

SPAR 嘉荣 广东嘉荣超市有限公司 主办

SHARE

分享*

14
2019.12

SHARE.COM



第十四期

SPAR 嘉荣 | 广东嘉荣超市有限公司主办

SPAR广东网址: WWW.SPAR-GD.CN SPAR中国网址: WWW.SPAR.CN
广东嘉荣网址: WWW.JIARONG.CN

SHARE
分享 14



顾问
胡近泰 梁仲华 梁云峰 梁玉华

主编
胡近泰

执行主编
李蓉

文字编辑
韦徐峰 吴世群 谢巧玲

美术编辑
陈士叶

特别鸣谢
中国SPAR

品牌部联系地址
东莞市南城区银丰路2号4楼

邮编
523071

电话
0769-22416708

传真
0769-22416661-116

E-mail
chb@jierong.cn



广东嘉荣超市有限公司 主办

SPAR广东网址: www.spar-gd.cn
SPAR中国网址: www.spar.cn
广东嘉荣网址: www.jiarong.cn

Editor's words

编者的话

尽管2019年零售江湖十分动荡,多家零售商被收购的消息不断,但表现甚佳的传统零售也并不在少数。根据数据统计显示,2019年嘉荣SPAR继续保持强势增长,大力开拓新市场,积极发展供应链,实现稳步扩张。

随着零售行业与大数据等数字化技术的融合深入,物联网给零售环境带来冲击的同时,也助力了那些顺应时代发展、把握机遇、不断创新的传统零售保持着强大的竞争力,更是利用数字化技术进一步强化自身地位。嘉荣SPAR通过与这些新技术不断融合,加快信息化发展,搭建仓、配、售一体化的完整电商能力,实现数字化升级,为顾客提供线上线下一体化、更高品质、更高性价比的消费体验,满足新中产人群及家庭用户在零售领域的消费升级需求。本期我们将介绍嘉荣SPAR在新一代门店的探索,还有嘉荣SPAR在营销创新方面的尝试。

2019年,嘉荣迎来了27岁生日。毋庸置疑,作为第一代本土零售企业,嘉荣在27年时间里书写了本土行业的传奇。在27岁的关口上,嘉荣SPAR用一场盛大的庆典,总结并探讨未来的发展之路。在内外焦灼的市场环境中,嘉荣SPAR不仅要创新、去除僵化,而且还要应对来自不同维度的竞争。在本期的店庆专版,我们详细记录了嘉荣SPAR下一程的宏伟蓝图。

作为全球最大的自愿连锁品牌,SPAR依然在全球加速扩张与布局并通过一系列的营销活动,不断提升品牌的知名度,延伸自己的品牌价值,为这个拥有87年历史的品牌再添新精彩。

从起点到新的起点,嘉荣SPAR的脚步从未停止。未来,嘉荣SPAR继续向前发展,通过更加紧密的国际合作,不断发展壮大,实现同行共赢。

前路不易,但未来可期。

CONTENTS

目录

发展

DEVELOPMENT

嘉荣SPAR稳健增长多元化布局全面发力	04
新一代食品超市精彩亮相	07
嘉伴生活超市加速发展加盟业务	10
母婴版图再添精彩	12
嘉荣SPAR携手元初食品 开拓全新市场	14
嘉荣SPAR成立供应链公司	16
嘉荣SPAR与苏宁易购、中粮粮谷等企业签署战略合作协议	17
增量·共赢——嘉荣SPAR2019年合作伙伴交流大会盛大召开	18

专题

SPECIAL TOPIC

一路相伴追光前行	
嘉荣27周年庆	22

营销

MARKETING SECTION

玩转“花式”营销 嘉荣SPAR积极探索品牌创新升级	37
首届“嘉荣杯”松山湖 城市定向挑战赛激情开赛	39
近千名舞林好手决高下 嘉荣杯广场舞大赛隆重上演	41
嘉荣SPAR联合主办第三届仲恺梦想秀	42
关爱烈日下最可爱的人	43
献礼国庆 嘉荣SPAR举办“我和我的祖国”少儿绘画大赛	44
嘉荣SPAR助力小金钟 万千少儿唱响音乐梦	45
超级明星奶爸刘耕宏亲临嘉荣SPAR超市星河城店	47
“微爱集善”助力贫困学子圆梦	48
嘉荣SPAR持续扶持“新候鸟计划”	49

璀璨

BRILLIANT YEARS

潘文祥：我们要学会逆势而上	55
传承嘉文化 做幸福嘉荣人	58
关爱员工子女嘉荣SPAR为员工颁发教育基金	60
“嘉荣商学院”网络在线平台上线	61
嘉荣SPAR举办生鲜初级技工培训班	62
嘉荣SPAR开启“全员合伙”新征程	63

望外

VIEW WORLD

国际 SPAR

第64届SPAR国际年会在斯洛文尼亚举行	65
2019年SPAR物流与信息技术峰会圆满举行	69
SPAR进驻科索沃市场	72
SPAR续约欧洲田径协会主赞助商	73
匈牙利SPAR开展创新产品竞赛活动	75
泰国SPAR组织自有品牌大赛	75
西班牙SPAR推出新的营养应用程序	75
法国SPAR为零售商带来全新数字技术服务	75
关注儿童肥胖问题意大利SPAR积极采取行动	75

望外

VIEW WORLD

中国 SPAR

2019年 SPAR中国新开33家门店	77
SPAR中国供应链采购圆桌会议在沪举行	78
SPAR中国考察团访问SPAR克罗地亚	79
SPAR中国参展2019 CHINASHOP	80

聚焦

INDUSTRY FOCUS

SPAR榜样人物：北爱尔兰SPAR 皮特·麦克布莱德	82
364个社区商业样本数据	84

发展 Development



嘉荣SPAR稳健增长 多元化布局全面发力

站在2019年的末尾回望近一年的拼搏与奋进，嘉荣无愧于自己年初立下的目标。

2019年，在市场增速开始放缓、行业竞争日益激烈的市场环境下，嘉荣坚持精选深耕的布局战略，稳步发展，在积极拓展以东莞为中心的粤中大区的同时，加速发展粤东大区，同时推进粤北、粤西大区的落地，实现嘉荣SPAR“四大区”发展战略布局。

截止2019年12月，嘉荣SPAR新开设大卖场/食品超市10家、喜伴生活超市11家、嘉荣宝贝4家，新开购物中心1家，多家百货实现焕新升级，携手元初食品成立合资公司并开设3家门店。旗下门店遍布广东地区十二大城市及湖南郴州，一路斩获十余项行业大奖，并连续7年在中国连锁经营协会(CCPA)发布的《2018年中国连锁百强》榜单中稳居行业TOP76，综合实力与日俱增。

嘉荣SPAR首进韶关 开拓粤北市场

2019年3月27日，韶关市嘉荣超市有限公司正式挂牌成立，标志着嘉荣SPAR正式入驻韶关，开拓粤北的步伐正在加速。

韶关分公司将全面负责韶关、清远和肇庆三大地区的业务拓展，同时将不断向湖南及其周边省份城市辐射。

发挥龙头优势带动当地农业发展

韶关地处粤北地区的中心位置，拥有独特的地理优势，随着港珠澳大桥的建成通车，韶关连接粤港澳大湾区和粤北地区的区位优势及枢纽作用更加凸显，在粤港澳大湾区的发展新格局中，焕发无限魅力。

近年来，韶关农业生产条件得天独厚、优质农产品种类丰富的先天禀赋加快释放，在满足韶关本地市场需求的基础上，每天都有大量优质特色农副产品运到各地，深受消费者欢迎。

作为广东本土龙头零售企业，嘉荣SPAR一直将韶关视为重要的战略市场，充分利用自身优势，助力韶关农业发展，促进当地经济发展。早在2018年9月，嘉荣SPAR便与韶关市政府签署韶关农产品采购意向合作协议。目前，嘉荣SPAR与当地农户达成项目合作，涵盖黄金奈李、天堂小黄姜等当地名产。每天，嘉荣SPAR超市蔬菜种植基地都进行采摘，经过低温预冷、分拣、包装、安全检测等层层把关，来自粤北韶关的新鲜蔬菜1天内就能送到珠三角市民的餐桌上。

未来，嘉荣SPAR也将发展更多韶关区域高品质、高性价比

的农产品，源源不断从田间被输送到消费者的餐桌。此外，嘉荣SPAR也将把其他地区特色、优质的产品带进韶关，给韶关市民更多购物选择。

致力成为最受顾客信赖的首选品牌

今年下半年，嘉荣SPAR粤北地区首家门店将落户韶关摩尔城，经营面积约为10000多平米，配合摩尔城其他丰富业态，共同打造粤北新一代的商业旗舰，满足当地居民生活和消费更新换代的需求。此外，8月21日嘉荣SPAR与清远阳山县粤兴城市广场成功签约，进一步扩大粤北商业版图。

此次粤北分公司的成立，是嘉荣SPAR战略布局上的重要一环，未来嘉荣SPAR持续深化市场，精细化运营，强化门店、商品、供应链等各环节的创新，实现成为门店所在区域周边居民喜爱和信赖的首选品牌。



嘉荣SPAR茂名分公司成立 布局粤西市场

2019年5月24日，茂名市嘉荣超市有限公司正式揭牌成立，这是继今年3月份嘉荣SPAR在韶关分公司成立后又一家分公司成立，标志着嘉荣SPAR又一次市场战略征程的起航。

茂名分公司成立 加快布局粤西市场

5月24日上午11点，茂名市嘉荣超市有限公司正式成立。广东嘉荣超市有限公司副总裁、粤西区公司董事长谈云峰，粤西区公司副总监王涛及嘉荣SPAR总部各部门负责人等亲临现场，为新公司揭牌。

嘉荣超市茂名分公司作为嘉荣SPAR在粤西发展的重要据点，将全面负责江门、阳江、茂名、湛江、云浮五大地区的业务拓展，同时大力发展海南、广西及其周边省份城市。一方面，嘉荣SPAR将会充分发挥总部的统筹、统配、统销优势，成为茂名分公司最坚实可靠的后盾保障，进一步提升茂名嘉荣在当地行业发展的资源优势。另一方面，嘉荣SPAR则希望把更多优质商品和服务，分享给茂名的广大顾客，接受市场更高要求的检验，同时也期待着与茂名零售同行互相学习，共同发展。

依托当地资源创新经营模式

茂名市地处粤西，素有“粤西明珠之称”，是粤西第二大城市，一年四季都盛产水果，荔枝、香蕉、龙眼驰名中外，享有“中国荔乡”、“全国水果第一市”和“化橘红之乡”等众多美誉，是“中国最大的水果生产基地”。

茂名分公司将通过创建新的经营模式，依托当地特色资源，制定地方特色农产品开发引进计划，搭建B2B业务模式，满足当地

顾客多样化的需求，提升茂名市民的生活幸福感。

今年10月，茂名市嘉荣超市有限公司与广东壹城商业管理有限公司签署协议，正式收购壹城商业广场，该项目被打造成集超市、百货、餐饮、电影院、儿童乐园于一体的休闲购物中心，满足茂名化州消费者在家门口即可享受一站式时尚购物体验。此外，嘉荣SPAR超市茂名羊角店、茂名电白万达广场店也在紧张筹备中，即将迎来盛大开业。与传统超市不同的是，这些新店将引入更多新鲜元素，增加熟食经营面积的同时引进更多新品，为消费者提供多元选择。

