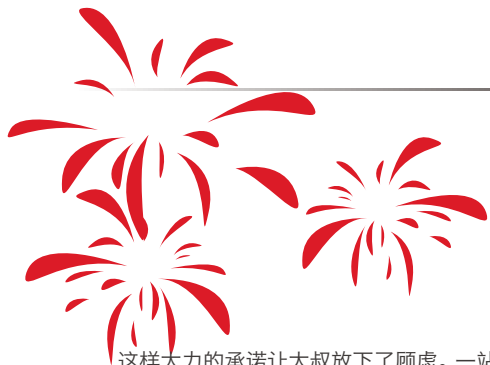


改造前



改造后





这样大力的承诺让大叔放下了顾虑。一站式托管开业开始进行,从意向签订、升级方案确定、合同签订、门店撤出、门店装修、门店验收、营运驻场、门店开业,仅仅 10 天,店铺焕然一新。

大叔在之前的多方了解中,发现连锁便利店的优点还真不少。首先,连锁便利店都是集中采购,进货成本比起自己独立经营要低出不少;再次,连锁便利店的总部会给加盟成员提供经营系统、商标以及经营技术,比自己独立经营要轻松很多。而且,总部还能给自己提供完善的培训,从开张前的基础实力店铺营运、训练工作,至开张后派督导人员定期至店里指导,处理疑难问题等。最重要的是,连锁便利店可以参加各种统一组织的促销活动,对于自己一直苦恼的提升知名度、扩大客源是一项强有力的帮助。

改造传统夫妻老婆店, 前中期主要围绕在三个方面:

前期主要体现在门店形象的升级,充分利用嗨家的团队优势、仓储物流优势来帮助店主最大限度降低因门店升级所需要消耗的时间成本,彻底改善原有脏乱差的经营环境。

中期侧重于指导店主形成进销存的管理理念,培养他们在经营过程当中利用销售数据做分析和运营,改变此前经验开店模式为运用数据来开店。

后期则是在第二阶段中期目标达成的情况下,帮助店主去稳定客源,提高毛利,提高店主的收入,是嗨家的终极目标。

“嗨家便利”专注于社区小型夫妻老婆店的升级与改造,帮助店铺改善环境、提升整体运营能力,从而有效提升营业额。嗨家便利认为,目前夫妻老婆店最大的经营痛点是缺乏库存管理、效期管理和客户管理的能力。门店经营者只看赚了多少钱,而嗨家可以通过改善经营环境、优化库存管理、效期管理和客户管理的导入去优化夫妻店的经营效率和提升收益。截至目前,嗨家在北京(顺义、昌平、通州)和杭州两地已经开了 67 家店,整体销售提升都超过 30% 以上。



改造前



改造后

拼团这件事儿 只有用户有资格说划算

刘伟，男，估么着三十郎当岁，汉族，现任统一集团北京分公司行政中心助理，曾荣获“康师傅再来一瓶”、“刮刮乐末等奖”及“支付宝红包”等荣誉，是我们上线惠购 go 之后的第一批团长。作为快消品龙头企业统一的一份子，他深知快消品这种商品是不能拿噱头当优惠的，实实在在的商品，实实在在的价格，这样才行的通嘛，刘伟在门口拎着惠购 GO 的大袋子，招呼着座位上拼了团的同事。

刘伟没想到买东西这件事儿居然也成了社交的一部分，就像十年前人们根本无法想象一部手机可以帮助大家做所有的事，时间回溯到十年前，大多数人还在为奥运盛典后的繁荣昌盛而欢欣鼓舞，陈伟也进入了快消行业，在快消行业摸爬滚打的时间长了，对拼团这件事儿，陈伟压根儿没想到自己也会参与进来。

他提起自己做团购的起因，自己也觉得很凑巧，因为工作很忙，经常没有时间给家里添置日常所需用品，有次加班回家想煮点粥喝甚至发现米都没了，查了一圈外卖也没有能送生米的。可是这也没办法，他的工作时常需要加班，周末也很难有时间出去逛逛超市，小区附近的便利店又很贵。

就在这时，他了解到了中商惠民推出的惠购 GO，惠购 GO 使用微信小程序作为下单工具，主打折扣价格，“团长处自提”，还采取拼价发货（一个“团长”处拼够 300 元就发货）的原则，简直解决了他的苦恼！而且，中商惠民从商品齐全程度上来说，他们已经与国内外知名品牌包括三元，康师傅，统一，可口可乐，百事可乐等广大一线品牌达成了合作，今天下单，次日就送到，时效性也非常高。

参加了几次团购之后，他发现做团长似乎也不是那么复杂的事，只要足够细致，这项工作其实很简单。于是刘伟就开始了他的团长生涯，时常组织在一个地方工作的同事、朋友一起拼团。起初他是在其他平台发起拼团，但是总有个很大的问题，那就是团购平台是按件拼团，有时团个大米，一份10kg，一团就是五件，运输很费人力，而同时需要同一件商品的人又不一定有那么多人，拼团成功率不是很理想。

刘伟说，自己开始做这个以后，由于他使用的平台商品齐全、质优价廉，他的客源越来越广，起初只是一个公司的同事，后来同在产业园的其他公司员工听说了，也纷纷加入。刘伟作为团长，每次团购会有一定比例的佣金。为了不辜负大家，刘伟每次发起团购也是十分用心。

他告诉我们，他其实最初并没有想靠着这个赚钱，无非就是方便自己也方便大家。然而做了一段时间之后，他发现做团长的收入也是很可观的。他现在的团购覆盖了他们整个产业园，每天都有很多人参加，靠着佣金，刘伟就已经实现了自己的开源目标。采访到最后的时候，刘伟感叹道，科技真是改变生活，每天需要买的东西只用网上下个单，等着提货就行了，还价格公道、质量良好，真是十分难得了。

文 | 张泰



团团团，团走购物小烦恼

北京是一座写字楼林立的城市，高楼大厦里每天来来往往着数不清的白领。他们的工作繁忙，薪资可观，但同时，他们又被北京的高消费、高房价所逼，不得不精打细算的过日子。

今天我们的主人公——小冰就是其中的一员。小冰就职于一家传媒公司，作为新进入社会的都市白领，工作时间灵活，薪资全凭思路。为了让自己在生活成本高昂的北京能够过得更好一些，小冰开发了很多省钱方法，团购就是其中之一。

最开始，小冰从拼多多等平台购入物品，多用几次后却发现商品的质量实在是有些不敢恭维，只能放弃掉团购。在小冰苦恼于节流无门时，刚好有惠购 GO 的小哥哥来公司宣传他们新开通的社区团购。商品价格很合适，品类也多，都是生活必需品而且自己也总从便利店购买，这让小冰十分开心，当时就试着和同事拼了一单，商品第二天就来了，比网上的拼购快不止一点半点，使用好一段时间之后，小冰也算是摸透了团购的流程，实现了节流的她，开始计划开源了。于是，小冰正式开始了自己的团购之旅。

