



# 盼盼食品入局零食连锁店

本报记者 蔡明宣 刘宁 陈巧玲

近日,盼盼食品旗下零食连锁店品牌——零零嘴全国第一家直营店落地泉州,标志着盼盼食品全面进军零售市场。

作为制造商的盼盼食品,如今又多了一个零售商的身份。零零嘴与现有的零食店有何不同?面对原有零食店的夹击,含着“金钥匙”出生的零零嘴,又将如何应对?

## 零食店新生“零零嘴”

继成为北京2022年冬奥会官方赞助商、签约阿根廷国家足球队进军世界杯,2022年年末,盼盼食品大动作再出,在泉州开出全国首家零食连锁店——零零嘴,全面进军零售市场。

自带光环的零零嘴,真的很“盼盼”。

走进零零嘴首家店,就像走进传统大商超的零食区,我们小时候吃过的辣条、果干、饮料、泡面、卤味等平价零食在这里都可以买得到。唯一不同的是,明黄色的店铺视觉外加PP熊的卡通标识,还有整齐有序的零食摆设,让购物场景更舒适。

“我还特意拿手机对比了一下,店里的不少零食比超市和天猫都便宜。”对于进店购买的王女士而言,零零嘴给她的第一感受就是零食多、价格优惠,购物环境好。

与其他自有品牌为主的三只松鼠、良品铺子等零食精选店相比,零零嘴弱化了盼盼食品自有产品的占比,取而代之的是丰富的产品品类,如卫龙、阿华田、力诚等,其用意在于借助零零嘴把市面上的好零食进行聚集,从而让消费者在此可以实现一站式选购。比如一款冲泡的燕麦条,零零嘴店铺中陈列了10种,其分别来自不同的厂家。

面向零食消费新需求,零零嘴定位为“大牌放心,好品不贵”为选品理念,整合优质资源,深度挖掘全行业价值链,倾力打造让每个消费者买得放心、吃得放心的零食购物平台。

“零零嘴主售产品涵盖糕点、饮料、坚果、蜜饯等数千款产品,不仅有盼盼的热门产品,更有来自国内外各大品牌的经典产品及网红产品。”盼盼食品董事长助理、零零嘴零食连锁副总经理宋长镇表示,零零嘴的选品标准很简单,以大数据说话,消费者喜欢的品类,就是零零嘴的选品方向。

宋长镇给记者看了零零嘴最新一周的销售数据,平均单店日销达一万多元,会员注册达上千人。会员的覆盖面从学生、青年、中年到老年,单笔销售平均在50元左右。更有不少会员冲着新店优惠活动与冰墩墩充值消费,重复购买。显然,零零嘴这种薄利多销的零食方式,从目前的运营数据来看,消费者是认可且愿意买单的。

“新生”更平易近人,更好相处,新生零零嘴在一众厂家眼里口碑不错。

正在跟零零嘴洽谈合作业务的哈密食品就是一家与盼盼食品有长期业务合作的本土企业,该企业主营坚果炒货产品。

“当下消费者偏好更多样的产品和更高的性价比,连锁零食店与这种消费偏好非常契合,已经是食品企业无法忽视的渠道。”哈密食品总经理翁金溪分析,入驻该渠道的产品大多都是小包装、多口味。目前,很多零食企业已有现成的产品与这一渠道适配。



## 从品牌商到渠道零售商

从品牌商到渠道零售商,这看似不务正业的操作背后,盼盼食品的用意何在?

《2022年中国休闲零食行业研究报告》显示,自2014年以来,国内休闲零食市场每年的复合增长率均维持在11%以上,2021年市场规模约1.2万亿元。

在庞大的市场规模及增量的驱动下,近几年,各式各样的零食店如雨后春笋般在大街小巷深根发芽,糖巢、老婆大人、零食很忙、来伊份等零食连锁店品牌,以快速的门店扩张和不断攀升的业绩,成为食品行业获取新增量的办法。

## 离消费者更近

变则通,通则达。

对于盼盼食品而言,当下又多了一重身份,这是光环的加持,还是累赘的开始,备受关注。

对于品牌企业做零食连锁渠道这一现象,业内人士也给出了自己的看法。翁金溪认为,这意味着食品企业更加靠近终端消费者,能够更快了解消费者诉求,并在供应端及时做出反应。此外,有盼盼食品长期的食品加工经验、商业信誉等基础做背书,零零嘴的团队能理解食品企业的需求和痛点,一定程度上降低了沟通成本。