未来，茂名区域也将有更多高品质、高性价比的农产品，源源不断从田间被输送到消费者的餐桌。

市场潜力巨大大有可为

近年来茂名市消费规模不断扩大，据数据显示，2018年茂名市社会消费品零售总额1541.37亿元，同比增长8.5%。但一站式消费的大型商业综合体却相当稀缺，消费需求很大，因此充满发展活力的茂名地区将成为未来嘉荣SPAR重点开拓、深耕发展的重点区域。茂名分公司将会以茂名中心城区为主，不断向周边区域辐射，12月份将有多家门店相继开业。

近几年，嘉荣SPAR以珠三角为中心，逐步向粤北、粤东、粤西市场拓展；在此过程中，嘉荣SPAR不断精细化经营和精准管理，强化门店、商品、供应链等各环节的创新；在未来的发展道路上持续秉承“优鲜嘉荣优生活”的品牌主张，致力为消费者创造更美好的生活。



新一代食品超市精彩亮相 引发全城关注



“终于开门啦！”2019年10月12日早上7点，聚集在天安数码城D区的人潮直奔嘉荣SPAR超市里。

10月12日，嘉荣SPAR超市天安数码城店盛大开业。这是嘉荣SPAR精心推出的又一家食品超市，首次在店内推出海鲜现场加工服务，吸引了大批消费者入场尝鲜。

嘉荣SPAR超市天安数码城店位于东莞市南城区天安数码城D1区。作为嘉荣SPAR推出的新一代精选食品超市，嘉荣SPAR超市天安数码城店主打高品质、健康类食品，力求为附近居民提升生活质量，满足居民日常需求。同时，店内推出一系列贴心服务，在满足社区家庭生活所需的同时，也为都市中繁忙的消费者提供更符合生活节奏的喜悦、健康生活新体验。

最潮食品超市 网罗全球优质商品

虽然天安数码城店营业面积仅为603m²，但却藏了一整个世界的精品。这里网罗来自全球的4700多种商品，水产海鲜、时令新果、面点小吃、水吧饮品、肉禽蛋品、米面粉油、休闲食品、日常用品等，一应俱全，应有尽有。

店内的商品虽都为品质之选，但价格并不会让人产生“土豪才买得起”的距离感。相反，0.99元一根的玉米、1.39元一斤的冬瓜、4.5元一份的杀树菇、14.9元一份的排骨，诸如此类，品质与实惠兼具，非常符合小区居民的生活品味。



在天安数码城店，新国货、网红单品、进口商品占比达70%，能找到很多普通市面上没有的商品，种类之多，逛足半天也逛不完。嘉荣SPAR自家烘焙产品，榴莲千层、流沙芝士烧、网红肉松团子、豆乳盒子……不少年轻的顾客看到都挪不开脚步。

此外，嘉荣SPAR超市天安数码城店大部分食材都是以一两瓶的小分量盒装或袋装售卖，方便独居的上班族省去买多菜的浪费，每天都吃新鲜的，精心清洗并切配好的厨房净菜，让消费者省力又省心。



优质生猛海鲜 现捞现做现吃

要说天安数码城店最大、最吸引人的一点，莫过于它比之其他超市品类更繁多的海鲜水产。不少顾客，一进超市都是冲着它那片海鲜区去的，像帝王蟹、波士顿龙虾、小青龙、大红龙这样的生猛海鲜，不仅有普通门店里见到的“一手抓size”，还有躺在“贵宾水箱”里的“超大size”。开业期间，小鲍鱼1.9元/个，多宝鱼39.9元/条，小青龙78元/只……价格非常亲民，每个海鲜缸前都围满了挑选的人。

不仅如此，现场的海鲜食品加工区还提供大厨加工服务，顾客即买即食。据悉，10月海鲜加工全免费，非常划算。蒜蓉粉丝波士顿龙虾、蒜香帝王蟹、法国生蚝……这么一顿海鲜大餐，得来全不费功夫。许多尝鲜的顾客表示，味道咸淡适中，充分体验到食材的鲜味。

店里还设有特色水吧，水吧饮品都是每日现榨现做，选用当季新鲜水果，无任何添加，所以更有滋味。不用挑，随便拿起一瓶都不会失望。还有寿司、牛扒等……在这里让消费者体验到更有态度的生活。



自助购买 便捷服务超贴心

嘉荣SPAR超市全程覆盖免费WiFi；店内提供自助收银，顾客把商品放在机器上扫码，就可以完成支付，任何一个付款端口都可以结账。针对不太会使用手机买单的人群，店里还没有专门的现金通道。

店里还提供免费处理水果服务，开榴莲、开椰子……通通不用消费者费心。休闲就餐区设有洗手台，挑海鲜脏了手随时都能洗。值得一提的是，门店设有多个出入口，顾客可探索不同的购物路线。

开业期间，福利多多。除了多款商品推出超任优惠价，活动期间，顾客注册新会员，系统将自动推送一张西瓜汁买单券，凭券在水吧区可领取一杯鲜榨果汁；此外，会员顾客在店内购物满88元，可领取一张10元无门槛水产券，凭券可以享受优惠活动。

随着消费升级，嘉荣SPAR积极变革创新，食品超市应运而生，门店不断迭代更新，力求满足顾客群体不断变化的消费需求。按照规划，接下来将更多食品超市相继开业，为更多消费者带来更优的购物体验。



喜伴生活超市 加速发展加盟业务

近年来，中小型零售业态变得更加活跃，尤其是贴近社区的中小型生鲜超市越来越受追捧。作为实体零售的行业龙头企业，嘉荣SPAR顺应时势，不断整合零售资源，开启小型业态——喜伴生活超市加盟新模式。自2018年12月份启动喜伴生活超市加盟生意以来，成绩斐然，截至2019年12月中旬有8家加盟店成功开业。

2019年4月10日，喜伴生活超市迎来了首家加盟店——麻涌信鸿熙岸店盛大开业。这是嘉荣SPAR具有里程碑意义的盛事，它意味着公司正式开启小型业态“加盟”新模式。麻涌信鸿熙岸店经营面积达180平米，跟其他喜伴生活超市一样，麻涌信鸿熙岸店主营精品水果、粮油调味、酒水饮料、日用家居等类别，满足周边居民日常所需。

在首家加盟店成功运营后，喜伴的加盟生意开始向其他城镇扩张。在之后的8个月时间里，喜伴生活超市虎门碧桂园店、虎门国际公馆店、石碣碧桂园店、西平世纪城二店、宏远汇龙湾店、桥头凯达店、松山湖碧桂园店相继开业，助力小型业态门店快速扩张。

自2008年喜伴生活超市首家门店开业以来，迄今嘉荣SPAR团队拥有超过10年的运营管理经验，对门店的店铺布局、商品管理、营销规范等方面都有独特的见解和成熟的经验，发展出一套具有弹性而多元的加盟系统。“我们会在合适的地区选择了解当地市场并且对零售有兴趣，愿意和喜伴共同成长的公司或者个人作为加盟商的方式，与我们合作拓展便利店业务。”尽管加盟生意开发还在不到一年，但已经被列入企业发展规划中，将

成为嘉荣SPAR小型业态门店发展的核心策略及扩张模式。

除了大力发展加盟业务，喜伴生活超市直营店也在积极扩张。2019年，喜伴生活超市黄江花样江山店、高埗汇龙湾店、樟木头锦多宝店三家直营店相继开业，进一步巩固嘉荣作为本土零售品牌的领先实力。

伴随更多小业态门店渗透到消费者身边，喜伴生活超市愈来愈受到消费者的欢迎与期待，在未来喜伴将以更加积极的姿态进行拓展，在保持二三线城市优势的基础上，加速在一二线城市的扩张，持续为消费者传递“品质生活、喜悦相伴”经营理念，成为社区居民的生活好邻居。



母婴版图再添精彩 今年新增4家店

随着80、90后家长的比例增多，儿童业态的消费需求也日益多元化、个性化，嘉荣旗下母婴品牌“嘉荣宝贝”审时度势，再度发力。2019年9月28日，嘉荣宝贝东江之星店盛大开业，这是嘉荣宝贝于2019年开设的又一家门店。

嘉荣宝贝东江之星店 全方位满足顾客需求

嘉荣宝贝东江之星店位于东莞市鸿福路万江路段8号东江之星首铸万科3楼，营业面积约167平米。门店主要经营0-6岁宝宝及准妈妈的全系列孕婴童商品，经营品类涉及食品、纸品、服装、日常用品、玩具、童车床等近万种优质母婴用品，提供宝贝成长所需的全部商品解决方案，满足家长们的一站式购物需求。

嘉荣宝贝东江之星店还为顾客提供专业的育儿服务，这里有自己的母婴智囊团，来为处于孕育期的父母提供免费的咨询，全方位满足母婴群体的情感需求。嘉荣宝贝东江之星店的开业，将陪伴

更多的家庭享受宝宝成长的乐趣，并将见证一个又一个小宝贝的快速成长，同时也将一如既往将“微笑育儿”理念向更多的家庭传播，家长在家门口就可以享受到高品质的育儿服务。

2019新增3家门店 高效打造新店

今年，嘉荣宝贝开设长安万科店、长安万达广场店、东江之星店、汇一城店4家门店，营业面积在100-200平米不等。从签约入驻、门店装修到正式开业，嘉荣宝贝总能用最快的速度呈现出最佳的效果。

“安全感”一直都是消费者给予嘉荣宝贝的标签之一，其背后，是嘉荣宝贝对门店形象和空间打造的高要求。除了拥有商业体需要的速度、效率、执行力和美观度，嘉荣宝贝在每个门店的空间打造上，也有着自己的坚持。



为了保证每一位孩子的“安全性”，嘉荣宝贝对每个门店都进行全方位的光触媒除醛治理。店面地板采用进口环保PVC材质及自流平技术，不仅更加美观耐磨，还能起到很好的防滑效果，保证幼童行走安全。门店内一应俱全的一线大牌母婴用品、专业的服务陪伴让每一个来到嘉荣宝贝的顾客都体验到“高级感”和“尊贵感”。

加快拓展步伐 力争遍地开花

深入于细节的专业化运营，带来了高频次复购。嘉荣宝贝自2015年8月首家门店开业以来，市场热度始终不减，反而稳定攀升。越来越多的优质商业中心邀请嘉荣宝贝进驻，可见嘉荣宝贝并非昙花一现的“网红店”，而是可持续发展的“实力派”。

目前，嘉荣宝贝已经在东莞、惠州开设多家门店。凭借在两广区域的母婴渠道发展战略布局突出，“嘉荣宝贝”在中童传媒、新零售新母婴、广东省孕婴童用品协会等单位主办的“2019年度中国母婴新力量·两广榜样”荣获“年度新主流奖”，成为母婴渠道的中坚力量。