小冰告诉惠仔，她那段时间疯狂对比了好多线上的团购平台，各家有各家的长处，不过大多都是以高收益的进口、零食等商品为主，很少有基础柴米油盐都能涵盖的平台。而惠购 GO 不同于传统的“拼件”团购，团长发起拼团，拼够 300 元就发货，这样的方式既能增进同事之间的交流，也能保证自己佣金收入的稳定性。

小冰在申请成为团长之后，把收货地点定在了自己的公司前台，“熟人”作战模式果然奏效。她邀请自己同公司的同事和她一起拼团，价格一目了然，不玩虚的，团长当得尽职尽责，由于大家都是现实生活中触手可及的，小冰获得了一些初步的信任，开始有同大楼的人参加她的拼团了。

小冰说，没有人会不喜欢质优价廉的东西，所以她的团购很快就推广开来，后来更是发展到公司其他同事也慕名而来。现在她每天都有固定的开团，每个月的佣金收入也够自己在团团团的过程中再买买买，开源节流这一工作，总算是靠着团购成功地实现了。

小冰跟惠仔说，其实做团长也没有想象中那么轻松，因为要保证自己团品的质量和价格，这需要耗费很多精力。小冰也时常注意其他团购平台的价格。所幸，惠购 GO 的价格优势很大，她几乎没有见过同样的商品价格能优于惠购 GO 的。对于一个团购平台来说，价格优势是最重要的，而惠购 GO 不仅能保证价格，还能保证质量！小冰在采访的最后说道，自己也很高兴自己当初选中了惠购 GO，才能获得今天的小成功。

文 | 张泰



嗨家便利店启动“百日百店”计划

承诺提升 **30%** 营业额

11月8日消息，国内快消品龙头企业中商惠民旗下的连锁加盟品牌，嗨家便利启动百日百店项目，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。

“嗨家便利”专注于社区小型夫妻老婆店的升级与改造，帮助店铺改善环境、提升整体运营能力，从而有效提升营业额。嗨家便利认为，目前夫妻老婆店最大的经营痛点是缺乏库存管理、效期管理和客户管理的能力。门店经营者只看赚了多少钱，而嗨家可以通过改善经营环境、优化库存管理、效期管理和客户管理的导入去优化夫妻店的经营效率和提升收益。截至目前，嗨家在北京（顺义、昌平、通州）和杭州两地已经开了67家店，整体销售提升都超过30%以上。

值得一提的是，嗨家便利在项目开启前表示，如未能达成提升承诺，公司将全额补贴未达金额。据了解，这也是近年以来，中国便利连锁品牌首次以城市无差别位置，承诺提升额度达三成的加盟项目。

改造传统夫妻老婆店，前中期主要围绕在三个方面：

前期主要体现在门店形象的升级，充分利用嗨家的团队优势、仓储物流优势来帮助店主最大限度降低因门店升级所需要消耗的时间成本，彻底改善原有脏乱差的经营环境。

中期侧重于指导店主形成进销存的管理理念，培养他们在经营过程当中利用销售数据做分析和运营，改变此前经验开店模式为运用数据来开店。

后期则是在第二阶段中期目标达成的情况下，帮助店主去稳定客源，提高毛利，提高店主的收入，是嗨家的终极目标。

中商惠民拥有丰富的商品资源与强大的供应链体系，通过近年来在AI及大数据研发上的投入，中商惠民已打造以数据驱动为导向的惠民生态体系，支撑起当前120万+件分拣。搭载自主研发店铺终端，目前辐射消费者近3亿。

目前加入嗨家有两种形式，其一是全控门店，就是嗨家便利在品类上全面控制。其二是非全控门店，嗨家便利采取松散管理模式，门店店主有自主采购权，输送商品或者输送管理技术。对改造门店的要求是，店面的面积最少需要30平米，一般来说30平米—200平米之间即可。不算撤店的时间，10天可完成改造。对加盟店店主的要求，其一是具有基础的设备操作能力，其二有强烈意愿做店面的品牌升级。

与全时、全家、罗森、711便利店相比，加盟嗨家有什么优势？嗨家便利介绍，嗨家便利零加盟费，另外在店面整个升级改造过程当中，费用投入是同平台的二分之一。嗨家便利同时还提供更多服务，协助店主处理升级改造过程中的繁琐性问题，如原有商品的撤店、归类整理等。另外，加盟嗨家还可以共享中商惠民这么多年B2B资源的整合和利用。

作为中商惠民三大战略之一，嗨家便利采用全渠道商业模式加自建仓配，构建一套完整的供应链信息系统，实现仓储、订单、顾客、交易等环节的统一管理。



中国体育彩票销售终端机 进驻上海中商惠民合作便利店

为进一步方便广大市民群众购彩，中国体育彩票销售终端机正式入驻上海中商惠民合作便利店。

此次入驻上述便利店的中國体育彩票销售终端机除了体积小，铺设灵活，还同时具备了传统终端机的大部分购彩功能。购彩者可选择购买大乐透、排列三、排列五、七星彩等多种玩法，未来还将开通竞猜足球、篮球等多种游戏玩法。这些“小型终端”摆放在这些门店的进门显眼处，点击屏幕主页选择您想购买的彩票类型，选择下注的数量，支持自选和机选，进入确认页面付款，支持现金支付，也可扫描屏幕上方二维码，通过手机支付宝或微信完成支付。付款完毕后，彩票将自行打印，取票即可，整个过程快捷方便，想买什么由您自己决定，购彩体验非常棒！

需要提醒大家注意，根据《彩票管理条例》相关规定，18 岁以下未成年人不可以购买彩票及兑奖。同时我们也希望广大市民群众快乐投注，理性购彩，继续支持公益事业发展。

今后，上海中商惠民将与上海市体彩中心逐步开发更多的合作便利店，不断与时俱进，推陈出新，为购彩者提供更加方便快捷的购彩服务，致力打造便民、利民的国家公益彩票，为建设负责任、可信赖、健康持续发展的国家公益彩票不断努力。



首批开团客户如下：

序号	客户名称	客户地址
1	快客星站路	闵行区七宝镇中春路星站路 366 弄 4 号门面
2	光明便利店	嘉定区古猗园南路 443
3	什曼特便利店	虹口区纪念路 500 号
4	英英烟酒超市	静安区延长中路 788 号
5	良客便利	长宁区新泾镇平溪路 41-43 号
6	联华	长宁区新华路 689 号
7	联华超市	长宁区昭化路 126 号
8	郑永梅百货商店	长宁区绥宁路 628 号
9	美惠全许发路	华漕北翟支路 1444 弄 178 号 6 栋
10	快客	长宁区延安西路 676 号
11	永意超市	松江区荣乐东路 2369 弄 41-42 号
12	怀银食品店	宝山区大场镇聚丰园路 300 号市场内
13	进明超市	宝山区顾村镇顾陈路 455 弄 22 号
14	京东便利店	宝山区松兰路 879 号
15	时代联华	宝山区湄浦路 179 号
16	军军超市	宝山区长发路 103 号
17	生鲜超市	静安区保德路 14 号
18	天天迺亚	嘉定区江桥镇临夏路 110 号
19	新乐佳便利店	嘉定区博园路 999 弄 12 幢 102 室
20	快客	嘉定区江桥镇铜川路 2672 号
21	唐艳萍	嘉定区南翔镇人民街 30 号
22	杭州华联	宝山区杨行镇梅林路 752 号
23	宝山糖酒	宝山区杨行镇盘古路 778 号
24	天旺便利	普陀大渡河路 1272 号 -1
25	琪祥百货店	静安区沪太路 1170 弄 75 号（龙潭小区）
26	迪百超市	宝山区月浦镇长春村赵家一队 2 号
27	平亮购物	嘉定区秋竹路 816 号
28	光明超市	静安区平型关路 733 号

