

# 年輕人的胃 又撐起一家「蜜雪冰城」

3.9元的東方樹葉，4.5元的樂事薯片，1.8元的百事可樂……這些打到「骨折」的零食正在佔據年輕人的胃。

今年以來，以平價為賣點的量販零食店，正在下沉市場瘋狂擴張，「有時候一條街上就可能好幾家」。

11月10日，量販零食品牌「零食很忙」和「趙一鳴零食」宣佈完成戰略合併，零食很忙創始人晏周將出任新集團董事長。

雙方合併後一躍成為新的行業第一，而且按照今年的擴張速度，萬店規模指日可待。

零食界的「蜜雪冰城」，或許真的要來了。

## 反殺「零食刺客」

2017年，85後的晏周離開了房地產行業，殺入零食市場；兩年後，以創始人趙定之子命名的零食店「趙一鳴」也如雨後春筍般崛起。

2023年，量販零食行業成為了爆發力最強的零售賽道，零食很忙與趙一鳴零食的門店數量也飆升到了4000家、2500家，分列行業第二和第三，第一名是擁有4100家門店的好想來。

隨著零食很忙與趙一鳴零食合併，新集團門店總數將達到6500餘家，在規模上反超好想來，成為新的行業第一。

此次合併在行業內外都引發高度關注，與零食生意的走紅分不開。

憑藉著高頻次特性，零食消費正在慢慢變成一筆不小的開支。根據中商產業研究院統計，2022年中國廣義休閒零食市場空間超過1.5萬億元，近五年複合增長率超過10%。從消費量上來看，我國零食人均消費量僅2.15kg/人，約為日本的1/3，美國的1/6，具備廣闊的發展潛力。

鮑姆企業管理諮詢公司董事長鮑躍忠對分析，萬億零食市場的形成主要有兩點原因，第一是消費升級的拉動作用，第二與中國的特殊市場環境有關，供給端的豐富，結合零售端業態的不斷創新，形成了一個大市場。



不過在零食走紅的同時，消費者對價格的吐槽也越來越多。

今年3月，有網友表示在上海逛街時，在一家土特食品店遇到了自己很喜歡的話梅，結果一稱重，半袋話梅就要400元，堪稱「零食刺客」。

對比「零食刺客」，量販零食這一新業態主打價格實惠，也借此成為人們購買零食的新選擇。

便宜，是量販零食最大的特徵。在商超售價3元的可口可樂、4元的王老吉，在零食很忙門店售價分別為2.4元、2.5元。

根據東海證券測算，良品鋪子的客單價一般在60元左右，零食很忙的客單價僅為30元，僅為前者一半。

資深連鎖產業專家文志宏對表示，量販零食行業對高性價比的要求，本質上比拚的是高效率、低成本的供應鏈。

量販零食能夠保持低價，一方面源自於去掉了層層加價的經銷商環節，直接對接廠商，並以不壓款、零賬期獲取議價空間，並用數字化管理提高效率，加速周轉。

另一方面，量販零食更多採取「稱重制」，去掉了臃腫的包裝，讓消費者感知到實惠，增加消費黏性，從而更容易獲取流量。

同時，開店區域也是「農村包圍城市」。有數據顯示，8成以上的量販零食門店分佈在三四線城市及以下。相比一二線城市，下沉市場能節省更多的房租、人員成本，進一步壓低價格。

## 逃離內卷，抱團重製

不過隨著零食生意越做越大，內卷避無可避。

戰略合併之前，零食很忙就曾與趙一鳴零食發生過激烈的價格戰。據財聯社報道，今年以來，在湖南郴州、江西宜春、江西贛州等熱點區域曾出現「量販零食折扣戰」，零食很忙與趙一鳴更是展開了折扣上的「貼身肉搏」，折扣力度從剛開業的8.8折，到7.6折、7.2折甚至5.5折。

談及與零食很忙的競爭時，趙定也直言：「如果要去打的話，都是輸家，沒有贏家。」

事實上，從零食很忙和趙一鳴零食合併後分別發給加盟商的公開信看，雙方都提到了「減少內耗」的說法。

中國政法大學商學院副教授李維華告訴，價格戰是不健康的，也是不可持續的。不僅影響門店自身盈利情況、引發行業內耗，還會危及單體店、小連鎖、區域連鎖等中小微企業的生存與發展，也擠壓上游供應商的利潤、研發，甚至阻滯行業進步。