经过了4年的探索、沉淀，嘉荣宝贝发展得越发稳健，接下来还将有更多门店开业。未来，嘉荣宝贝的遍地开花，诚然可期。



嘉荣SPAR携手元初食品 开拓全新市场

2019年5月16日，广东嘉荣超市有限公司与厦门元初食品联手创办的深圳市元初食品公司两店齐开，位于深圳福田区的深港一号店及南山区的绿海名都店同日面世。早在2018年9月，广东嘉荣超市有限公司即与元初食品签署了合作框架协议，并于2019年3月19日在深圳联合成立了合资公司，发挥各自的优势资源，共同开拓深圳市场，服务深圳追求高品质食品的广大顾客。

联袂元初 进军深圳

嘉荣SPAR在广东深耕多年，对于广东市场一直有着深刻的洞察，并且依托国际SPAR超过80年的零售运营经验，准确把握消费者对潮流与生活品质追求的新趋势，向消费者提供独特的现代化购物体验，目前已在广东地区十二大城市拥有超过百家门店。

作为嘉荣的战略合作伙伴，元初食品超市2011年在厦门起步，依靠独具特色的经营理念和对产品的严苛标准，成为本地高品质社区生鲜店中的佼佼者，2018年元初在厦门地区服务零售顾客近千万人次。

经过多番交流、深入了解后，嘉荣SPAR于2018年与在企业文化、经营理念高度一致的厦门元初食品正式达成合作关系，双方在深圳正式成立了合资公司，整合双方资源，实现优势互补、互利共赢。



双两齐开 闪耀鹏城

5月16日，元初食品深港一号店及绿海名都店在热闹的醒狮表演中双双开业。这是嘉荣SPAR携手元初食品在深圳市场开发的第一和第二家门店，围绕社区居民消费需求，致力于为热爱烹饪、关注安全食品和关注健康的家庭提供健康三餐食材。

元初食品的经营范围主要以生鲜和食品类为主，除了满足正常的购物需求，店内搜罗了来自世界各地的商品——其中包含新鲜的蔬果、高品质肉类、进口健康食品和时尚生活用品。整个超市以暖色基调为主，区别于传统超市的亮色系，营造出舒心明亮而不刺眼的购物气氛。

与本地其他超市有所不同的是，这家店里自有品牌商品所占的比例非常高，并且在超市的各个角落不断地介绍着自己的企业和商品定位：健康三餐提供者，坚持最大程度原生态、少处理、少添加。

两家门店还同步上线“元初到家”微信小程序，“元初到家”以实体门店为依托，满足现代都市人群享受线上周边购物和服务，快速送达、便捷生活的需求。

前景可期 未来可期

深圳是一个开放、包容和多元的移民城市，年轻人多，城市活力高，民营经济活跃。面对发展迅速、充满活力的深圳市场，嘉荣SPAR将携手元初食品不断推陈出新，为顾客奉上优质商品和贴心的购物体验，契合年轻消费者的多样化需求。

继5月16日两店同开之后，6月21日，深圳元初第三家门店——诺德假日店盛大开业，门店位于深圳南山区。未来，将有更多门店落地深圳。



嘉荣SPAR 成立供应链公司

2019年4月1日，嘉荣SPAR供应链公司正式成立，标志着嘉荣SPAR供应链发展翻开了新篇章。

在零售模式不断迭代更新的时代，供应链管理是当前决定企业竞争力的重要力量之一。早在2010年，嘉荣SPAR就在国际SPAR的支持下建造华南区行业内最大的全温度带物流配送中心，建立起规范的运营标准以及物流供应链配送体系，整合核心上游供应链资源，优化商品结构，降低商品成本。

自2009年以来，嘉荣SPAR积极参与到对供应链变革的探索中，打造优质供应链体系，优化操作流程，让供应链效率更高，成本更低；通过无纸化作业与SOP制定与确认，利用APP系统，优化操作流程，提升门店收货效率；通过数字化创新给物流供应链和

信息技术带来积极影响，启动物流温控体系建设，保证冷链国际存储送货标准，将实现供应链冷链温控100%全覆盖。此外，嘉荣SPAR通过制定科学的定价体系、优化门店订货流程、完善后台管理系统等举措，成功打造数字化优质供应链。

为进一步提高企业供应链能力，今年4月，嘉荣SPAR正式成立供应链公司。供应链公司总监胡国明表示，供应链公司将以满足顾客和门店需求为使命，努力打造成为门店最大的服务商。

此次嘉荣SPAR成立供应链公司，是嘉荣SPAR在供应链方面的又一重要布局，意味着嘉荣SPAR顺利打造一体化产业链平台，为全产业升级发挥强力支撑作用。嘉荣SPAR将积极发挥供应链优势，实现供应链公司多方获益、价值提升的多赢局面。



嘉荣SPAR与苏宁易购、中粮粮谷等企业 签订战略合作协议

整合资源，优势互补，凝聚合力，蓄势待发。2019年，嘉荣SPAR全面发力，分别与苏宁易购、中粮粮谷、达美乐披萨、凤巢公司建立战略合作伙伴关系。

1月23日，嘉荣SPAR与苏宁易购签订了战略合作协议，未来双方将会重点在苏宁零售云项目以及苏宁小店的生鲜供应、未来前置仓等多个模块开展深入合作。此次嘉荣SPAR同苏宁易购集团进行合作，将借双方所长在多个领域实现优势互补，对双方业务落地、拓展业务深度起到良好的推动作用，进一步提升双方客户的体验感和品牌价值。

3月28日，嘉荣SPAR与中粮粮谷营销公司签署了战略合作协议。双方将通过建立战略合作、协调资源配置等方式共谋发展，在

信息共享、品类管理、线上推广及资源投放上加强合作，以促进双方市场地位和综合竞争力的增强，达到双赢的目的。

此外，依托供应链的先进技术与资源优势，嘉荣SPAR不断开发新的市场，成功与美国达美乐披萨华南工厂、贵州凤巢蛋品加工厂等知名企业签署了战略合作协议和物流合作协议，双方在市场营销、产业、第三方物流等领域开展深度合作。借由各自网络及业务特点，实现资源共享，优势互补，共同促进双方产品与服务的延伸和发展，形成更大的市场布局。

联手合作，大家获益。在共同合战略合作愿景下，嘉荣SPAR与各大企业协力发展，互惠共赢，一起开启事业新篇章。



增量·共赢

嘉荣2019合作伙伴交流大会召开 共话美好新蓝图

2019年3月29日，以“增量、共赢”为主题的嘉荣SPAR2019年合作伙伴交流大会盛大召开，来自全国近600名重点合作伙伴齐聚梅嘉荣江景会议中心，大会围绕当下供应链变革趋势、零售发展前景等进行深度探讨，聚焦消费升级背后的机遇与挑战，共商合作新机遇，共创消费新增量，共谋发展新篇章。

共创“赢”绩：生意业绩实现新跨越

在整体经济增长放缓的大环境下，2018年嘉荣SPAR旗下各生意仍保持良好的发展态势，其中新开门店12家，整改门店13家，业态创新、零售业绩等方面均实现新突破。值得一提的是，2018年嘉荣SPAR大幅提升门店标准，推动百货品牌升级，借力新技术实现智能场景应用。同时，嘉荣SPAR还联合合作伙伴开展

了一系列品牌营销及社会公益活动，共同提升社会价值。

广东嘉荣超市有限公司董事长胡近泰率先发言，对于2018年嘉荣SPAR的发展表示肯定，并强调嘉荣SPAR的成长离不开合作伙伴的支持，嘉荣SPAR与合作伙伴是相互依赖、不可分割的命运共同体。本次主题为“增量、共赢”，胡近泰董事长认为，合作是手段，增量共赢是目的，期望与合作伙伴共同努力，深挖增量价值，为消费者创造更美好的品质生活，最终实现业绩增量。

嘉荣SPAR将与合作伙伴构建更紧密的合作关系，凝心聚力，同行共赢。2019年，嘉荣SPAR将推动落实四大区发展，立足广东、辐射外省，此举将为广大合作伙伴提供更广阔的合作空间，进一步实现增量共赢。此外，2019年嘉荣SPAR将携手合作



伙伴，持续打造优质商品池、门店体验及信息技术、百货品牌池三大优势，为消费者提供更有价值的商品和服务。胡近泰董事长表示，在“优质门店”与“优质供应链”策略指引下，嘉荣SPAR更注重与“优质合作伙伴”合作。2019年对五星合作伙伴的评估，更注重共同的生意价值创造、增量结果等因素，对表现突出的“五星合作伙伴”嘉荣SPAR将给予特别礼待。胡近泰董事长在大会重申，希望大家共同维护诚信长久合作，违规零容忍。

增量发展合力共赢

近年来，零售行业竞争激烈，随着供给侧改革和消费升级不断深入，消费者追求更具性价比同时有更高品质的商品和服务。特邀嘉宾AC尼尔森零售研究副总监陈文华发表了《解码消费增长新势力》的主题演讲，从中国宏观经济及趋势、零售全渠道现状、整体快消品增长趋势以及新兴消费群体等方面分析零售新挑战及契机，对未来零售发展提出建议。



主会场结束后，四个不同主题的分会场会议同时进行。2019年嘉荣SPAR成立供应链公司，通过整合上游，拓宽下游，缩短服务环节，搭建更优质的供应链体系，在1号分会场，供应链公司总监胡国明表示，面对消费者需求的变化，供应链公司将通过完善业态商品池、打造目标品类、关注商品品质，以期打造以顾客为中心的零售生态潮，给供应商和消费者带来冲击和惊喜，实现增量共赢。在1号分会场，多点全国KA负责人王可远分享了O2O如何助推线下门店实现增量共赢，中粮粮谷营销公司总经理缪小波就“合力供应商增量”进行分享。

在2号分会场里，粤中区运营中心总监林叶飞向与会嘉宾阐述了公司五年规划及2019年计划的落实措施，各品牌商家代表热情高涨，争相发言，谈论氛围浓厚。林叶飞表示，未来五年规划目标宏伟，需要大家群策群力，乘势出击，携手共建，增量共赢。

另外，“增量赢速联手赋能”、“嘉荣宝贝新定位、新增量”主题讨论分别在3、4号会场同时举行，就嘉荣SPAR的新店筹建、联合采购等进行深度交流，探寻供应链各个环节所蕴含的市场机会。



携手共进再续辉煌

嘉荣SPAR的发展离不开合作伙伴的大力支持。大会现场，嘉荣SPAR多位高层领导特为获奖合作伙伴颁发“2018年度最佳五星合作伙伴”、“2018年度最佳新进伙伴”、“年度资深合作伙伴”等多个奖项，共有37家合作伙伴获奖。

每年的合作伙伴大会，嘉荣SPAR都会向合作20年的供应商颁发特制的SPAR拼图和金松果奖牌。2019年，高露洁棕榄(中国)有限公司成为嘉荣“20年资深合作伙伴”成员。高露洁南区直供客户总监方友元对嘉荣过往二十年的信任和认可表示感谢，在过去二十年，嘉荣和高露洁相互扶持，共同发展，希望在未来的旅程，继续深化双方战略合作，协作共赢，创造新的奇迹和辉煌！