来邂逅春日の 更多心动吧

SPRING
限定

一见钟情 春日限定
樱花控必备
仙到没有抵抗力！
高颜值「春光包」限量发售
打包短暂而明媚的春光
感受春天の灵动与生命力



乐事樱花牛乳味
净含量：65克/125克

一见钟情 春日限定
制霸春日
尽享脆爽滋味！
满满少女心 清新生梅绿
包裹金黄薄脆的土豆片
口口生香 恰到好处



乐事制霸生梅味
净含量：65克/125克

一见钟情 春日限定
清新果香！
春天可能是什么味道？
丝丝清甜的白桃香气果味十足
酸甜清爽的自然风味
让你唇齿留香吃到上瘾



乐事元气白桃味
净含量：65克/125克

新品

Comix® 齐心

笔之典范 简而不凡

日本进口油墨，持久不褪色

0.5mm标准子弹头，顺滑防漏

经典外观设计，经久不衰

经典办公系列 GP6600



临期及滞销商品的管理（下）

主讲 | 嗨家副总经理 万海波



每天学习十分钟
招财进宝更轻松

上一期我们讲了临期及滞销品到期之后该怎么管控、怎么处理、怎么变现。并且总结了滞销品产生的6个方面的因素。

接下来我们来讲如何解决的办法，怎么去做？那就是必须要把它处理掉，前面说了滞销品的积压产生导致你店铺的很多坪效过满、空间有限，一个滞销品已经占领了整个店铺10%~17%甚至更多的资金和货架空间，所以必须要把滞销品清理出去，让新品进来，新的消费机会才能进来。

接下来我罗列了自己经常会做的八种处理滞销品的方法，分别是调整陈列、让利促销、换购满赠、捆绑销售、线上营销、商品交换、化零为整、化整为零。

1.调整陈列

新品往往因为陈列的不凸显而导致无人关注，久而久之，新品就会变成滞销品。一旦

形成滞销品，要立即将它调换到明显的位置，这是一种销售方式。

我们大部分店铺的做法是把它调到收银台附近，每当客人来结账的时候都会做推荐，还有另一种方式，在调换滞销品的时候把它调换到关联位置，它的销售有可能会产生一些意想不到的效果！举个例子：在便利店里开瓶器的销售一般都很慢，一周也就会卖掉1-2个。这个时候可以将开瓶器贴在冰箱外面，过一段时间再看，开瓶器的销售额比之前翻了好几倍。因为开瓶器除了正常开啤酒之外，有些做工精美的还可以做冰箱贴使用，就这样，它的另外一种装饰功效就出来了。另外，也可以将开瓶器与啤酒搭配在一起，顾客在买啤酒的时候看到开瓶器也会有一定的几率购买，因为这些都是有关联性的，所以大家在搭配的时候就要想到有些商品如何

关联能卖的更好。

2.让利促销

这点不需要过多的解释，一个产品按正常的价格销售滞销了，那就用打折的方式、用价格的方式来捍卫住顾客，爱占便宜的人就会去消费这个产品。

3.换购满赠

这算是我们目前做促销过程中较为普遍的方式之一，大家不要觉得一个产品正常价是5元换购价设置成1~2元，这样貌似亏本很多，我们要算总账。

一般便利店都是满18元换购，满28元换购，你这个商品上可能少了3~4元，但是18元、28元当中，赚回去的毛利总账是不亏的、甚至是赚的。所以换购是拉动客单价的一个好方式。

那么力度上再狠一点的就是满赠，满赠

的商品很多是零价格，所以活动的力度更大。和刚说的一样整体的店铺还是赚钱的，大家可以尝试一下。

4.捆绑销售

滞销品卖的慢，但是我们的畅销品卖的很快，所以通常情况下，我们会把滞销品和畅销品捆绑在一起，但前提是这两项商品也是有一定的关联性。这样顾客就能在买畅销品的时候顺带把滞销品也带走。

5.线上营销

前面说的让利、换购、满赠捆绑等，在力度上都是一种提供让顾客如何便宜。但这种促销的信息如果仅仅是在店铺的POP海报张贴，包括业务员的推广，我认为还是比较简单的。怎么样通过线上的方式来推广，我们很多店铺的店主已经在做了。

比如说在你店铺里经常消费的客户们可

以拉一个顾客微信群，包括通过你的朋友圈发布消息，这些都只是一个方面。

6.商品交换

怎么交换？在你的店铺可能是滞销品，但在别的店铺是畅销品，每个商圈都有它小众的需求，以前我在做连锁便利店的时候，每年八月底到大学校园，学校开学，新生报到需要很多用品，这时候校园里的店铺就会向其他店铺报需求，日用品库存上申请调换货。

7.化零为整

滞销品在很多货架都有一些，零零散散的，偶尔做一两次打折促销的方式，可能显示的不是很直接。我们可以采取这样一种方式，在店铺分出一个清货架，很多人会觉得只有在超市快要转让的时候才要做的事情，其实在运营的店铺中是有这方面的例子：不知道大家有没有去过屈臣氏的店铺，屈臣氏

可以说是一个很专业的店，它做个人护理可以说是在全球都排前几位，它很多店铺都会有这样1组或者2组清货架。

集中性的将滞销品放在1组-2组货架上，让客人感到很直接，这一块区域是可以买到一些很便宜的商品。本来滞销品是你店铺的阻碍，现在变成了店铺的一个亮点。要知道有部分客户群体是爱占便宜的，进店先看清货架。

8.化整为零

有很多礼盒包装的商品，包括大的礼袋包装的仅仅在一些重大的节日里，才产生消费，但跳过这个时间段，就变得销售很慢，举个例子：旺旺大礼包每年春节前一些店铺还会备一些货，但是过了春节，它的销售就变得很慢，这时候我们就可以把它拆开来卖，里面很多小包装还是卖的比较快。

希望以后有机会跟各位老板再次交流。

超实用

超市、便利店防盗经验分享（下）

超市、便利店偷盗一直是困扰经营者的一大问题，前两期小编给大家讲解了在超市中需要注意到的几点以及一些容易被忽略的掩藏偷窃方式，最后一期小编就来教大家如何处理偷窃的办法。

