

# 小食铺 大买卖

## 旺旺下场, 巨头混战

记者 史旻

周阿姨已经记不起上一次进超市买零嘴儿是什么时候了。自从小区门口开出了一家以散装休闲食品为主打的零食铺后, 她就很少再想起几公里开外的那个略显老旧的购物商场。

“超市里买一次, 多是大包装。家门口零食铺装修得粉粉嫩嫩、干干净净, 里面逛一圈, 百来元能拎满满一袋小包装食品, 分量更合适, 我也不愿意舍近求远了。”

短短几年间, 周阿姨青睐的这种零食铺, 已经悄无声息地潜入社区周围、学校周边, 甚至是寸土寸金的商业广场中。加入混战的有电商新贵, 有传统零食巨头, 也有转型中的商贸公司。疯狂扩张的小零食铺子正在串联成一桌让人迷眼的“饕餮盛宴”。



老婆大人量贩零食店内陈列的各种零食。

### A 在焦虑中扩张的风口

“这段时间, 我的心里每天都老慌了!”

朱盼儿是“吃货”掘金大军中的一员。今年年初, 她的小零食铺在象山丹城居民区密集的某路口开张, 度过了最艰难的开拓期, 凭借着不错的选址, 朱盼儿的零食店已经揽获了一批忠实的粉丝。

但是, 这半年来, 虽然销售额稳步攀升, 她的焦虑从没停止: “仅丹城, 这几个月就多了近10家零食铺。”

产品的同质化是她焦虑的根源。其实在最开始的时候, 朱盼儿更倾向于开一家便利店。当时谈了好几个品牌, 但是, 由于便利店每天都要配送新鲜物资, 而象山物流又不方便。因此, 转向了小零食行业。

朱盼儿坦言: “零食铺子的生意相对别的行业来说比较省力, 作息又相对正常, 不用起早贪黑, 确实非常适合手头资金有限又喜欢自由的创业者。”

然而, 即使有了像朱盼儿一样的前仆后继的创业者, 这种焦虑情绪还是传导到了更多的地方。张大姐已经在宁波路林市场做了近20年的零食批发生意, 装修精致的零食铺子一片火热, 但张大姐却感到了一丝危机: “我这里依旧能每天走出几千件商品, 但是让我紧张的是, 外面热闹的零食生意却和我们没有关系。”

据张大姐介绍, 其实这两年经常会看到一些来做批发采购的年轻人, 很快也会失去一些熟悉的面孔。从总体上来看, 自己批发铺的生意还是和往年持平, 有淡旺季的波动规律。不过, 张大姐担忧的是, 那些有着自己供应渠道的连锁品牌商家如果彻底占领了这块市场, 把同类小商户挤出局。那么, 她这类批发商也会首当其冲受到冲击。

这些焦虑从侧面反映出来, 越来越多的人开始关注到“吃货们”的力量。据相关统计数据显示, 我国休闲食品行业市场规模呈快速上升趋势。2018年, 我国休闲食品行业市场规模为10297亿元。商务部发布的报告预测, 到2020年, 零食行业总产值规模将接近3万亿元。显然, 这是一个中国人凭实力吃出来的一个大风口。