大会展示了嘉荣SPAR精心打造的博物馆，勾勒出嘉荣26年来的发展历程及积淀的文化脉络。博物馆内集中展示了皇都店、石碓店、华南摩尔店和科苑店四家极具代表性的门店复原



模型，重现当年风光，集合了当时的商品、货架、工衣，浓陈历史瞬间，让嘉宾们有一种身临其境的感觉，一睹嘉荣的光辉岁月。此外，大会现场还专门设置晚宴，让在场嘉宾品味了一场视觉、味觉的盛宴。

一年一度的合作伙伴交流大会是嘉荣SPAR举办的最高规格的盛会，旨在进一步深化与合作伙伴的密切交流，商共同命运，促共同行动，谋共同发展，实现零售商、品牌商和消费者的三方共赢。未来，嘉荣SPAR将不忘初心，深耕主业，牢记使命与担当，奋勇前行再续荣光。



专题 Special Topic

一路相伴 追光前行 嘉荣27周年庆

2019年11月21日，嘉荣隆重举行27周年庆典活动。庆典活动分为户外生态徒步、庆生盛典两大环节，展现嘉荣的全新面貌与气象。

这次庆典是嘉荣人的生日会，更是对多年支持嘉荣的员工、朋友、伙伴的感谢会，是你们的支持、陪伴与信赖造就了今天的嘉荣，感谢你们。

2019年，也许只是岁月长河中的一粒微尘，但是2019年，对于嘉荣来说却是别具意义，今年，我们成立27年了。

草路蓝缕二十七年，从小便利店的开张到八大零售业态的推出，从单一业务到全产业链平台，嘉荣一直顺应潮流、不断改革，坚持做为民服务的超市、百姓喜爱的品牌，全球便利零售大奖、连续蝉联中国连锁百强、广东连锁50强企业、东莞50强民营企业、“30年，东莞骄傲”标志企业、连锁经营高成长性企业、市民最喜爱品牌，等等，足荣誉更是动力。

是这样的坚持让我们成为一个响亮的品牌——嘉荣，一股力量——“嘉荣人”，一种精神——不懈追求不断超越。

27周年庆典系列活动不仅是对嘉荣历程的梳理与总结，也点燃了“嘉荣人”们的激情与梦想。此刻，跟着我们一起，回首庆典期间那些感动的瞬间，重温无数感动叠加而成的记忆。

一场跨越1000人的最美徒步盛会 嘉荣27周年庆之生态徒步活动火热上演

秋高气爽，阳光明媚。11月21日上午，嘉荣27周年庆之生态徒步活动在黄旗山公园盛大举行，来自嘉荣SPAR各单位各门店的年度优秀员工、资深员工及高层管理人员1000余人参加了此次活动。

气势如虹“嘉人”们整装待发

21日上午9时，嘉荣27周年庆之生态徒步开幕式正式开始，身穿定制荧光绿运动衫的“嘉人”们洋溢着笑容在集合场整装待发。

来自全公司的各个方队，高举店旗，喊着整齐的口号隆重登场。“释能有我，驱动经营；提升业绩，服务门店”、“释能共赢，增量担当，构建优质，供应为王”……一声声嘹亮的口号把团队气势发挥得淋漓尽致。

在热烈的欢呼声中，副总裁梁仲华走上舞台，向所有队员致

以最诚挚的谢意。今年是嘉荣公司成立20周年，副总裁梁仲华表示，“27年来，我们一路砥砺前行，坚强拼搏。面对新零售商业模式的快速崛起和顾客的消费变化，我们一定要做好充分准备，实现‘成为行业首选品牌’的企业愿景。”

最美徒步路线放飞心情

在龙门起点处举行了简单而隆重的启动仪式后，随着鸣笛声响，徒步正式开始。

本次徒步活动地点选择在东莞市黄旗山公园环形游道，全程10公里。大家从起点出发，穿行在树林、溪水、山丘、草地之间，漫步在郁郁葱葱的花草树木丛中。一路上，除了领略到黄旗山风景秀美，更感受到了工作之余的放松和惬意。经过1个多小时的行走，全体人员先后完成了环形游道徒步里程，顺利到达终点。



“一个人可以走得很快，而一群人才走得远。”一个个逼近三万的步数，纪录了大家敢于吃苦的意志，也见证了大家团结互助、携手同行的友谊。

咔嚓！见证最美行程

“嘉人”们在徒步的过程中充满欢声笑语，充满了新时代的正能量。打卡黄旗山古寺、匠心驿站、翠峰路等站点时，大家纷纷用手机留下许多美好的瞬间，向公司27周年致敬。

徒步结束后，大家纷纷表示，本次生态徒步不仅促进身心健康，也为“嘉人”们营造和谐融洽的团队氛围；在以后的生活和工作里，将继续发扬徒步中团结互助、坚持不懈的精神，以更加饱满的精神状态投入到公司发展的各项事业中来。



这一夜，所有的荣光都在照亮我们的未来 嘉荣27周年庆典盛大举行

岁月不拘，时节如流，二十七载逐光前行，成就嘉荣辉煌史诗；

溯光追影，逐梦未央，我们聚力开启未来，点亮璀璨美好生活。

11月21日下午，嘉荣27周年庆典在东莞市宏远酒店国际宴会厅隆重举行。来自嘉荣SPAR各单位各门店的年度标兵、资深员工，以及特邀嘉宾1000余人欢聚一堂，共贺嘉荣27岁生日。

广东嘉荣超市有限公司董事长胡近泰先生，副总裁梁仲华先生、谈云峰先生、梁玉华女士等领导出席本次盛典。

开篇

多方布局稳健发展

庆典以一支精彩的短片勾起了在场所有“嘉人”对过去一年的回忆，这一年来辛勤努力的汗水和收获时激动的泪水似乎仍历历在目；也让到场的来宾们共同见证了嘉荣SPAR过去一年的荣耀，引得现场掌声连连，气氛节节高涨。

2019年，嘉荣SPAR围绕“释能、增量、优质”战略发展方向，坚持多布局纵深发展，继续奏响扩军号角，促进品牌升级，扩大品牌影响，再创佳绩。今年，嘉荣SPAR在加速发展粤中大区、粤东

大区的同时，相继成立韶关分公司、茂名分公司，成功进驻粤北、粤西两大区域，实现“四大区”发展战略布局；加速开店步伐，新增门店26家；积极发展新业态，携手元初食品进军深圳，并成功开设3家门店，实现旗下业务遍布广东12大城市的壮举。同时，嘉荣SPAR在供应链发展、品牌营销、创新经营等方面也交出了可喜的成绩单，继续领跑本土零售行业。

1992年，嘉荣第一家店面面世。27年来，嘉荣不断突破自我，与时俱进，从单一业态到陆续推出八大业态，从单一的零售业务到打造多资源整合的投资平台，形成产业经营与资本经营并举发展。胡近泰董事长表示，从1992到2019，嘉荣书写了一个关于创新、变革的成功故事。未来，嘉荣SPAR持续加强运营和服务水平的升级，夯实广东主战场，大力发展粤中大区、粤东大区、粤北大区、粤西大区，辐射周边省份，全面布局。希望所有“嘉人”以奋斗为本，共赢事业平台，实现社会价值，续写成功的故事。



颁奖盛典

嘉文化为成长添色彩

无论是实现业态创新，还是将商业版图扩张至粤北、粤西等区域，嘉荣SPAR取得的一切成绩都离不开每位“嘉人”的付出和奋斗。他们以自己的行动与实力，完美诠释嘉荣企业文化色调——敬业、热忱、互助、忠诚、奉献。庆典上，嘉荣SPAR为在各岗位上辛勤耕耘，取得不凡业绩的优秀员工颁发了一系列奖项。

陆美秀等100位同事被评为“服务之星”，是他们如沐春风的笑容为嘉荣SPAR留住了顾客的心；张焕权等20位同事荣获“最佳新锐奖”，他们初入嘉荣SPAR，锐意进取，为团队带来新气象；郭小燕等50位同事荣获“最佳敬业奖”，他们用坚守执着的信念诠释着“敬业”精神。

正是每一位“嘉人”的全情投入，才为企业的发展源源不断地注入新的活力，时刻焕发新的生机。供应链公司生鲜采购经理林钟明、东泰店百货经理潘晶晶作为优秀员工代表，分享了他们入职以来与嘉荣SPAR难忘的故事，从个人的成长链接到企业的发展，与企业共时光。

在嘉荣SPAR的企业文化中，家文化是很重要的一部分。每一位在嘉荣SPAR工作的同事身后，都离不开家人的默默支持与理解。嘉荣SPAR特别设立“最佳幸福家庭奖”，有5个家庭获此殊荣。庆典现场，所有获奖家庭上台，在镜头里温情定格，留下充满爱的瞬间。感谢“嘉人”的辛勤奋斗，希望所有的家人继续陪伴嘉荣SPAR走过接下来的温情岁月，一路同行，长久久久。



嘉荣SPAR坚信，拥有一个健康的身心，才能更好地工作和生活。今年公司再次设立“最佳运动达人奖”，唐笑云等10位同事被评为“运动达人”，燃烧卡路里，一起点燃运动的激情！嘉荣SPAR希望该奖项的颁发使“经营好健康”的理念能够深入全体“嘉人”的心里，让运动成为新风尚，愿大家都能够拥有健康的体魄。

“时光很美，因为有你，感恩相守，一路同行。”着重表彰始终在发光发热的资深员工，是嘉荣周年庆典的传统。何中秋等34位同事获得“十年忠诚服务奖”，副总裁梁仲华先生为资深员工们颁发荣誉证书，感谢资深“嘉人”的陪伴与奉献，成就嘉荣恒久不朽的红色芳华。

1999年，有两位同事加入了嘉荣大家庭，开启了漫长的嘉荣生涯。二十年，他们把最美好的年华留在这里，与嘉荣共成长，他们分别是财务/品牌及发展中心总监梁耀华、嘉荣物流运输部主管盘珠敏。二十年坚守，初心不改，这是两位追梦者对嘉荣最深沉的表白。如此深情，全场都为他们打call！董事长胡近泰先生上台，特别为两位20年资深员工颁发10克千足金纪念币。

从同事的采访中得知，盘珠敏去年不幸患上良性咽喉肿瘤，做手术后医生建议至少休养10天，但心系工作的她才休息2天就回到岗位上，他无怨无悔的奉献精神感动了现场的每一位嘉宾。



庆生晚宴

齐贺嘉荣共绘未来图景

鼓声震撼如雷，水花激情四溅，魅力的灯光频闪，优美的奔放舞姿，演绎出灿烂振奋的舞风和鼓韵，一曲《鼓舞嘉荣》点燃了现场的气氛。在一片喜气洋洋的氛围中，27周年庆生晚宴正式开始。生日歌环绕之下，主持人邀请公司高管上台共同祝贺嘉荣27周年生日快乐，四位总裁共同切开27周年定制生日蛋糕，表达对公司最美好的祝福。