观察技巧：

在对付小偷过程中，适当的观察技巧对捉拿小偷的成功与否起着关键的作用，你的目标应该是擅长观察又不被小偷觉察，工作人员应该在店内多活动而不是在固定位置上，适应变化的情况及超市的不同布局是对截停小偷最基本的要求。在超市中你应该花时间来熟悉潜在的观察点及重点防范区域。

捉拿偷窃的四大要素：

- 1、你必须看到嫌疑人从货架上或售货陈列区拿走超市的物品。不能听信第三者的话捉拿超市小偷嫌疑，必须弄清楚被拿走的物品是超市的财产；
- 2、你必须看到嫌疑人拿走并（或）掩藏了商品，并且知道此人将商品放在什么地方；
- 3、你必须始终观察嫌疑人，你必须从小偷开始取走商品到截停小偷这一段时间内，百分之百视线跟踪小偷。你还必须确信嫌疑人没有在走出超市的路上把商品抛掉，而且要确认此人没有为他拿的商品付款；
- 4、须让嫌疑人走出超市后才抓获他，以便进一步证实其偷窃的动机，让目标离开收银线二至三米之后才行动。

记住：关键是让目标经过这些区域的结帐处。千万不要一个人出去抓，抓获小偷时一定要有一位证人或伙伴在场。

捉拿小偷时要带一名工作人员或超市管理人员同往，当你开始捉拿时，他/她可以走近你：其他员工也要协助捉拿小偷，至少有另外一个可以作为证人。对小偷说话要有礼貌且直截了当。例如说：

“先生，我叫×××，超市员工，我请您和我一起到办公室，我们有件事情要商量一下。”

说完之后如果觉得还需要用更直接的处理方法时，可以继续说：“您衣袋有没有没付过款的超市商品，请回到办公室我们把这件事情澄清。”

如果小偷拒绝合作，可以采取合理的强制手段，但能够制服或阻留即可。你自身及他人的安全都应该放在第一位。

回办公室前至少应拿回一样被偷窃的相同商品，以在调查中使用。在超市里，证人要走在嫌疑小偷的前面，你跟在身后以防小偷将所偷商品丢掉。记住，要保持警戒！应该流露出自信及坚定。如果表现出怀疑或不确定，小偷会感觉到并加以利用。

如果拿回被偷商品之前，小偷逃跑：

- 1、如果商品价格达到公安机关制定的标准并需公安机关参与的，则打电话报警，提供线索；
- 2、千万不要驾车/骑自行车去追商场小偷，跟踪小偷只限在商场范围内进行。

释放小偷

拿回商品后，当有情可原的情况存在时，管理人员可以决定释放嫌疑人而不予追究。

- 1、关于嫌疑人的偷窃动机不明确的，例如：双手拿满商品的人可能会把较小的商品放在他口袋中以便于携带；
- 2、精神异常表现者；
- 3、身体健康状况外观极差的老人；
- 4、年幼的小孩。

以上人员给予温馨的教育即可，作为企业促进社会和谐尽自己的责任和义务。

处理：

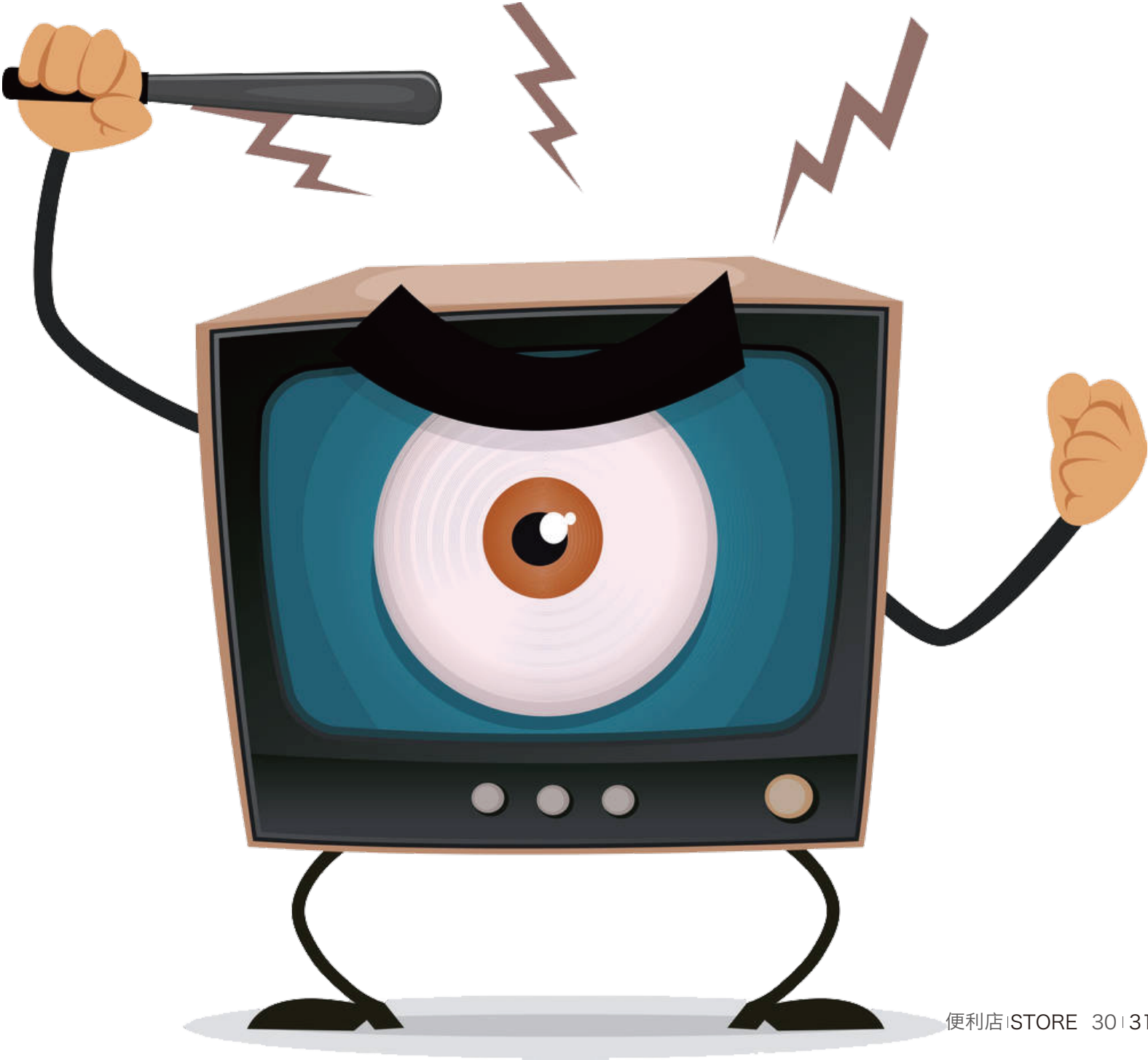
- 1、截停取得证物，带入办公室后，须有人协同处理（男性要男证人，女性要女证人）；
- 2、想办法把被盗物品全部套出来；
- 3、不能用“偷”、“罚”等字眼；

