

我的梦想：亚洲超市

从亚洲超市到社区零食品牌，用热爱连接每一个味蕾。



为什么是亚洲超市？

传承与机遇



家族根基

多年经验积累，拥有选品经验，传承是最大优势。

市场机遇

零食消费持续增长，年轻一代对多元口味需求旺盛，市场空间广阔。

差异化定位

精选亚洲特色零食，打造“零食村”独特品牌记忆点。



品牌：天天购

品牌定位



天天都能买

高频消费场景，融入日常生活，成为社区好邻居。



全球好味道

汇集各地特色零食，满足多元文化背景的消费者需求。



价格亲民

平价策略，让每位顾客都能轻松享受高品质零食。

地理优势：选址在学校附近

黄金地段



小学至高中的学校周边，是零食消费的天然黄金地段。

→ 稳定客流

每日上下学高峰，天然形成稳定的消费群体。

→ 冲动消费强

学生群体零食购买决策快，复购频率高。

→ 口碑传播快

同学间推荐效应显著，品牌扩散成本低。

怎么确保客流量稳定？

策略与数据

通过精细化运营和数据洞察，我们致力于打造一个高复购率的零食消费场景。

1

高频复购率

预计**70%**的学生每周至少光顾门店**3**次，高黏性保障基础客流。

2

“天天购”特色

凭借“全球好味道”的独特选品，持续激发学生尝鲜欲望，不断带来惊喜。

3

价格优势

坚持“价格亲民”策略，让学生群体无负担消费，增强购买意愿和频率。

4

新品

每周都会上架新品保证新鲜感

案例

超市	国家	优势
Wing Yip	英国	欧洲华人超市代表，规模大、历史悠久
Tang Frères	法国	法国最大的亚洲超市之一，供应链完善
SeeWoo	英国	华人市场基础稳固，商品种类丰富
Go Asia	德国	德国亚洲超市连锁代表，扩张速度快



如何火起来



rednote



instagram

·使用互联网增加曝光率

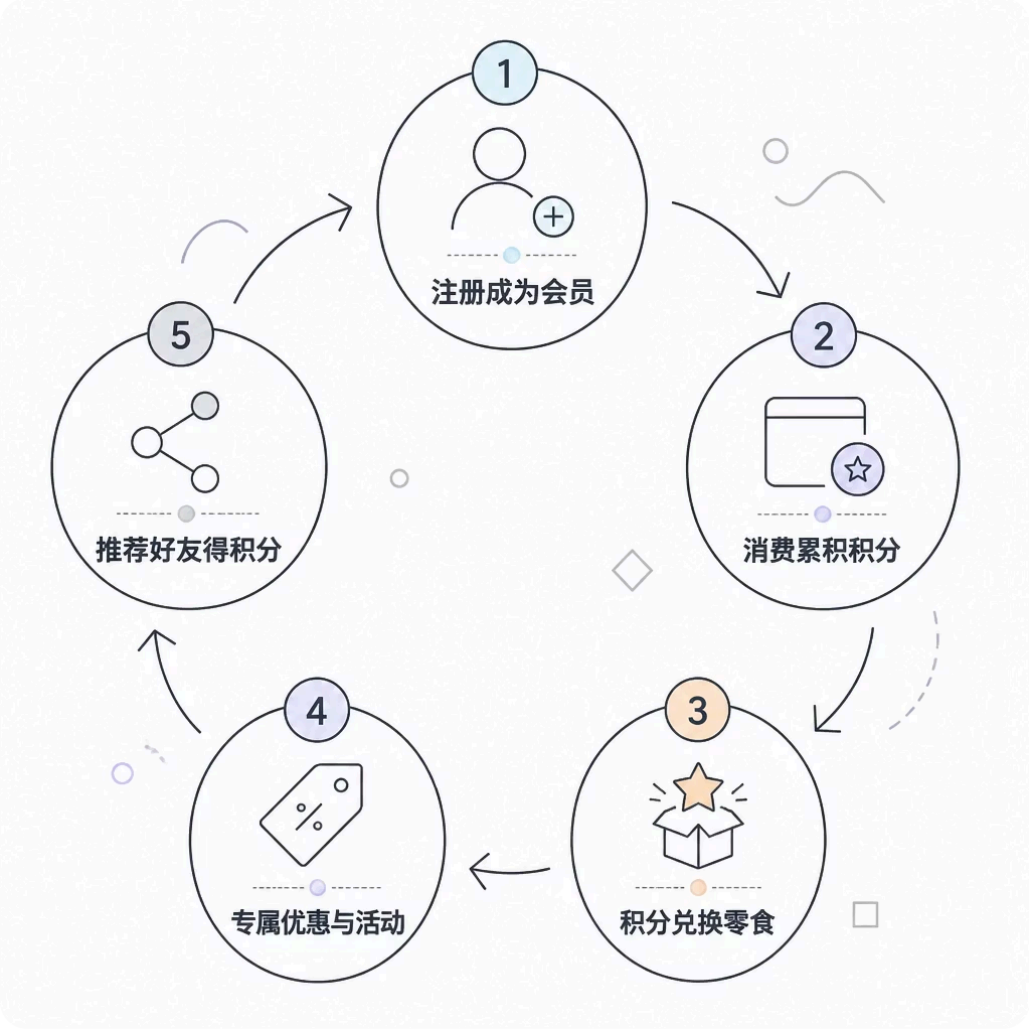
- 商品推荐
- 新品上架
- 限时优惠
- 门店展示
- 超市环境
- 员工日常

互动内容

- 粉丝问答

会员体系：积分兑换零食

用户粘性



积分兑换机制

每消费0.1€积1分，积分可直接兑换店内特色零食，让每次消费都有回报。

- 🎁 积分兑换专属零食礼包
- ★ 会员专享折扣与新品尝鲜
- 👥 推荐好友得双倍积分
- 📅 生日月专属福利
- 🛍️ 可定制会员卡

启动资金：灵活投入，稳健起步

投资规划

€30K

最低启动

小型店铺，精选SKU，快速验证商业模式。

€200K

理想规模

标准店铺，完整会员体系，品牌全面落地。

6月

回本周期

目标运营效率下，预计6个月内实现资金回笼。

☐ 资金区间设计灵活，可根据实际情况分阶段投入，降低初期风险。

短期目标：1—6个月

会员积累

第1个月

开业促销，地推引流，目标< B>50名种子会员。

第2—3个月

积分体系上线，口碑扩散，会员达< B>120人。

第4—6个月

稳定运营，活动促活，完成< B>200会员目标。

中长期发展目标

成长路线图

1年目标

日营业额达 **€30,000—€100,000**，会员体系成熟运转，品牌认知度显著提升。

5年

供应链体系成熟运行，分店覆盖全国。

1

2

3

3年目标

开分店。

€100K-€200k

日营业额峰值

总结：我们的零食，我们的未来

从家族传承出发，以学校周边为据点，用积分会员体系凝聚顾客，用全球好零食点亮每一天。



热爱驱动

家族情怀是核心动力



精准选址

学校周边黄金地段



会员粘性

积分体系留住人心



稳步扩张

5年连锁宏伟蓝图

感谢聆听+Q&A:))))))))))

问问题的人是gay🤔