《释能·增量·优质》的诗歌朗诵让大家回顾了这一年来嘉荣SPAR的工作重心以及非凡成就，展现了嘉荣的不懈追求、不断超越的精神，表达了公司对做好“释能·增量·优质”的决心，展望了嘉荣SPAR更加稳健、更加辉煌的未来。

舞台之上，多才多艺的“嘉人”不止一面。一支支独具风情的舞蹈热情洋溢，一曲曲深情演绎的歌唱悠扬婉转，让整场晚宴更加有趣、有爱、有心。

今年夏天火爆全城的“第二届嘉荣小童星暨第八届中国少儿小金钟音乐大赛”的优秀选手也来到了现场，为庆生晚宴加油助威。8位小童星带来了精彩的演唱和竹笛演奏。此外，来自梅州的客家原生态山歌表演，引爆了晚宴的气氛，现场掌声和欢呼声接连不断。

一起欢歌，共同展望和祝愿嘉荣的美好明天。庆典在《明天会更好》的全体大合唱中渐渐落下了帷幕。



结语

为更美好的每一天

今年是公司成立的第二十七年，从一开始，嘉荣就致力于做一家不平凡的公司，对此“嘉人”们一直不懈追求不断超越，从最初的一家小便利店，到进军上游供应链的各个领域，再到如今全产业链遍地开花。每一个时代，都有“嘉人”不凡的身影，矢志不渝，力臻完美。

感恩与坚守同在，奋斗与梦想同行，感谢所有的“嘉人”，未来将坚定不移的以“释能、增量、优质”为发展方向，继续奋斗，为所有支持嘉荣SPAR的每一位带来更加美好的璀璨生活。

2019，所有“嘉人”并肩作战，经历成长。每一天，“嘉人”们满怀热情，无畏挑战，所有的付出都会被铭记，为更美好的每一天拼搏。

未来，嘉荣SPAR将继续前行，再启新中华章！



寄语

嘉荣27周年庆典董事长致辞

各位嘉荣人：

下午好！

今天是全体嘉荣人欢庆公司成立27周年的日子，每年我都特别期待今天的到来，看到这么多熟悉的面孔，我的心情非常激动，千言万语道不尽。过往的27年岁月，感谢所有为企业发展拼搏奋斗的嘉荣人，因为有你们，嘉荣才能稳步发展，成为顾客喜爱和信赖的首选零售品牌。

二十七载 感恩有您

1992年10月19日，嘉荣第一个60平方米的小商店——皇都店在东莞南城开业，这便是日后在东莞家喻户晓的零售企业的雏形。当时，我们被称为“个体户”，也不知道什么叫“零售”，现在回想起来，原来这就是零售。感谢这个时代，也感谢所有嘉荣人的付出。

1994年，东莞的经济开始腾飞，大批外来人员涌入东莞，第一家二店——银丰店开业，标志着连锁的开始。2000年9月，第一家

大卖场——石碣崇焕店开业，同年很多外资零售企业开始进驻东莞，在激烈的市场竞争中我们经历一场前所未有的变革。

创业阶段，嘉荣人努力拼搏、稳求发展，像家人一样团结、拼搏、共勉、共荣，这种“家”文化也一直延续到今天。经过我们不断的努力、创新、突破，嘉荣以专业的经营模式、高标准的管理运营立足零售行业。

不忘初心，坚守本业

零售生意是嘉荣的核心产业，通过多种业态组合、多种商业模式并存发展全方位满足不同客群的生活品质需求。

2019年，公司划分四大区，分别为粤中大区、粤东大区、粤北大区、粤西大区，总营业面积70万平方米，员工数1万多名，每天服务顾客人数100万。目前，我们推出八大核心业态，包括：大卖场、食品超市、生活超市、购物中心、百货、嘉荣宝贝、百纳德、深圳元初食品。在我们团队的努力下，每个业态都力争成为行业领头羊，得到越来越多顾客的认可。

供应链产业是嘉荣的支撑产业。2009年，我们以前瞻性的眼光开始搭建供应链，到今年刚好十年。我们积极打造核心上游供应链资源，涉足生产加工、贸易批发、物流等产业，自主研发自有品牌、成立供应链公司，建造全温度带物流配送中心，为零售生意提供有力保障。2010年，我们建成了第一期14万平方米的全温度带物流中心；物流中心以标准化、精细化、智能化等管控模式，提供贯穿整个供应链的完整物流解决方案，荣获中国物流行业内多项权威大奖，受到业内高度认可。公司旗下的福德食品公司、屠宰厂、贸易批发也都充分发挥各自价值，不仅支撑嘉荣SPAR零售生意稳健发展，也积极与第三方开展业务合作。

大力发展投资产业，通过实施优质的资产配置及投资管理，建立合理的风险控制和投资决策体系，实现产业与投资之间的协同效应日益放大，支持集团核心业务稳健发展。

拥抱未来继续前行

27年的稳健发展，离不开所有人的共同努力。在我们的企业文化中，坚守诚信、变革创新、工匠精神、人才发展、社会公益是非常重要的组成部分，也是嘉荣SPAR不断向前发展的精神指南。希望所有嘉荣人在企业文化的熏陶中脚踏实地，不断成长。

作为区域零售的强者，嘉荣SPAR从不满足于当前的市场。未来，我们将贯彻精选深耕战略规划，夯实广东主战场，发展“粤中大区、粤东大区、粤北大区、粤西大区”四大区，辐射周边省份，全面布局，2020年破百亿指日可待。对所有嘉荣人而言，这又将是一个大的机遇。

再次感谢所有嘉荣人，让我们拥抱未来，继续前行！

（因篇幅所限，略有修改）



敬业之星代表致辞

尊敬的各位领导、各位同事：

大家下午好！

我来自百货商业管理部东泰店的潘晶晶，被评为“敬业之星”是一份荣誉，更是一份激励，非常感谢公司和领导给我这个机会，也很荣幸能够作为获奖代表来发言。

时间真快，我在百货商业管理部已经9年零2个月了，初到东莞时的迷茫与懵懂历历在目。很庆幸在舅舅的建议下自己坚定地选择了第一份工作——嘉荣，我在这个充满着爱与关怀、学不尽的知识和技能的大家庭里慢慢成长，从员工——高级员工——主管——经理，现在已加入第二期储备店长远航班了。感谢公司提供这么好的平台，让我们不断进步和成长。所以不要奇怪我为什么能把第一份工作做得那么久，而且现在还更加热爱这份工作。因为公司能肯努力、肯学习、肯为自己的梦想拼搏的人而提供的舞台，在这里我相信每个敬业的嘉荣人都能产生共鸣。

敬业一词，意义深远。我的理解是：要有主人翁意识，把工作当成是在为自己做事，要有责任心，与团队成员之间要协同关爱，有奉献精神，并始终保持一丝不苟的工作态度，为确保工作质量，能主动去学习新的知识，不断提升自己的专业技能，因为拥有学习能力，才能拥有这个时代的竞争力。

对“敬业”涵义的深入体会促使我付出行动并为之不懈努力，让我参与新店筹备争分夺秒，让我从早上五点半上班到凌晨下班，也让我想把准备工作提前做好并反复检查，更让我满足于现状继续探索更多更高的工作目标。我坚信，在我的努力下，把重点品牌的销售潜力都深挖出来，为公司带来惊喜，也让商户经营更有信心。

看到公司今天的发展，更加坚定了我的选择。在此希望和各位同事一起加油，将荣誉化为鞭策自己前进的动力，为岗位、为部门、为门店的优质服务，释能·增量！充分发挥自己的价值，为公司的发展贡献力量。同时祝愿公司的明天更加美好！

再次感谢公司、感谢一直带领我成长的领导们、感谢一直默默无闻奋斗在各个岗位敬业的嘉荣人，谢谢大家！



花式表白摘选 祝福您，亲爱的嘉荣



营销 Marketing Section



玩转“花式”营销 嘉荣SPAR积极探索品牌创新升级

新零售时代，各大品牌都在追逐有效的营销利器，以提高品牌声量和美誉度。而紧跟消费者步伐的嘉荣SPAR，通过线上线下多渠道组合创新，解锁营销新姿势，积极推动品牌创新升级。

多措并举 开启营销新高地

2019年，嘉荣SPAR在延续过往优秀营销活动之余，尝试不同营销方式赢得消费者。除却对消费者的精准洞察，当然也离不开与合作伙伴们的强强联手。2019年，嘉荣SPAR携手中国银联、云闪付发起“银联62节”营销活动、开展微信支付满减、支付宝刷脸支付5折等活动，打造了一系列具有影响力且深受消费者喜爱的营销活动。

随着国潮兴起，嘉荣SPAR紧跟消费热点，在国庆节期间顺势打造“国货节”，引发消费者热捧。在中秋节期间，嘉荣SPAR推出的“集字赢1000购物卡”、“满98送50元”等活动，在活动形式先人一步，极大调动起消费者参与热情。此外，年中庆、开学季等活动，也推动了品牌新一轮提升。

除了线下发力，嘉荣SPAR在线上也开启一系列互动营销。4月1日是多点Dmall 四周年生日，嘉荣SPAR重磅推出线上“401”大促活动。活动前期，为了让消费者不错过如此贴心的活

动，嘉荣SPAR通过微信、抖音等多个消费者喜欢的平台进行造势，引发消费者参与热情。活动当日，还通过创意小程序、站内游戏互动等活动，将嘉玩与销售完美结合，迅速抢占流量高地。这次“401”不仅让消费者购买到了心水的秒杀商品，更吸引众多新用户成为嘉荣微会员，活动期间，嘉荣SPAR旗下所有门店线上销售业绩节节攀升，嘉荣到家订单量可比增长20%，销售金额比平日增长500%。此外，818万券齐发、双11一元秒杀、集幸运蛋赢1111元现金券等，通过多次线上大促，嘉荣SPAR不断沉淀积累用户，效果显著，所带来的销售潜力仍在不断刷新。



用年轻人的方式玩转营销

在消费升级的时代，如何准确洞察年轻人对品牌的情感诉求，通过创新打破以往固有的形象，向年轻群体输出品牌文化内容，是品牌营销值得思考的问题。嘉荣SPAR在创意方面下功夫，“83折”活动期间，极具生活化的创意抖音视频短时间内即引爆消费者。

而嘉荣SPAR在品牌文案上的走心更是让人眼前一亮。“这世上最懂爱情的地方，其实是超市”、“你以为逛的是超市，其实一菜一蔬、一碗一筷都是生活”、“表白我们最好的‘阿中哥哥’”等文案不仅活化了促销活动，更为品牌注入了新的活力。紧跟社会热点，温情而不失幽默，向热爱生活的年轻消费者展示了品牌的年轻态。

通过多元化、年轻化、创新性的营销手段，嘉荣SPAR与消费者建立了情感链接，进一步提升了品牌形象和影响力。未来，嘉荣SPAR如何继续紧跟消费者步伐，让消费者买得开心，玩得过瘾，拥有更好的消费体验，值得期待。