- 4、把调查报告书填好；
- 5、可以使用查验登记身份证、工作证、电话号码和拍照、送派出所等隐形威胁手段使其配合处理；
- 6、点明分清赃物与顾客物品，避免搜身、恐吓、要注意自我保护的细节；
- 7、处理要快；
- 8、将窃贼带入办公室；
- 9、指明藏商品部位及商品；
- 10、只有在受到人身攻击时，方可进行防卫，而这种防卫措施以能够抗击攻击及防止受伤的程度为限；
- 11、严禁使用暴力和黑社会份子常用的威胁语言和语调。

将当事人带入办公室，要跟在当事人后面，跟踪距离视当事人的行动而定，在带领小偷进办公室时紧跟在其后，但要保持一定的距离

以防小偷有突发异常举动。

寻找被偷商品，收集足够的证据证明其犯罪事实。在调查和证实的所有过程中应如实记录并让参与同事签名，预防小偷事后的反诉、投诉或报案。



干货！中小超市经营实战小技巧

中小超市营销小窍门：

- 1、超市的店名、招牌、外部装修一定要能吸引顾客。可以试着站在顾客的角度思考什么样的店铺能吸引他们驻足进店。
- 2、虽然一些中小超市的顾客大部分都是熟人，但也不要将超市变成聊天的场所，除非你的店铺很冷清，想通过聊天打发打发时间。
- 3、一定要维护好老用户，老用户是超市的常客也是你超市收入的主要来源。
- 4、尽量要用当地的语言，增加自身亲和力。
- 5、如果你有自己用户的微信群或短信群，可以考虑不定时送去节日祝福。

中小超市店面布置小窍门：

- 1、为了方便老顾客的购物，超市商品的摆放位置尽量不要变化。
- 2、超市内货架的高度要尽可能的满足家庭主妇的需要，高度控制在 165cm 以内。
- 3、找准自己超市内的黄金销售区，尽量将毛利润高的畅销商品摆放在这个位置。

中小超市商品摆放小窍门：

- 1、将有关联的商品摆放在一起，且尽量摆放美观。
- 2、要有自己的陈列标准，不要轻信供应商的建议而将其商品摆放在便于销售的地方。这样可能会打乱你超市整体的布局。
- 3、在黄金区一定要摆放高毛利、高销售率的商品。
- 4、定期整理自己的商品，做到“先进先出”将日期最老的商品放在外侧。

中小超市吊牌使用小窍门：

- 1、尽量用自己制作的分区牌，如果厂家要提供给你分区牌一般是带广告的，你一定要收取一定的费用。
- 2、商品的价格标签一定要清楚整洁。
- 3、爆炸牌一定要用到新品、热销品或促销品上，不要乱用爆炸牌。



编辑部 的故事

暖心故事收集续

文 | 惠仔

大家好，我是惠仔，对于生活工作在北京的朋友们，应该都有自己常逛的便利店。在大不过80m²的空间里，却能带给你：

匆忙清晨中，一份冒着热气的早餐

饥肠辘辘时，一碗热乎乎的关东煮

工作辛劳时，一杯治愈疲惫的咖啡

这些通宵达旦、灯火通明的便利店，不仅为我们的生活提供便利，也温暖着每一位在北京生活工作的人，有人说24小时的便利店就像是城市深夜中温暖的家门灯。“叮咚”的开门声、微波炉“叮”的声响、还有和收营员简单的对话都是化解孤独，治愈疲惫的良药。

上几周，惠仔在微博做了一个，“24小时便利店中的故事”大征集，听听故事，来感受一下城市带给我们的工作，与便利店带给我们的生活。

01

有段时间在上海工作，公司的宿舍安排在浦东。宿舍楼下，有一家24小时的罗森。那段时间，我每晚下班都会去买点吃的，当晚饭、当宵夜。去的多了，和店里的收营员也混了个脸熟，但也并不会闲聊。

上个月来上海开会，又路过那家便利店，像习惯一样的进去转了圈。买单时，收银的小哥看着我笑笑的说：一年未见，回来啦？

02

从我有印象开始，家门口就有一家7-11，开了多少年都记不清，连店里的收银阿姨都没有换过。年复一年的，看着我在7-11里买杂志，买零食，寒暑假还会当食堂吃饭。一直一直都没有聊过天，只是机械的付账走人。

直到有一天结账的时候，她突然问我是不是已经上大学了？瞬间觉得好暖心啊！原来在不经意的角落，真的会有“陌生人”一直关注着你的成长。

03

第一次来北京的时候，人生地不熟，下了火车站都不知道该往哪里去。路过一家小超市，看到有位子，想进去坐。进店后，小心翼翼的问老板（大爷），大爷能不能让我坐一会？大爷相当热情，让我可以随便坐，问我来北京干嘛？有没有亲戚朋友？要去哪里？

当时被问的一愣一愣的，不是太习惯这种北京style的热情。

听老乡都说北上广深繁华冷漠。我却觉得，其实角落里也是一个充满温暖的城市。

04

去年刚来北京工作时，每天开心的事，就是每天下班后，都可以拖着疲惫的身躯走到公司楼下的一家便利店吃一份热的便当。

店里有一位笑容灿烂的女孩，扎着一束乌黑的秀发，总喜欢在完成单后给顾客一个甜甜的微笑，十分可爱。慢慢的，我来这家便利店的次数越来越多，而这个女孩也一次又一次给予我最甜美的微笑。

