

奶站利薄竞争大 连锁经营有优势

深财坊

辽沈财经工作室

在居民区或者商业街开立的牛奶站，经营各种酸奶、纯牛奶、雪糕及饮料，品种几百甚至上千，光顾的市民不断，生意不错，很少有未消费的顾客空手而出。

沈阳汇集了多家大型牛奶加工企业，最新出厂的牛奶以最快的速度进入沈城的上千家奶站，供市民饮用，那么这些牛奶销售站点经营情况怎样呢？记者调查发现，牛奶零售利润较低，小型奶站销量小、品种少则赢利能力严重受限。

连锁奶站进货价格低，部分牛奶每箱加价仅3元即销售，以期在与周围超市竞争中占得先机。进入5月份，雪糕、饮料等品种销量会明显增加，能占到总利润的4成左右，这一段旺季将一直持续到明年春节。



吴迪与妻子正在接待前来购买牛奶的顾客。

牛奶销售员辞职 连开5家奶站

吴迪和孙晶夫妻俩在于洪新城经营一家小店，取名“利仁奶站”，面积仅有40余平方米，每天生意不断，挺红火，周围的店铺老板颇为羡慕，知道这两口子早出晚归，甚是辛苦，殊不知，这只是两人5家店中的一家，确实辛苦，但效益非同级别奶店所能比的。

吴迪今年37岁，十多年前，他是牛奶公司的销售业务员，每天奔波于全市的各家奶站，推销产品，送货收款，把牛奶销售的整套环节摸得一清二楚，“那时，无论大小奶站，都挺赚钱的，货送到了压根就不愁卖，竞争也小，店主守着小店都挺轻松”。

做了3年销售的吴迪看到开奶站的利润胜过做业务，正好妻子也没有特别合适的工作，他就在镜泊湖街租了一间20多平方米的小门市，买冰柜、购空调，投资几万元就把小店开起来了。

“没想到，我这一干就是8年，随着顾客的增加，经营品种也越来越多，店铺的面积太小了，根本摆不开，没多久就迁到了隔壁，面积几乎扩大了一倍，现在经营的品种接近两千，各种牛奶、包括酸奶、鲜奶、雪糕、饮料啤酒等，常见的饮品都有，让顾客一站式购全”，吴迪自豪地说道，作为社区奶站，能够拉近与顾客关系的只有做好服务，以最低的价格、最值得信任的品质，才能牢牢地锁住顾客，即便流动顾客，也要尽力让他们得到满意，以争取成为回头客。

吴迪的第二家奶站位于皇姑区，首店运营近两年时才成立的，正是看到了奶站较低的风险、稳定的收入才放手一搏的，目前分店各雇两名营业员，都有收款系统，每个月的营收一目了然。

“8年开了5家奶站，每一个店销售额有多有少，都赢利，已经形成规模优势，拉低了单品的成本，更利于各店的长久经营，所不同的是各店营业员的业务能力”，在吴迪看来，牛奶及饮料等是老百姓日常生活中的必需品，每个店都拥有各自的消费人群，这些消费人群的逐步扩大，使得购买力与日俱增，这也是奶站的生存之本。

3年牛奶销售业务员的经历，加上8年的奶站管理经验，吴迪在牛奶整个购销全流程中早已得心应手，成足于胸。

雪糕和饮料占奶站利润的4成左右

经营奶站有明显的淡旺季之分，且差别很大，每年春节过后的三四月份，是牛奶全年销售中的淡季，日营业额达七八千元，这两个月坚持过去，在“五一”前后，就开始步入旺季，一直持续到入冬，但销售最好、最忙的当属春节前后。逢年过节，走亲访友，精品牛奶制品是一项不错的选择，此时，百姓对牛奶的需求达到了顶峰，但节日过后，就是长达两个月的低迷期，“这段淡季，去除房租与人力成本，不亏就已经不错了”。

吴迪给奶站规定，营业时间为早8时至晚9时，上午时段顾客较少，主要客流集中在下午3时以后，上班族下班时段是一天中最忙碌的。由于奶站处于居民区的临街底商，主要服务对象就是马路两侧的居民。

为了让周边顾客及时了解奶站的新品以及最新优惠打折信息，吴迪很早就成立了社

区团购群，目前两个群的数百名成员都很活跃，线上结合线下，相互补充，没有广播喇叭，打折信息瞬间就传到了会员那里。

对奶站来说，最大的风险来自于牛奶的保质期，对保质期的把控是奶站成功与否的关键所在。经验是把握其间胜负的灵魂，进货数量、季节的变化，以及保质期的不同阶段都有各自不同的解决策略，“不能有任何失误，都要提前行动，保质期内已经过了三分之一的，就要做好心理准备，让利打折，如果剩的时间不多，那就保本甚至小亏赶紧清库存”。

5月份，气温升高，奶站的旺季来临，雪糕、饮料及啤酒等销量增加，这给奶站利润的提升增加了砝码。吴迪称，奶站经营如果单存依靠牛奶销售，毛利率低，很难维持赚钱模式，“相比较雪糕和饮料的毛利率会高一些，是奶站利润的重要支撑点，旺季时能占到4成左右”。