传递嘉荣温度

在有距离感的城市，嘉荣SPAR秉承公益原则，以情感为纽带，举办一系列大型赛事，连接人与人、人与社会、人与城市。以爱好和价值认同引发市民积极参与，以梦想激励和自我实现传播正能量，践行企业人文关怀，促进整个城市更加美好。

首届“嘉荣杯”松山湖城市定向挑战赛燃情开赛

2019年5月18日，首届“嘉荣杯”松山湖城市定向挑战赛在风帆如画的月荷湖足球场激情开跑。本次比赛围绕“青春、运动、联谊、公益”四大主题，由松山湖总工会、共青团松山湖委员会联合主办，嘉荣SPAR冠名，共吸引了500多名选手参与。

上午8点，这场城市级运动盛会正式启幕，松山湖管委会领导、两届残奥会冠军周国华、嘉荣SPAR营销总监蒋张等出席开幕式。嘉荣SPAR营销总监蒋张发表开幕致辞，他表示，嘉荣SPAR联合社会各单位开展此次赛事，希望大家在享受趣味运动的同时，能用双脚丈量东莞这座充满活力的城市，一起沐浴这座城市愈发昂扬的精神。嘉荣SPAR将继续秉持“优鲜嘉荣优生活”的品牌理念，为市民创造更加美好的生活。

魅力松山湖 全城热动

当日早上7点不到，月荷湖足球场人山人海，一片欢腾。活泼向上的健美操表演，嗨翻全场，点燃狂欢热情。

上午8点30分，城市定向挑战赛鸣枪开跑，由“蓝、橙、紫”

组成的三色“奔跑军团”，奔向各个坐标打卡点，浩浩荡荡的队仿佛把道路染成了一条三色丝带，在月荷湖畔蜿蜒向前。

本次赛事以组队形式参赛，每支队伍由5人组成，设置“教育”+“科技”两条主题路线，每个线路全程约15公里，覆盖松山湖内16个坐标，在参与比赛的过程中，选手穿梭在运动与潮流、教育与科技之间，从而完成对松山湖的全方位体验。

趣味与挑战并存 获参赛者点赞

“这个活动既能休闲健身，又可以沿途欣赏风景，真的很赞。”来自嘉荣SPAR最强地队队长何中秋说，大家团结协作完成任务，共同奔向终点，感觉非常有意。在嘉荣SPAR超市松湖烟雨店，“圈企鹅”游戏环节，选手们重拾起儿时的回忆，脸上洋溢着单纯的笑容。

完成“圈企鹅环节”后，大家争先恐后地朝着下一个坐标点进发。“你是我的眼”、“穿越呼啦圈”、“听书大闯关”、“干手观音”……每个坐标点的任务趣味无穷，在竞技中享受团队协作乐



趣。队伍们你追我赶，奋力向前，与城市的时尚、活力，以及秀丽的美景融为一体，为全民健身赛事注入满满正能量。

爱护城市 绿色出行

本次城市定向赛的一大亮点是绿色出行。赛事宣扬了城市文明、城市安全等理念，倡导绿色生活方式。参赛选手们全程使用公交及步行，通过自身的实际行动当好“爱护城市”的实践者，通过赛事让低碳理念深入人心，为松山湖营造和谐、文明、安全的交通环境奉献一份力量。通过实际行动践行对所居住城市的守护，共同谱写共建美好生活、实现和谐发展的篇章。

充满爱的15公里

1公里、5公里、10公里、15公里……这是每一位参赛者用脚步不断刷新的心里程数。此次城市挑战赛与公益相结合，在欣赏风景，挥洒汗水，体验城市定向挑战赛之余，主办方也将公益慈善融入其中，每位参赛选手的报名费用将全部捐给慈善机构，助力东莞慈善事业发展。

15km的沿途有美丽的风景，有灿烂的阳光，有振奋的士气，有数百位同行者的欢声笑语，有警察跑团，有医护人员，也有志愿者们们的无私付出。

在各个坐标打卡点，身穿荧光绿色的志愿者们引导选手有序地参加比赛。炎炎夏日，那一抹荧光绿成为一道靓丽的风景线。引导检录、发放物资、维护秩序……处处活跃着他们的身影。从加油鼓励到补给供应，他们始终用微笑和坚守传递着赛场上令人肃然起敬的精神和文化。

完美落幕 不说再见

穿越整座城市之后，完成任务挑战的战队重新聚集在一起，“嘉荣杯2019年松山湖城市坐标定向挑战赛”于月荷湖足球场完

美落幕。经过两个多小时的角逐，上午11时许，参赛队伍陆续到达终点站月荷湖足球场。领取奖品后，选手们纷纷跑到领奖台上摆出各种别致的造型合影留念，每个人的脸上都洋溢着灿烂的笑容。

微风习习，烂漫初夏。数百名选手，两条线路，穿梭在大街小巷，奔跑于过去与现在，亲情、友情、爱情，幻化成一份真挚的爱，田畴飘香。

本次挑战赛的举办初衷与嘉荣SPAR的品牌价值理念不谋而合，也是嘉荣SPAR追求美好生活的生动诠释。嘉荣SPAR希望通过积极打造大众参与的公益趣味体育项目，掀起全民运动热潮，带动更多的人参与运动、享受快乐。



近千名“舞”林好手决高下 嘉荣杯广场舞大赛隆重上演

2019年6月16日，东莞市第二届市民运动会“嘉荣杯”广场舞大赛在东莞市体育中心体育馆举行，38支参赛队伍齐聚东莞一决胜负，“以舞会友”。选手们以健康向上的精神面貌和刚健细腻的团队舞风，带来了一场接地气的广场舞盛宴。

上午9时，东莞市第二届市民运动会“嘉荣杯”广场舞大赛开幕式正式开始。东莞市广场舞协会会长罗家熹表示，希望通过类似广场舞这种公益活动，把新编广场舞的规范动作教授给参与的市民，提升东莞的广场舞发展水平，更好更快的推动东莞市广场舞运动的发展。

本届“嘉荣杯”广场舞大赛有38支队伍参赛，近千名选手在东莞市体育中心“以舞会友”。比赛采用一场决赛制，分为上半场老年组（13支队伍）、下半场中年组（25支队伍）。竞赛曲目包括《中华手拉手》、《采茶曲》、《我怎么这么好看》、《不忘初心》、《北京土著》、《激情赛道》、《打开幸福门》、《停韵》等18首由组委会统一提供的指定音乐。

本届广场舞大赛由广东嘉荣超市有限公司冠名，嘉荣SPAR借由本届赛事呼吁全民健身，传播正能量。嘉荣SPAR超市营销总监蒋张表示，这已经是嘉荣SPAR第三次举办大型广场舞大赛，意在倡导健康文明的生活方式，打造群众展示自我的舞台，营造积极向上、欢乐祥和、团结友好的良好氛围，积极弘扬体育文化精神，增强市民的幸福感和获得感。

在比赛中，各参赛队伍优美的舞姿、专业的舞蹈技巧，搭配精心准备的音乐，舞出绚丽，舞出精彩。在这美好的季节，他们随音乐而动，随热情而舞，打造一场引人入胜的舞蹈盛宴。赛场上的她们，化着时尚的妆容，穿着漂亮的服装，自信、健康、魅力无限。台上一分钟，台下十年功，经过日夜辛苦排练与赛场磨砺，这些勇往直前的“舞林高手”们，在比赛中不断迸发出青春活力。一张张

笑脸，充满对美好生活的向往；一次次转身，舞出对健康生活的期望。他们欢快的舞姿，舞出了健康与和谐，跳出了幸福和欢乐。每一支参赛队伍在赛场上，都是最闪亮的星。优美的舞姿、绽放的笑容、欢乐的气息，不由得让人沉醉。

经过激烈的比拼，最终决出各组的冠军季军。万科沿海丽水佳园姐妹舞蹈队、松山湖广场舞分会、快乐姐妹水兵舞蹈队、万科棠樾老年文艺协会获得老年组一等奖。东莞好舞团、东莞雁南飞舞蹈队、长安分会舞蹈队、东莞精英团（鹭边）、厚街溪头民众舞蹈队、大岭山梦想舞蹈队、虎门南樾舞蹈队获得中年组一等奖。

活动现场还设置了品牌互动区，吸引了众多市民驻足围观。现场更有惊喜福利，注册嘉荣微信会员，即送10元嘉荣全场通用券。

嘉荣SPAR超市以“优鲜嘉荣优生活”为品牌价值主张，致力于为人们创造更美好的生活，造福每个“嘉”。“打造深受人们喜爱和信赖的首选零售品牌”是嘉荣SPAR始终不渝的愿景。嘉荣SPAR希望，与顾客一起，实现更美好的生活梦想。

“嘉荣杯”广场舞大赛已经圆满落幕，但是嘉荣SPAR在公益的路上始终一路向前。未来嘉荣SPAR超市还将继续举办类似的体育项目，让更多市民参与进来，通过彼此共同的努力带动更多的人一起享受运动的快乐。



汇聚激情 点燃梦想 嘉荣SPAR联合主办第三届仲恺梦想秀

2019年7月26日晚，由嘉荣SPAR等单位联合主办的2019“我最OK”广东全民才艺大比拼暨第三届“仲恺梦想秀”启动仪式在仲恺高新区汇港城商业广场盛大举行。广东省文化和旅游厅、广东省文化馆、惠州市文化馆、仲恺高新区管委会、嘉荣SPAR等相关单位领导出席并共同启动活动，现场众多顾客和部分参赛选手共同见证了这一盛举。

启动仪式之后，往届梦想秀选手及特邀嘉宾纷纷登台亮相，表演了街舞、魔术、吉他弹唱等精彩节目。

作为仲恺高新区的大型品牌活动，第三届“仲恺梦想秀”吸引了众多有梦想的青年踊跃参与。大赛以“汇聚激情，点燃梦想”为主题，分为青春才艺大赛系列活动、见证梦想故事、助力圆梦行动、梦想集结晚会四个阶段。其中青春才艺大赛系列活动，包括2019“我最OK”广东全民才艺大比拼、“恺视新播客”选拔暨惠州电视台“少儿主持人”仲恺赛区选拔赛、《惠州杰》网络剧仲恺地区演员选拔、仲恺产业工人青春街舞大赛四大赛事，

涵盖唱歌、舞蹈、乐器、主持、表演等领域，为更多的仲恺追梦人提供展示舞台。

据悉，活动从7月份持续到年底，将通过层层选拔，筛选一批有故事的追梦人，晋级到最终的梦想集结晚会的舞台。高人气、高水准的赛事及超长的赛程，不仅将选拔出一批优秀的“追梦人”，也为嘉荣SPAR品牌提供了极佳的展示机会。



嘉荣SPAR倾情献爱心 关爱烈日下最可爱的人

夏日炎炎，酷暑难耐，但有一群人却一直坚守在高温第一线，没有丝毫懈怠。正是因为有了烈日下他们的坚守，才有美丽的东莞。在今年的盛夏时节，嘉荣SPAR携手合作伙伴，共同举办送清凉活动。