后来有一天，我终于鼓起勇气告诉她我很想认识你，并要到了她的微信号。

从那天起，她给我的袋子里往往都会多放一根棒棒糖。现在，她已经成了我的女朋友啦。

05

常常去公司隔壁的便利店买零食，去多了和收银阿姨熟悉了。

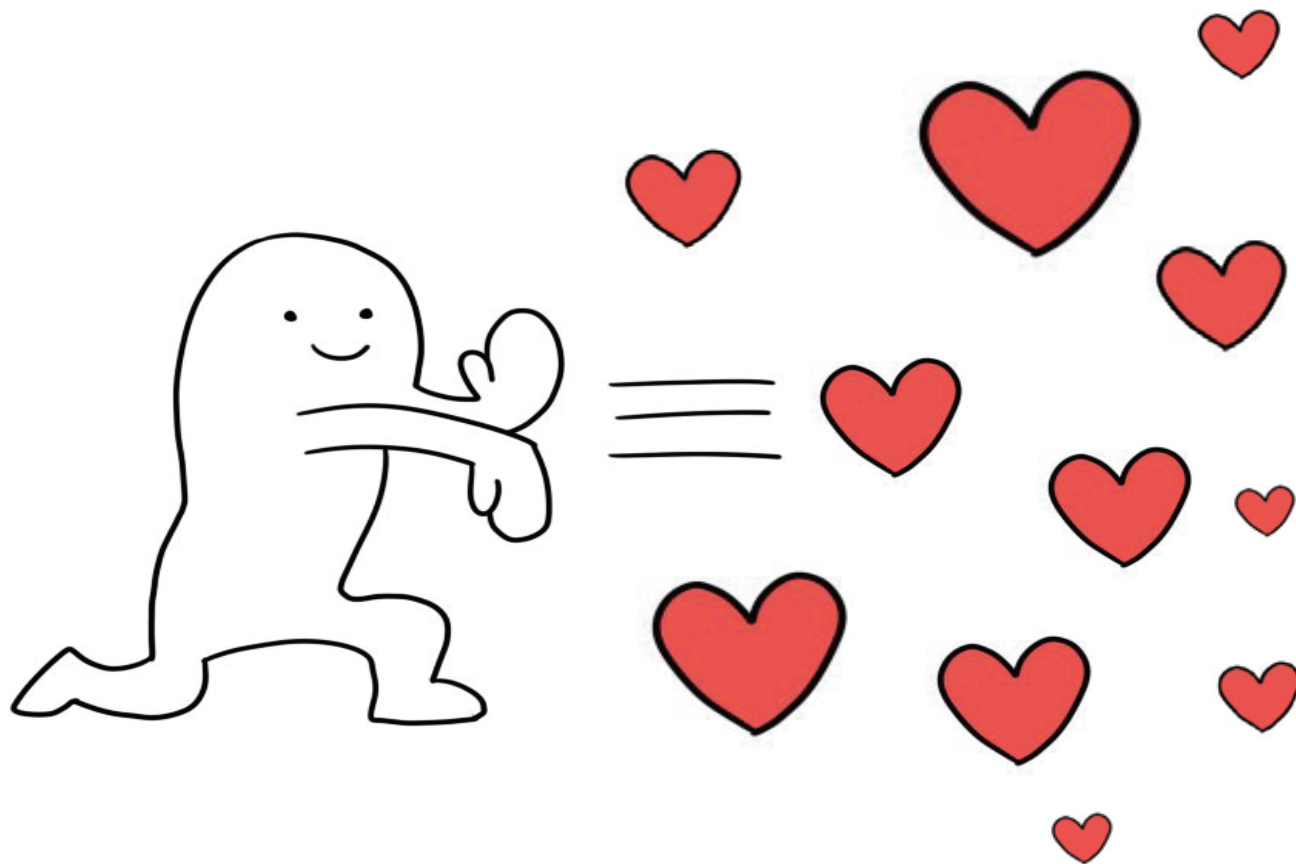
熟悉到，每次买单时候，虽然阿姨总要把特价推销的商品讲一遍，不过最后都会补充：“这个蛋糕不好吃的，你还是不要换购了。那个酸奶买二送一蛮划算的，不过如果吃不掉也是浪费的。”语气贴心的，就像自己家的阿姨在关照我。

06

有一次凌晨三点，朋友突然来找我。一起走到家门口的便利店。一人一桶面，一大份关东煮，栗子，牛奶，啤酒，薯片，我们俩就在窗户前吃着聊着好久。

聊着聊着，店里走之前进来一位老年人，七十岁上下的样子，自己买了一瓶酒，一边喝一边抹眼泪。我看得心酸，走之前买了一包坚果饼干送给他，不值钱，但真希望他感受到一点温暖。

人总有孤独的时候，在大城市打拼的我们尤其容易感受到这点。但城市的喧嚣迫使我们包裹自己的脆弱。好在，有时候往往只要有一家小便利店，我们就可以满血复活。这些便利店，就像黑夜里的光线，钢铁沙漠里的绿洲，它们在无数个冰冷的夜晚，为孤独、辛劳的人提供了一个微小却坚实的庇护所。



国外这几个非常有意思的 APP，你造吗？



check my metro——实时分享查票员位置

你要去巴黎坐地铁，可以试试这个APP，不过套票这种不良行为还是不要带出国门了！当然，其实这个APP还是有一些有用信息的，比如几号线哪个出口坏了，几号线又发现不明包裹停运了。但是，地铁公司官方的app上信息要比这个完善100倍，除了没有查票员信息。



I'm rich——一款让你可以“炫富”的 APP

这款App的名字已经十分简洁地概括了它的作用：炫富，所以它可能并不是毫无用处。它目前在AppStore的标价是648元人民币，并且还一直保持着更新。从软件的介绍中能看出它没有任何实际用处，唯一的用处就是让你觉得自己非常有钱。



桜のきもち——用来赏樱花的

当你点开地图后，会立刻显示出身边的所有赏樱场所。选择一个喜欢的地方，然后点开蓝色的i 会看到详细信息！日本的樱花情节浓厚啊！让我想起了武汉大学！



WAZE——高速上帮你躲避警察

这款软件最初是由以色列人Ehud发明的，最初就是用来逃避高速公路上的警察，不知道天朝允不允许这样的存在！

这是个用户主导的APP，因为几乎所有内容都直接来自用户。内置了导航功能，出门有这么一个就够用了。其实是每个用这个APP的用户都会在地图上显示（图上那几个卡通头像），然后会根据这些用户的实时速度计算道路拥堵情况，比其他实时路况准多了。



iNap@Work——懒人福利

它可以让你在办公室里偷懒睡觉时伪装成努力工作的样子。而所谓伪装，不过是用户给手机预设一些貌似在努力工作时的声音，比如说哒哒的键盘上，哗哗的文件翻页声等等，从而来掩盖睡觉时的鼾声。但是，毫无疑问，它纯粹是一款搞笑的应用，而且有点无聊。



Islendingabok——约会前要打开的 APP

发明这个APP的是三个冰岛大学生，这款APP的作用是帮助约会双方确认两人是否有亲戚关系，防止乱伦，因为冰岛只有32万居民，由于远在北极圈附近，所以外来移民极少，基本上所有人的祖先都可以追溯到9世纪。有了这款软件，你就不会和你大舅的姨妈的儿子的侄女谈恋爱的可能性就变得很大。

生鲜商品保鲜实操技巧

生鲜商品 卖的就是“鲜”，如何保鲜是

一项专业性很强的业务能力，小编在此给大家总结了一些蔬果、蛋品、水产品、熟食等分类商品的鲜度管理实操技巧。

果蔬的冷藏养护

1、温度调节。进仓库后首先要采取逐步降温的方法，因为果蔬摘后还存在一定的热量，这时未经冷却直接进入冷藏仓间，商品易产生病害，达不到保质的目的。果蔬进仓后，将继续发展成熟，温度高，会加快其成熟及衰老，如果存放在适宜温度里，能减慢其成熟，使物质消耗降到最低水平，延长储藏时间。

2、湿度调节。果蔬中含有大量水分，但在储存过程中，水分将逐渐蒸发，大部分果蔬的干耗超过5%时，就会出现枯萎等现象，鲜度明显下降。特别是水果，当干耗超过5%后就不能恢复原状。另一方面，如储存环境的空气湿度过低，也会加速鲜果枯萎，降低其价值。因此，果蔬储存的仓库湿度调节很重要。一般应掌握在90%的湿度为宜。湿度过高，果蔬易腐烂。