“国内的零食连锁店品牌很多,但整体市场还比较分散,头部的大都是区域性品牌,行业仍然处于较快增长期,未来5年门店数量增速有望达到10%。”业内人士指出。

更值得关注的是,这样的现代化零售业态,居然能够从二线城市不断向下生长,如今已经成功走进乡镇一级市场。在浙江、湖南都已经证明了这点,零食店渠道下沉还有很大市场。

“零食很忙”等零食店的成功,为盼盼食品进军零食店提供了现实版的行业可行性报告,而消费升级带来的一系列洞察,则让新生的进阶有了更多想象力。

在中国的休闲零食市场中,上游代

工的门槛并不高。早期,三只松鼠、良品铺子等网红零食品牌,大部分的产品均来自国内优质代工厂,而它们则负责包装与品牌运营,产品口感与品质没有太多差别。

记者在小红书上搜索,各种零食大牌的平替笔记比比皆是。有网友总结过,从代工厂网店直接购买的价格比品牌店的价格低50%不止,而其口味却极其相似。

当下,年轻消费者更理性与务实。品牌、包装、产品品质、价格都是他们关注的焦点,显然,盼盼食品布局零零嘴其背后的用意在于紧跟年轻人消费升级。而来自现有零食店的利润截流,也

是倒逼品牌商另辟蹊径的关键因素之一。“零食店是可以走量,回款周期也很及时。但其对产品要求高,企业的利润空间并不高。”受访中不少企业负责人无奈地说道。

在宋长镇看来,盼盼布局零食连锁店是基于多方面因素综合考虑的结果。一方面,零食消费高端化、多元化等特点对盼盼食品的战略发展提出了更高要求;另一方面,线下零售连锁渠道崛起,已成为零食行业的新增量聚集地。此外,受疫情影响,原有的商业模式与渠道搭建受到了挑战,盼盼食品布局零售渠道有助于打造品牌的第二成长曲线,加固竞争壁垒,提高盼盼食品的综合竞争力。

零零嘴也为本土食品企业想要切入连锁零食店渠道提供了一个新的选择和更便捷的路径。

“毕竟是本土企业,能够更迅速地地了解相关信息,更快找到对接人。”翁金溪表示,目前,零零嘴主要规划在省内,也会减少物流成本,供货也更有保证。

当然,也有食品行业从业者认为,品牌企业自己做渠道,少了中间商环节,渠道等各方面成本下降,价格上有更大优势。但是,另一方面,可能对企业的定价体系有一定影响,也会引起企业经销商客户的关注和担忧。

此外,打造新渠道并不是一朝一夕的事情。连锁零食店虽然是近几年才“火”的,但已有“糖巢”等知名连锁零食

店在该渠道深耕,企业要介入这个渠道需要更多的投入和资源,才能“闯”出自己的一片天地。

上述说法不无道理,在开零零嘴之前,盼盼食品早已未雨绸缪。

打造了自有零零嘴渠道品牌,并不是说盼盼食品就不与其他零食店合作了。“目前,盼盼食品与全国各大休闲零食店均有合作,该渠道是盼盼食品线下增量的核心渠道之一。”宋长镇介绍,零零嘴是盼盼食品独资运营的零食店品牌,与其他零食店在盼盼食品体系内的操作流程是一样的,甚至促销体系、终端售价等均由集团统一监控。

正所谓“背靠大树好乘凉”,虽说都叫零食店,但零零嘴与它们有着较大的不

同。在资源整合上,零零嘴将依托盼盼食品在选品、运营、配送、内控等方面的优质资源,为消费者把好品控关;在品牌运营上,零零嘴借助PP熊这个优质IP,可以在传播资源上嫁接盼盼食品的各种营销资源;在产品价格上,零零嘴压缩渠道成本,直接与生产商合作,把更多让渡价值给到消费者;在店铺运营上,零零嘴通过借鉴与自创,前期均采取自营打造模板,后期再进行加盟复制。

谈及未来,宋长镇表示,零零嘴零食连锁店是盼盼食品重要板块,盼盼集团对零零嘴进行项目立项,资源倾斜、全力支持,并设立了总规划。根据规划,今年底计划开设10家直营店,明年将开设10家直营店,至2024年底将开设200家。

中国品牌之都  
发布平台: 15880722026

领军品牌榜

LILANZ 利郎

361°

盼盼食品集团  
PANPAN FOODS GROUP

信泰集团  
SinceTech  
信泰·网布科技领航者

JINLONG 晋江  
取胜源于可靠  
WIN WITH RELIABILITY

KELME 卡尔美国际

舒华  
让运动更简单



凤竹纺织  
FYNEX TEXTILES

大黄蜂  
BIGWASP



小样! 搭|膳

MACHINERY  
HAINA 海纳机械

中国品牌之都

优秀供应商

发布平台: 15880722026

源泰皮业  
Sourcsafe 服务热线: 0595-85685062

茂泰鞋底  
MAOTAI SOLES

星达鞋材  
TPU热熔胶、高低温膜  
服务热线: 0595-85127511

JIANYOU  
健友皮革

佳龙机械  
JILONG

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台  
15880722026