与王老吉共同关爱烈日下最可爱的人

城市的美好离不开环卫工人的坚持和奉献，为了感谢环卫工人所付出的艰辛，嘉荣SPAR超市联合爱心企业绿盒王老吉举行“关爱烈日下最可爱的人”专题活动，为这群可爱的人带去一丝清凉。活动前期，只要消费者在嘉荣SPAR超市麻涌店购买一箱盒装王老吉凉茶，嘉荣SPAR跟王老吉即联手送出一盒爱心凉茶。2019年7月28日，捐赠仪式在嘉荣SPAR超市麻涌店门口举行，累计送出约400件爱心凉茶。

8月18日，关爱活动来到了石碣和信嘉荣购物广场店，累计送出约350件爱心凉茶。活动现场温情满满，领到王老吉凉茶的环卫工人喜笑颜开。

活动开展以来受到广泛关注，消费者纷纷参与并留言，表达对烈日下最可爱的人的美好祝愿。“您为我们的地球付出汗水，您辛苦了”、“你我同行，寒暑有情”、“您为我们身边增添了更多美丽，您辛苦了”……一句句朴实的话语代表着对最可爱人的真挚关爱。

“关爱烈日下最可爱的人”公益行动始于2001年，项目主要展开系列行动关爱高温作业人群，由志愿者为执勤交警、环卫工人、建筑工人、公交车司机等多个行业的高温工作岗位人员赠送王老吉凉茶和防暑药品，宣传夏日防暑养生知识。多年来嘉荣SPAR联合王老吉携手积极参与到公益行动中，截至2019年，为累计数以百万的高温工作者送去了清凉和关爱，用实际行动表达对“烈日下最可爱的人”的敬意。



携手松山湖总工会街头免费赠饮送清凉

盛夏三伏天，“松湖蓝”给市民送清凉。2019年8月20日起，“爱心冰柜”出现在松山湖街头，刮起了一股爱心接力风，这是嘉荣SPAR携手松山湖总工会等单位共同发起的“爱心冰柜”公益活动。

据了解，“爱心冰柜”被放置在嘉荣SPAR超市科苑店门口、松湖万科生活广场等地，显眼清新的蓝色小棚和冰柜，为众多酷暑下仍坚持工作第一线的外卖小哥、环卫工人、公安交警、建筑工人等高温工作者提供免费赠饮。

步履匆匆的外卖小哥，在经过驿站时停留了片刻，拿出一瓶水解渴后，害怕客人等太久，不敢停留，又继续踏上送餐的旅途。在清扫完道路两旁的垃圾后，环卫工人来到了“爱心冰柜”，拿出了一瓶水解渴，当看到矿泉水瓶上“‘炎’值最高，‘暑’你最美”的字样后，大哥幽默地笑了。附近工地的建筑工人，他从冰柜里取出了两瓶水，递给了在一旁的工友，共同分享的清凉，更沁人心脾。

三伏天虽然，但是在充满正能量的松山湖畔，因为一群可爱的人，让夏天变得很美好！看着高温工作者脸上的笑容，这一刻，酷暑也不再难熬。

自去年松山湖总工会发起“爱心冰柜”以来，嘉荣SPAR积极参与，通过实际行动让烈日下的户外工作者们感受到关怀与温暖，让松湖多点爱，共建东莞友善之城。



向伟大祖国70周年华诞献礼 “我和我的祖国”少儿绘画大赛圆满举行

孩子们眼中的祖国是怎样的呢？是山清水秀的祖国美景？还是日益便利的生活方式？或是操场上飘扬的五星红旗？

在新中国成立70周年到来之际，由广东嘉荣超市、东莞报业传媒集团共同主办的“我和我的祖国”——中华人民共和国成立70周年少儿绘画大赛隆重举行。2019年9月28日下午，近40位来自各镇街8-12岁的“小画家”们齐聚东城星河城购物中心，共同绘出自己心目中最美的祖国。

活动现场，在简单听完主办方对绘画的要求后，“小画家”就开始发挥自己丰富的想象力，用手中的画笔画出自己心中的“祖国”，五星红旗、万里长城、祖国地图……许多中国元素跃然纸上，表达着孩子们对祖国浓浓的愛。经过一个半小时的创作后，最终评出了冠军一名，亚军两名，季军三名。活动结束后，参赛选手们将自己的绘画作品围绕在印有“70”字样的地毯上，共同合影留念。

“希望通过此次绘画活动让孩子们拥有一个突破自我、展示自我的机会，以引导青少年爱国之心、强国之愿、报国之志，丰富青少年文化内涵，同抒爱国情怀共话祖国新貌，以自己的实际行动向伟大祖国70周年华诞献礼。”嘉荣SPAR营销总监蒋张表示。

少年智则中国智，少年强则中国强。一直以来，嘉荣SPAR免费为青少年搭建了多个专业的展示舞台，如“嘉荣小童星-少儿音乐大赛”、“少儿环保绘画大赛”、“少儿舞蹈大赛”等，为有梦想的少年儿童提供了一系列圆梦机会，以实际行动践行社会责任，关心下一代健康成长。



嘉荣SPAR 助力小金钟 万千少儿唱响音乐梦

2019年10月26日晚，第二届嘉荣小童星暨第九届中国少儿小金钟音乐大赛东莞赛区总决赛在嘉荣SPAR超市星河城店隆重上演。比赛现场决出18名直通第九届少儿小金钟音乐大赛全球总决赛舞台的“嘉荣小童星”。成功进入决赛的小选手们，他们多才多艺，自信昂扬，在舞台上，尽情展示着自己的声音和才华，为现场观众带来了美妙的视听盛宴。

大赛主办方广东广播电视台王常健、广东嘉荣超市有限公司营销总监蒋张、大赛承办方东莞市晟兰文化传播有限公司邹欢玉、东莞市童联盟文化发展有限公司莫龙亮等嘉宾出席比赛。

本次大赛共分声乐、器乐两大类比赛。从5月份在嘉荣SPAR超市华南摩尔店正式启幕，历时5个月余，共有2000多名选手通过大赛官网、嘉荣SPAR超市线下门店等方式参与报名。当天的总决赛现场热闹非凡，75名选手及其亲友团将大舞台围得水泄不通。

据悉，中国音乐金钟奖是中宣部批准设立，由中国文联和中国音协共同主办的中国音乐界综合性专业大奖。中国少儿小金钟音乐大赛是中国音乐金钟奖的一部分。第二届嘉荣小童星暨第九届中国少儿小金钟音乐大赛东莞赛区由广东嘉荣超市有限公司主办。嘉荣SPAR希望通过传递音乐正能量，打造积极、健康、阳

光的嘉荣小童星，为中国音乐界输送更多有潜质的艺术苗子。嘉荣SPAR营销总监蒋张表示，今年是嘉荣第二次合作举办小金钟音乐大赛，希望通过“嘉荣小童星”这项公益赛事，能为孩子的梦想插上翅膀，助力他们成为耀眼的未来之星。

总决赛现场，进入决赛的嘉荣小童星们准备充分，分别带来了独唱、笛子、古筝、吉他独奏等精彩表演，别看小选手们年龄小，但是他们扎实的基本功和一丝不苟的态度，深受在场导师和评委的一致好评。评委肖贝贝表示，2000多名选手通过选拔、初赛、复赛后，能够晋级东莞赛区决赛的75名都具备了很高的音乐素养，“很高兴能看到东莞有这么优秀的孩子，他们各具特



色，有的擅长器乐，有的擅长声乐。我的总体感觉是，相比较上一届的比赛，这次决赛的选手在实力上又有了很大进步，在音乐节奏把控、舞台表现力以及临场应变能力等方面都日趋完善。”她认为，此类大型公益比赛，给东莞市的少年儿童搭建了一个零门槛的展示舞台，有助于带动东莞市民学习音乐、欣赏音乐，并进一步提升东莞市民的整体音乐素养。

选手家长黄女士告诉记者，从5月份参赛以来，孩子不仅在演唱技巧上提升颇大，而且更善于表现自己，“他经历过‘小金钟’这种大舞台之后，整个人变得自信很多，对于班级中、学校里举行的各类才艺展示活动参与程度更高，还拿了不少奖励。”

从海选、复赛再到决赛历时五个多月，历经10场比赛，经过一轮紧张激烈的角逐，最终诞生金、银、铜奖获得者，共有18名选手顺利晋级“小金钟”全球总决赛，此外还通过投票产生3名总决赛选手。11月30日-12月1日，小金钟全球总决赛在广东清远举行，21位选手代表嘉荣小童星参与决赛，取得了1金9银5铜的好成绩。

这是嘉荣SPAR重磅打造的第二届小金钟音乐大赛，高人气的赛事形成品牌效应，提升嘉荣SPAR的知名度和美誉度，不断丰富品牌内涵。



超级明星奶爸刘畊宏亲临嘉荣SPAR超市星河城店与粉丝零距离接触

2019年6月29日，超级明星奶爸刘畊宏亲临嘉荣SPAR超市星河城店，为超级“网红”奶粉大牌诺优能造势。现场精彩不断，刘畊宏畅谈自然育儿经，并与现场幸运家庭进行面对面互动。

下午15:00，刘畊宏身着休闲的运动服亮相，立即引爆全场。刘畊宏亲切地向大家问候，并表示非常开心来到嘉荣SPAR超市，也非常高兴与东莞的粉丝见面。活动现场由超级明星奶爸刘畊宏带领，让爸爸妈妈们带着宝宝在大自然中尽情玩耍，培养宝宝认识事物、独立解决问题的能力，享受与自然沟通、探索自然奥秘的无穷乐趣。

明星养娃各有绝招，星二代们更是各有所长。据悉，刘畊宏拥有一个儿子，两个女儿，可谓是儿女双全，既软萌可爱，又聪明机灵，羡煞旁人。刘畊宏透露，除了陪伴孩子成长之外，他对他们的日常饮食也非常注重。在日常的饮食习惯培养中，刘畊宏尤其注重选择源自纯天然，口味清淡无添加的食材。而这也正是他为宝宝选择满满自然力的诺优能的原因。

纽迪希亚区域经理袁黎黎表示，作为深受众多妈妈喜爱的婴幼儿奶粉品牌，诺优能秉承自然理念设计产品配方，100%欧洲原装进口，以更好的方式提供成长能量。诺优能通过实际行动，以满满自然力配方，陪伴宝宝成长为优能灵动、活力强健的自然力宝宝。

嘉荣SPAR供应链公司总监胡国明表示，嘉荣SPAR超市十分荣幸能与诺优能进行合作，致力给宝宝更多营养，助其健康成长，和中国父母一起，养育充满活力的健康宝宝。

星光闪耀，快乐无比。活动现场刘畊宏与现场幸运家庭进行面对面互动，还与宝宝们亲密互动做起各种小游戏。在诺优能奶粉的营养帮助之下，萌娃们在游戏环节中表现的非常聪明勇敢，一路冲破“wow 出最强音”、“牧草小精灵”、“强健搭档”四个关卡。闯关顺利的小朋友，还能获得精致礼品，还有幸运家庭与奶爸刘畊宏零距离合影，将现场气氛推向最高潮。