鲜蛋的冷藏养护

进仓库要合理堆垛，蛋箱、蛋篓之间要保持空隙，码垛不宜过大过高，高度要低于风道口0.3米，要留缝通风，保持温度均衡。鲜蛋不能同水分高、湿度大、有异味的商品同仓堆放。特别是一、二类蛋要专仓专储（注：鲜蛋的保质期一般为：一类蛋9个月，二类蛋6个月，三类蛋为3至4个月）。满仓后即封仓。

每个堆垛要挂货卡，严格控制温湿度是鲜蛋储存中质量好坏的关键，最佳仓间温度为-1℃至1.5℃，±0.5℃，相对湿度为85%至88%为宜。每次进仓库鲜蛋数量不宜过大，定期抽查和翻箱，一般每10天抽查2%至3%。

水产品鲜度管理方法

水产品 in 捕捞出水后，大部分都不能及时处理，如此较容易腐败变质的内脏及鱼鳃等，就会随着水产品一起运送出去。再加上水产品本身的肌肉组织、成分、特性都比陆上动物脆弱，容易受伤，鱼鳞易脱落，细菌极易从受伤部位入侵。

水产品鲜度管理的有效方法是“低温管理”，因为低温可缓解鲜鱼的酵素作用以及抑制细菌繁殖。

1、敷冰：以碎冰（或片冰）覆盖于鱼体，温度保持在5℃以内。

随时关注冰台上陈列的水产品是否有足够的覆冰，并且随时添加碎冰及喷洒足量冰盐水，保持水产品的鲜度。

每晚营业结束时应将没有卖出的水产品细心地装入塑料袋，再放入泡沫周转箱，泡沫周转箱的上下均应覆盖冰块维持低温，再送入冷藏库，因为水产品表层如果不与空气直接接触，鲜度就可以维持较长时间。

2、冷藏：以冷藏库设备来低温保存水产品，冷藏库的正常温度为0℃，注意千万别让水产品裸露吹冷气。

3、冷冻：以冷冻库设备来低温保存水产品，冷冻库的正常温度应为-18℃以下。

冷冻水产品若要加工，最佳时间为鱼体尚未完全解冻前即应加工处理，任何水产品都不可以二次冷冻。检查到有鲜度不良或有异味的水产品应立即从冷冻（藏）库（柜）中剔除，避免发生交叉污染、连续污染。另外，做好卫生管理也是保证水产品鲜度的有效方法。

熟食鲜度管理方法

熟食经过二次加工后保存期限相对变短，为求控制熟食的品质，熟食品与半成品、原料要分开存放，以免受到污染；商品进仓库后要标明日期，做到先进先出。

加工时应注意原料品是否过期、品质是否合格。原料品（未加工的商品）在冷藏或冷冻贮存时，需用篮子、箱子、袋子等封盖好，避免因风化造成的鲜度降低。

半成品或成品在冷藏时需用保鲜膜密封：冷藏库在工作时，制冷机不停地抽风转换，库里温度降低的同时，里面的空气也变得干燥。若贮存的商品没有用保鲜膜密封，商品容易风化、变味。

进入冷藏库、冷冻库应随手关门，避免冷藏、冷冻库温度升高影响商品鲜度，增加能耗；熟食（面包）冷藏温度正常情况为0到4℃，冷冻温度正常情况为-18℃；搞好清洁卫生（按清洁计划表执行），减少恶臭、腐烂细菌污染。

管理人员要定时试吃品尝商品确保品质，正常情况下2到3小时检查一次；每日尽量将商品售完，以推陈出新，保持商品的新鲜度。

超市转让信息

福亿家超市

地 址：北京市朝阳区十八里店吕家营
面 积：80㎡
租 金：8万/年
转 让 费：20万（可商量）
联 系 人：老板
电 话：18301523193
超市介绍：营业中，可致电了解详情。

客来福超市

地 址：北京市石景山区高井南街33号
面 积：40㎡
租 金：1400元/月
转 让 费：8万
联 系 人：老板
电 话：15650703532
超市介绍：八年老店，客流量稳定，现因孩子上学，老人年事已高无奈转让，非诚勿扰。



京东便利店（朝凤社区店）

地 址：北京市昌平区朝凤庵村
面 积：100㎡，门前带30平米棚子
租 金：5万/年
转 让 费：面议
联 系 人：夏先生
电 话：13019334977
超市介绍：超市处于正常营业中，线上线下运转良好，证件齐全，适合长期经营，品质服务，欢迎咨询！快递收费服务已上，带货转让。

烟酒茶行

地 址：北京市通州区马驹桥
面 积：28㎡
租 金：3500元/月
转 让 费：5万
联 系 人：老板
电 话：13161015550
超市介绍：8年老店，客源稳定，证照齐全无拆迁风险。因家中有事，望有诚意者接手，非诚勿扰！

福源烟酒

地 址：长沙市雨花区万家丽南路与万芙路口交界
面 积：100㎡
租 金：11.2万/年
转 让 费：面议
联 系 人：王蓉
电 话：18684932470
超市介绍：超市位于两家饭店中间，后面是小区，旁边还有两个小区，客源稳定。现因独自带小孩看店不便转让。

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！

看父母秀恩爱是一种怎样的体验

“女儿啊，你怎么还没找男朋友啊。”
“爸，你别着急啊，你女儿这么优秀还怕找不到男朋友吗？”
“爸不担心你，爸就是想过二人世界了。”
“……”

小时候跟我妈吵架，
我爸刚开始一声不吭，
然后在旁边突然冲我喊：
怎么跟我媳妇说话呢？！



我家的食物链，我妈，我妈的狗，我爸，我。

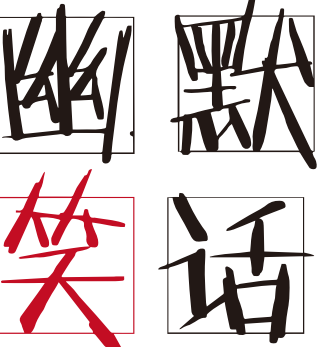


我上高中那会儿去补课，他们正好没事就去接我，来早了就在下面等我，然后妈妈就趴在老爸背上，老爸就背着她，一边说话一边走来走去……然后正好我老师在楼上看到了，当时就笑了，说我们晚一点放学吧，你爸妈正浪漫着呢。

每对爱秀恩爱的爹妈家里都会有一个惨兮兮的小孩，可是，那个惨兮兮的小孩却是那么的幸运。

某天，同桌跟她妈吵了几句，一脸悲苦地去找她爹评理，她爹听完她的痛诉后，悠悠地说了一句：“你妈是个女的，你就不会让着她呀。”同桌哭了：“可是我也是女的啊！”他爹说：“你妈比你小~~小~~小~~”。从此，同桌再也无法给她爹告她妈妈的状。