在鮑躍忠看來，當下的量販零瘋狂打折的戰略路徑可能「走歪了」。「零售商依然把自己當成市場的主導方去壓榨供應商，在零和博奕的內耗中並沒有創造新的價值。」

價格戰沒有贏家，這與量販零食的商業模式有關。

目前，量販零食門店大多採取「大牌引流、白牌盈利」的模式，即降低大牌產品如伊利、蒙牛、王老吉、可口可樂的價格，以吸引顧客；而在稱重產品中，加入大量小工廠生產的不知名產品。

由於缺少公開的價格對比，且下沉市場的消費者對價格感知高於品牌感知，因此這些產品往往給人一種「很便宜」的錯覺。

但便宜也是建立在採購量的基礎之上，企業的採購量越大，對上游供應商的議價權越大，產品價格就能壓得越低。

因此說到底，量販零食就是個薄利多銷的買賣。

根據之前良品鋪子轉讓趙一鳴零食股權的公告可知，今年1-6月，趙一鳴零食的營業收入為27.86億元，淨利潤7631萬元，淨利率僅為2.74%。

零售電商行業專家、百聯諮詢創始人莊帥對表示，同類企業合併大多是為了增加規模從而降低採購成本，提升價格競爭力，目前來看零食很忙和趙一鳴零食也是這種情況。

官方數據顯示，今年上半年零食很忙新增門店數超1000家；今年2-8月，趙一鳴零食新增門店數在1200家左右。合併後，門店總數達到6500家。照這一速度擴張，新集團距離萬店規模並不遙遠，屆時可以再次提高對供應商的議價能力。

其實縱觀量販零食行業，自2023年三季度以來，合併抱團、追求規模效應已非新鮮

事。

9月，萬辰生物將旗下四品牌正式合併為「好想來品牌零食」，並在同月收購「老婆大人」；10月，湖南「愛零食」宣佈控股「零食泡泡」，在此之前愛零食已經收購了「恐龍和泰迪」與「胡衛紅零食」等品牌；同樣是10月，廣東品牌「零食館」戰略整合當地品牌「零食麼麼」。

不難預見的是，零食行業即將迎來重製。

## 還能低價多久？

據悉，此次零食很忙與趙一鳴的戰略合併，是由零食很忙發起的，合併後的集團董事長也由晏周兼任。

根據合併公告，未來零食很忙與趙一鳴零食保持「三不變」：保留各自的品牌、業務獨立運營、治理結構不變。

李維華認為，雙方品牌保持獨立，可能出於兩方面考量。一是雞蛋不放在一個籃子裡，這樣更易規避成長風險；二是兩個品牌都有各自的粉絲，棄用對原有品牌資產損傷較大。

不過，考慮到之前零食很忙與趙一鳴是競對關係，這意味著一個商圈內的兩個品牌加盟店很可能處於「對抗」的競爭狀態。合併但不統一品牌，對於加盟商而言如何保障利益成為當務之急。

關於戰略合併後，集團在供應鏈整合、加盟商管理、競爭區位調整上會有怎樣的目標與計劃，零食很忙方面於11月11日接受採訪時表示，剛剛談完合併決定，具體的目標和計劃還沒有出細節。

11月12日，廣東湛江的某趙一鳴零食加盟商對表示，其實在10月底就已經聽說了雙方的合併消息，因此官宣後加盟商並沒有感到意外。

談及具體影響，他表示對自己影響並不大，因為沒有和零食很忙貼身競爭，但兩個品牌開在一起的門店需要做一定調整，「看總部會給什麼樣的補貼或者解決方案。」

合併或許還有一層深意，即長期低價策略不可持續。

誠然，在消費更加理性的當下，低價確實擁有更強的殺傷力，但如今的消費者早已進入「既要又要」的階段，平價的前提得是好物才行。

「長遠來看，量販零食行業的價格戰是不可持續的，消費者會更多注重產品的品質與健康」，鮑躍忠表示，「低價的把控一定程度上會付出產品品質或購買服務體驗作為代價。」

雖然量販零食讓人們找回了購買平價零食的滿足感，但在產品、體驗等維度難言盡善盡美。小紅書、微博等社媒平台上都不難找到對店家服務乃至於產品品質的吐槽。

零食很忙與趙一鳴零食的戰略合併，或許能在一定程度上改變這樣的情況。莊帥認為，長遠來看，規模帶來的效益是很明顯的，在收提升盈利能力的預期下，服務與質量可以得到極大的改善。

只是，「超級大買方」的出現，真的能幫消費者買到更划算的零食嗎？

2023年京東11·11媒體開放日上，京東零售CEO辛利軍表示，行業裡面出現一個奇怪的現象，原來是一個工廠養1萬個人，現在是1萬個工廠養一個頭部主播。

同理，量販零食行業一旦形成類似頭部主播的「超級大買方」，並同樣拿到了定價權，那麼年輕人還能吃到便宜的零食嗎？

對此，李維華認為，規模化優勢在一定時期內會影響終端定價，比如瑞幸就曾企圖如此。但行業的定價權很難拿到，因為總有新競爭者們存在，你一旦選擇漲價，那就一定會有企業迅速低價跟進。