连锁奶站成本优势明显

奶站的投资小、门槛低，货品摆放之后，卖出去就行了，“如果以这个态度和思维来经营奶站，那很可能就会难以为继，想要赢利远没有这么简单”，吴迪称，如今的市场环境，与他刚入行时有了很大的变化，奶站数量增多竞争加剧，电商比实体店更低的价格等等因素，造成近年来有些社区奶站经营不善而关门。

吴迪称，他的5家奶站全部赢利的主要原因是集团优势带来的更低进货价格，等于抱团取暖。订货上千件，进价压低几个点，那就是多出来的利润，“我的进货价就可能比别的小店要便宜两三元钱，我再加两三元钱卖，和其他小店的进价差不多，我的销量就比别人快，资金周转也快”。

连锁店的销量大，与经销商都是上千件、整吨地订，洽谈时有主动权，照比小零售店获得更低的进价，加上年终的返点，合计起来，成本优势还是压倒性的。

成本低、见利就走，不压或少压成本，这些社区奶站的经营之道，吴迪早已驾轻就熟，牛奶的毛利率低，对于开在普通住宅小区的奶站来说，就更要选择价格低、百姓消费得起的品种，“高档奶价格高，利润也高，但走货量少，影响销售额，所以我的店虽然品种多，但都是各大品牌的畅销品，以价赢得顾客，以量赢得市场”。

吴迪以畅销的某品牌牛奶举例，前些年，每一件可以挣到近10元的毛利，如今每件只

挣3元，“日期好、价格低，顾客经过几次对比后记住了，下回他只要买奶就会到我这来，可能临走时又顺道买走了两样水果，单个顾客的消费额就会有提升”，在奶站门口有一个水果区，虽然种类无法与专业的水果店比，但都是常见的水果，“这些不追求利润，就是让顾客体会到方便”。

孙晶告诉记者，奶站平均日进客量在200人左右，挺忙叨人的，生意从小到大，付出了很多心血，全部身心都扑到店里了，没有时间照看孩子，只能由老人帮着照顾，“但单店想要做到特别优秀就太难了”。

小规模奶站需增加品类 提升营业额

“如果想指着开一家社区奶站月收入过万，这个主意就不要打了”，在大东区小津桥附近经营奶站的宋雪用亲身体验告诉记者，孩子上幼儿园之后她就辞去了原来早九晚五的工作，和爱人简单考察一番，就在家小区对面租下了一间不足20平方米的小门市，房租、冰箱、装修等共计投入了10万元，“不需要技术，进货之后往出卖就行了，但实际远比想象的难多了”。

开店前，宋雪一家人每个月在牛奶上的消费大约在300元左右，经常光顾的那家奶站生意也特别好，心想自己开店挣个工资钱指定不成问题，但经营的前两个月，她统计下来压根没剩钱，白忙活了。

经分析，每天的营业额仅维持在两三千元，去掉最基本的成本就毫无利润可言。早早关店指定不行，延长营业时间，增加品类才能让营业额有所提升。宋雪称，第一次开店还是经验不足，低估了经营的复杂性，“店的规模小，进价与普通超市对比没有优势，品种少、销量小，降价促销可能导致亏本，只能想办法扩宽渠道”。

宋雪的奶站处于多家超市的包围之中，存在价格竞争，比价后让好不容易积累起来的消费者很快又流失掉。

单体奶站的毛利低，加上低温奶存在损耗，宋雪及时改变经营策略，增加了鸡蛋、啤酒、饮料等品种，下一步还准备通过自制酸奶等品类，使营收能有起色，“但这又是一个新领域，菌多少不太好把握，但也要勇敢尝试，以此吸引顾客，相信很快会进入收支平衡阶段，争取下半年实现盈利，尽快收回投资”。

辽沈晚报记者 金国建 文并摄

智能指纹锁特惠火热进行中

安全升级，智能选择，为了解决传统门锁不方便和不安全的问题，即日起辽沈晚报开展ITLG智能指纹锁特惠安装活动。为读者送上智能门锁时代福利，解除后顾之忧提高晚报读者的荣誉感和幸福感。

ITLG指纹锁功能：钥匙+指纹+磁卡+密码手机远程开锁，低电量报警，瑞典FPC进口活性指纹头，指纹更加灵敏快捷，防猫眼，防小黑盒，自带门铃，USB临时充电口，人工智能芯片，超C级锁芯，可录入100个指纹。

优势：指纹解锁很灵敏，多项功能开锁，指

纹、密码、刷卡、钥匙都可以，安全方便操作简单，老人、小孩子都会使用，老人家总是把钥匙弄丢，换了这个指纹锁就不用担心进不去家门了，解决家中老人和孩子开锁复杂问题，参与特惠活动，即可享受以下优惠：

1.活动期间购买ITLG指纹锁标准版LG-P5(1180元)可享受4.3折优惠。购买豪华版LG-88Max(1880元)可享受3.8折优惠

2.七天免费试用，不满意全额退款。

3.全国联保，质保两年，免费换新。

安锁热线：024-22699309、18102448361