小时候调皮的不行，有次赶上“女子单打”，正巧我爸下班，进门第一句话竟然是“老婆，你去歇会儿喝点儿水，孩子我来打。”



2019年十二星座全年运势

白羊在2019年，赚钱的机遇比较多，也就是路子广，而且容易得到贵人的提点。另外在和别人合伙做生意的时候，涉及到核心利益的问题，最好能够亲力亲为。工作方面虽然有些变动，但是总体上是呈现向上发展的趋势，中途可能会经历一些波折，不过只要结果是好的，就没必要太过忧心忡忡。你们桃花运虽然表面上看起来很旺盛，但一定要学会仔细辨别，不要被对方的花言巧语所欺骗，否则很容易陷入感情骗局之中。

白羊座

3.21~4.19



金牛座进入2019年，运势整体表现不错，不论是正财还是偏财，收入都颇为丰富。工作饱满有热情，负责的事情都能够完成得很好，自然也会受到老板的重视。在10月份的时候，他们的事业运势将迎来2019年最好的时段，这个时候，很有可能一跃成为领导阶层，不管是职位还是工资，都将达到一个全新的境界，人生也将展开崭新的历程！在感情上会有很多意外的收获。如果情侣间感情稳定，可以考虑步入婚姻殿堂。

金牛座

4.20~5.20



天秤座2019年上半年财运很不错，只要抓住机会，基本上可以大赚一笔。但是到了8月份左右，财运就开始出现下滑的情况，可能因为工作上的问题，被扣薪水和奖金，务必要小心谨慎。另外还会有很多破财的情况发生。事业运势波动非常大，而且还很有可能遇到比较大的挫折。由于公司经营不善或者是业务调整，他们可能会面临失业或者降薪的危机。由于财运和事业运不佳，所以并没有过多的闲心去谈情说爱，因此也就会错失不少良缘。

天秤座

9.23~10.23



2019年天蝎座在财运方面，会在稳定中有所增长，尤其是进入8月份之后，财运上涨的速度特别快，个人财富增长喜人，只要不铺张浪费，还是能够攒下不少钱的。事业运势会有意想不到的收获和惊喜发生。其中不乏有能力者，由于他们态度谦和，所以很容易得到贵人的相助，尤其是女性贵人。桃花运很旺盛，对于结过婚的天蝎朋友来说，可能会面临外界较多的诱惑，受到很多干扰，这个时候一定要以家庭为重，不可被假象所迷惑。

天蝎座

10.24~11.22



双子座2019年财运比较旺盛，上半年事业上会取得很大的突破，工资自然也会上涨不少。到了下半年，工资趋于稳定，偏财运特别不错，可以和朋友合伙做点小生意，或者是搞点风险低的投资，都会有比较丰厚的收益。9月之后，会迎来事业的黄金时期，属于顺风顺水、事事顺心这类型。非常容易获得额外的财富。双子座感情历程比较坎坷。感情经营得太累又看不到希望的，则可以重新审视一下二者的关系，适当的放手或许也是不错的选择。

双子座

5.21~6.21



巨蟹座2019年财运方面，上半年会比较难熬，对于普通上班族来说，日常消费的支出，再加上意外情况的一些支出，数额就比较大，所以要保持勤俭的作风，不要乱花钱。事业运势困难重重，他们不管是工作压力，还是工作强度，都将增大。而且由于和周围的人相处并不融洽，情绪多变暴躁。单身的巨蟹座，很有可能会经过家人或者朋友的介绍，认识到各方面都合得来的异性，脱单的几率还是很大的。

巨蟹座

6.22~7.22



2019年射手座会陷入感情纠纷，所以必须要对感情进行选择，不可留恋徘徊于多人之间，要爱便深爱，不爱就请放手。射手座在5月份的时候，女孩子可能会有比较大的支出，比如说整容、旅游以及装修等等，都会是很大的开支，在10月份的时候，射手们将迎来不少赚钱的机遇，可以好好把握时机，能够赚不少钱。事业方面，工作还是比较顺畅的，上半年在工作上将取得很大的突破，他们也将因此获得升职加薪的机会。

射手座

11.23~12.21



摩羯座2019年在财运方面，年初和年末的时候运势都比较好，赚钱的机遇比较多。无论是正财还是偏财都能够在稳步中，不断上涨。但是在年中的时候，可能会因为一些不确定的因素受到一定的影响，财运会陷入低谷。所以一些比较大的投资项目，最好能够避开这段运势不好的时候。事业方面，工作会比较顺利。升职加薪的几率比较大。今年十一月中旬开始，谷神星进驻摩羯宫，会带来结婚、怀孕的喜悦。

摩羯座

12.22~1.19



狮子座进入2019年，财运起伏比较大。有赚大钱的机遇，同时也会遇到破财的时候，所以要保持平和的心。在2月份的时候，很有可能遭遇金融骗局，所以一定要谨防陌生人的推销。千万不要因为贪图小便宜，因小失大，否则将会非常得不偿失。事业方面，会比往年付出更多的心血和精力，可能在暗处藏着不少心怀鬼胎之人，所以一定要有戒备心，防止小人暗中使坏，给自己造成很大的影响。感情上将迎来全新的开始。

狮子座

7.23~8.22



处女座进入2019年，财运方面不是特别稳定，花销比较多，而且会有很多意外情况发生，上半年的财运还算不错，日常开销都比较固定，到了下半年，情况可能就没有这么好了。五月和六月是事业运势巅峰时期。在工作上认真踏实、精力满满、效率很高，手上的项目都能够完成得很完美，所以更容易得到老板的重用。处女座的人对待感情，向来心思细腻，患得患失，所以在与另一半相处的过程中，容易产生隔阂和矛盾。

处女座

8.23~9.22



水瓶座进入2019年财运方面，正财会稳步增长，偏财也有不少机遇。对于创业的水瓶座来说，2019年运势比较不错，赚大钱的几率很大。但是，本年度水瓶座的人还会遇到一些意外情况，好坏参半，比如说，忽然买彩票中了大奖，或者是生意出现失误赔了一笔钱。事业上面，2019年水瓶座在与上司沟通交流的过程中会遇到一些麻烦，无论是提交的建议还是策划，都很难让上司满意。对于广大男士来说，6月份桃花运会比较不错。

水瓶座

1.29~2.18



双鱼座进入2019年，财运方面可能并不是特别好。经济上可能会面临一些窘境，除了平日里的基本支出之外，比如说吃饭、租房等等，也就是说破财的地方比较多。事业方面，与上司和同事的关系可能并不是特别好，这样就会带来一系列的问题。比如说，得不到老板的重视，被同事设计陷害等等，不利于升职加薪。爱情方面可能并不会一帆风顺，表白被拒绝的可能性比较大，而且付出的越多，会给对方造成更多的困扰。

双鱼座

2.19~3.20



彩虹
Skittles



欢迎彩虹

欢唱心声