## 《達圖爾傳》

### 第一部《菲國往事》

到約翰離任時，科爾斯特省的酒店餐飲業，建築業，商業，銀行信貸業幾乎都在達圖爾家族的控制之下。這使達圖爾家族能夠提供更多的就業機會，而在就業機會的提供上，優先考慮的自然是鷹教的教眾。這主要是因為在《卡諾長詩》的教化下，鷹教的教眾大多勤勞肯幹，忠誠可靠。首先走出科爾斯特省，業務遍佈菲尼亞全境的是伊文安保公司，再後來是阿貝托建築公司。

隨著卡諾大學二期建設的完成，洛格河水電站也正是投產發電。

卡諾大學吸引了全菲尼亞的學子爭相報考，而洛格河水電站不但保證了科爾斯特省的用電，富餘的電力還輸往鄰近幾個省份，這個項目為各位股東、投資者和達圖爾家族帶來了源源不斷的利潤。西奧和達圖爾家族增資了菲尼亞投資建設銀行，邁克則被聘為銀行總裁。為了彰顯達圖爾家族和阿貝托建築公司的實力，西奧在首都的哈利維雅灣旁邊興建了阿德米拉大酒店，還在首都的南郊興建了達圖爾莊園。

而伊志杰因其出色的工作表現，被約翰和菲尼亞事務委員會推薦為菲尼亞常駐美國國會的代辦，並享有在美國國會就菲尼亞事務的發言權。

這幸福的春天，精英們的幸福春天一共持續了40年！

第39章 題外話：美國與西班牙殖民統治的各自特點

西班牙在菲尼亞的殖民統治是：來復槍配十字架。

其採取的是總督、最高法院和大主教融為一體的，政教合一的殖民統治政策。西班牙佔領菲尼亞後，建立的是一個封建中央集權國家。它的殖民政策有著濃厚的封建色彩，殖民活動由封建王室直接控制，宣佈土地為國王所有，把土地封賜給官吏和教會，迫使當地居民象奴隸一樣勞動，為他們開採金銀礦產和種植土地莊園。貿易上實行壟斷政策，進一步壓榨殖民地的人民和掠奪殖民地的財富。然而，從殖民地掠奪來的大量財富並沒有在本國轉化為資本，用來發展本國工商業，而是被封建貴族和傳教士揮霍一空，以及用來鎮壓在各地不斷出現的反殖民主義革命。

1898年，美西戰爭以後，菲尼亞轉為美國的殖民地。殖民統治政策由原西班牙赤裸裸的殖民征服方式，轉變為更隱蔽的新殖民主義統治方式。政治上，與菲尼亞大地主、大資產階級力量分享政權。經濟



上，通過貿易、投資、借貸等方式將菲尼亞的財富轉化為資本。

美國統治菲尼亞初期，反殖民主義革命依然存在。為了平息這股思潮使殖民地牢固地依附於宗主國，美國採取了政教分離的新殖民主義統治方式。美國圍繞經濟擴張展開殖民統治，打破西班牙在菲尼亞舊有的統治秩序，將自己的三權分立體系移植到菲尼亞。行政權由總督行使，總督由美國總統任命，經美國參議院批准。總督有權任命地方官吏，批准或否決菲尼亞立法機關所通過的法案，並有權「監督和控制」全部政府機關。司法權授予法院，而法院的法官均由美國總統任命，經美國參議院批准。立法權屬於由菲尼亞人控制的參眾兩院組成的立法機關，但是最終決定權在美國總統手中。

首先，這改變了西班牙人不讓菲尼亞普通民眾參政的局面。

美國以民主、自由為名接納菲尼亞精英階層參與殖民政府的管理，並培養他們對美國政府的效忠。甚至任命兩名菲尼亞人常駐美國國會，他們代表菲尼亞人民就菲尼亞事務擁有發言權。通過一系列的權利法案，美國把資產階級才享有的民主、自由和選舉權擴展到了菲尼亞各個階層。1901年，美國麥金萊總統下令讓3名菲尼亞人進入菲尼亞委員會。到1903年，委員會9名委員中5名是菲尼亞人。1907年，菲尼亞舉行議會選舉，由菲尼亞人組成菲尼亞議會。在地方政府中，1910年省級官員的90%以上，鎮級官員的99%已由菲尼亞人擔任。1916年美國國會通過「瓊斯法案」進一步擴大菲尼亞人的參政權。