为了感谢刘畊宏莅临嘉荣SPAR超市星河城店，嘉荣SPAR母婴部总监罗军代表公司向刘畊宏送上特制的精美礼品，祝福刘畊宏事业、生活顺利。

在过去的几年里，嘉荣SPAR多次携手合作伙伴为消费者带来惊喜，比如曾共同举办潘婷、飘柔、舒肤佳等品牌明星见面会活动，邀请了国民女神高圆圆、人气奶爸杜江等明星与消费者近距离互动。此次嘉荣SPAR与合作诺优能的大型品牌活动，吸引了很多顾客参与。通过本次活动，借由著名超级明星奶爸刘畊宏的影响力，倡导自然育儿的理念，鼓励父母真正参与到孩子的成长中去，做到有效陪伴，引导孩子学会在自然中探索，在体验中收获更深刻的知识，让孩子自然成长。接下来，嘉荣SPAR还将联合理念一致的品牌，共同探索和建立与母婴人群更精准、深入沟通的方式及场景，守护中国宝宝健康成长。



“微爱集善” 助力贫困学子圆梦

快节奏的生活里，总有一些角落，要留给那一抹善意与情怀，就算是小小的爱，也是力量。

当我们生活在舒适的环境中，有这样一群孩子，他们家境贫困但依旧勤奋上进，他们渴望学习，渴望用知识改变自身命运，实现美好梦想。每个孩子的梦想都值得用心浇灌，2019年11月18日起，嘉荣SPAR与合作伙伴联手开展“爱心接力”，号召广大市民伸出援助之手，奉献点滴爱心，帮助贫困学生继续求学，筑梦未来。

从2016年起，嘉荣SPAR将每年11月定为“公益月”，携手合作伙伴联合开展“爱心接力”，以爱心捐助的形式，“微”爱集善，所筹集的善款主要用于支持中小学生学习及圆梦。该公益项目已是第四年开展，以赠送爱心包裹、捐赠助学金的形式，“圆梦”足迹遍及梅州、东莞、韶关等不同地区。

今年“微爱集善”公益项目再次暖心启动，11月18日至11月30日，顾客于嘉荣SPAR门店购买指定品牌产品，嘉荣SPAR及品牌商即对应捐赠该商品的一定比例作为爱心基金，活动结束后按参与活动商品的实际捐赠比例计算对得出捐赠总

额。本项目筹集款项对应支持瓦蓝棧公益基金会主推的助学圆梦项目，用于支付贫困及失学儿童助学金，涵盖大、中、小不同级别的学生年级层。

嘉荣SPAR深知，每一个人的微小助推，可以形成让世界更美好的力量；每一次公益活动的发起，都将积累起可持续的爱心阵地，汇聚爱心的暖流。嘉荣SPAR希望通过这个爱心助学活动，能够影响和带动更多的社会力量一起加入公益事业，让爱的种子不断播撒，传播到更多需要帮助的地方，为需要帮助的孩子送去温暖。



关爱“新候鸟”

有关“新候鸟计划”公益活动的扶植从未停歇，嘉荣SPAR通过一系列暖心举动，关注“新候鸟”的成长需求及情感需求，将细微处的贴心贯穿于需要关爱的孩子心里。

爱心汇涌成泉 助“新候鸟”茁壮成长

2019年1月6日，由东莞市农民工工作领导小组办公室、广东嘉荣超市有限公司、东莞市横沥隔坑社区服务中心等单位主办的2019关爱新候鸟春晚在横沥稻香饮食文化中心幸福厅温情上演。嘉荣SPAR在本次活动中再次向“新候鸟计划”捐赠268700元。

今年是嘉荣SPAR扶持“新候鸟计划”的第九年，也是嘉荣SPAR与横沥隔坑社区服务中心共同打造“嘉荣幸福家园项目”的第四年。“嘉荣幸福家园”为6周岁以上的外来子女提供公益性帮扶，由专业社工提供“天天相聚四点半”新莞人子女校外学堂、兴趣小组、才艺班、心理辅导、生日会、文娱小组、亲子互动以及志愿者建设等服务。目前，“嘉荣幸福家园”项目在横沥镇石涌村、隔坑村以及石排镇埔心村开设了3个服务点，为区内新莞人儿童提供安全的成长环境，促进他们在城市的融合和健康发展。

2019年，除了赞助“嘉荣幸福家园”三个新候鸟服务点的租金，嘉荣SPAR还携手横



荔城坑社区服务中心举办了一系列“新候鸟”关爱活动，比如，在春节期间开展“欢欢喜喜迎猪年”亲子迎春活动，让“新候鸟”们在欢歌笑语、轻松和谐的氛围中感受亲情的美好、新年的喜悦；在六一儿童节到来之际，组织“新候鸟”来到嘉荣SPAR超市，参加“你来购物我来结账”关爱新候鸟儿童节活动，让“新候鸟”们享受购物的乐趣；在父亲节期间，开展“父爱如山”手绘T恤亲子活动，让“新候鸟”们充分体验到亲子活动所带来的温馨与快乐。一系列暖心互动游戏为“新候鸟”家庭提供了沟通互动平台，让亲情变得更加亲密和稳固。此外，还有暑期国画兴趣班、乐器培训班等一系列兴趣小组，不仅丰富了“新候鸟”们的精神世界，也为“新候鸟”家庭减轻了兴趣课程费用负担。据统计，2019年约有24000人次新莞人子女及其家庭受惠。

每年为贫困新莞人子女派发助学金是“新候鸟计划”的固定项目。2019年，共有59名贫困新莞人子女分别拿到500-1000元不等的助学金，助学金总额达49500元。这笔助学金由嘉荣SPAR捐助。据统计，至此，嘉荣SPAR已资助贫困新莞人子女541人，资助金额共达30万余元。

除了自发支持“新候鸟计划”，2019年暑假嘉荣SPAR积极拓宽爱心渠道，与联合利华共同发起关爱留守儿童慈善活动，顾客购买700ml装清扬洗发水1瓶，嘉荣SPAR即与联合利华捐出1元支持“新候鸟计划”，拉动了3000余人参与。嘉荣SPAR不仅出资捐助，而且让社会广大群众参与到公益行动中来，体现了模范企业对社会的一份责任。

关爱“新候鸟”，嘉荣SPAR从未止步。嘉荣SPAR愿做公益理念的躬行者，助力更多“新候鸟”展翅高飞。



为留守儿童编织五彩假期 嘉荣SPAR超市携手联合利华连续五年 发起关爱留守儿童公益活动

迄今为止，“与爱童行—新候鸟快乐成长”夏令营已成功举办五届，始终基于留守儿童健康快乐的成长诉求，致力于培养孩子们独立、自信、坚强的品格，从而放飞孩童梦想。今年，历时4天3夜的“与爱童行—第五届新候鸟快乐成长”夏令营已圆满落幕，在本次夏令营中，孩子们学会了在欢笑与泪水中勇敢，也学会了在挑战与困难间独立。借由这次公益活动，嘉荣SPAR献给留守儿童最为难忘的盛夏礼物。

连续五年举办夏令营活动让留守儿童在暑期收获成长快乐

情系留守儿童，共筑成长之梦。据了解，自2015年开始，嘉荣SPAR与联合利华将公益活动升级，先后开展了五届为新候鸟们而举办的“与爱童行—新候鸟快乐成长夏令营”。5年来新候鸟们走过了广东多个重要的城市，通过丰富多样的旅程，从不同领域汲取成长的营养，获得积极向上的正能量，从而培养乐观的人生态度，享受生活的幸福和快乐。

2019年8月5日，嘉荣SPAR携手联合利华清扬品牌举办的“与爱童行—第五届新候鸟快乐成长夏令营”正式开营，30位

“小候鸟”跟随嘉荣SPAR志愿者前往珠海、中山等城市，踏上寓教于乐的为期4天的开心之旅，让孩子们在陪伴中成长，让这个夏天不一样。

参加夏令营的孩子大多来自嘉荣幸福家园服务中心的“新候鸟”。这些孩子们，暑假里没有父母陪伴，大部分时间在老家。闭塞的视野，让这些本处在成长最关键阶段的孩子们眼里失去了色彩。趁着夏令营这个机会，让孩子们去亲身体验那些只能在电视上看到的多彩的世界，开拓视野，收获知识。



对许多孩子们来说，这是第一次和陌生的小伙伴们一起生活，这次旅程充满神秘和未知。老家在河南的李卓仪，几乎年年暑假都会来东莞和父母一起过，这是他第一次参加夏令营活动，所以和其他小朋友在一起时还有一些拘谨。出发前李卓仪妈妈希望他能通过夏令营增长见识，交到更多的朋友。

嘉荣SPAR携手联合利华让孩子们多一点微笑，8月14日前凡购买700ml装清场洗发水1瓶，嘉荣SPAR即与联合利华捐出1元支持“新候鸟计划”，用于留守儿童关爱项目。

不负遇见，共获成长，这个夏天这些“小候鸟”最闪亮

在夏令营的4天时间里，30位小朋友们编织了一个五彩假期：前往码头船游港澳大桥，和世界最长大桥亲密接触；在圆明新园，重温了清朝盛世风华，开阔视野，感受非凡历史；在航天航空科普基地，学习航天航空知识，体验小小飞行员；前往中山中野拓展基地，挑战高空绳网、真人CS野战、开展“感恩父母”主题讲座等项目，小朋友们勇往直前，认识自我，战胜自我，懂得了感恩；在广东东江纵队纪念馆，了解东莞抗日时期的历史；前往东莞市科学技术博物馆，在互动中了解现代科技的发展，培养孩子们对东莞的归属感，让孩子们了解父母所工作的城市。

新鲜的知识、有趣的实验，开拓了小朋友们的视野。在航天航空科普基地“我是小小飞行员”体验中，高俊杰小朋友表示，第一次看到这么多飞机，认识了飞机的构造，长大以后想当一名飞行员。心里有梦，眼里有光，希望孩子们的梦想和理想将如天空中翱翔的飞机一样，越飞越高。

“当你向爸爸妈妈撒娇要玩具的时候，你可知道爸爸妈妈每天要加班到深夜；当你摔一跤觉得很疼的时候，你可知道妈妈把你生下来时要疼一万倍……”在中山中野拓展基地集训最后一项，教官向所有小朋友投来了重磅催泪弹——“感恩父母”主题讲座，一句句真情实



感的倾诉，让小朋友们深刻体会到了父母的不易，就连平时调皮捣蛋的小朋友此刻也变成泪人，感受到了父母深沉的爱意。

8月8日晚，迎来了结营仪式。小朋友们在结营晚会回忆美好相遇，彰显自我荣耀。根据每一个孩子在夏令营期间的综合表现，张文婷、薛博学、王俊凯、许婷分别获得了优秀营员、学习之星、进步之星、运动之星。从腼腆到大方，从沉默到开朗，孩子们一点一滴的变化。“现在的我想唱就唱我最闪亮，这一年夏天有最温暖的目光，记忆的远方我被戴的荣光，照进天窗擦亮梦想，我最闪亮……”一首《我最闪亮》，将孩子们的变化与成长在稚嫩却深情的表演中——流露。他们在舞台上发光发热，也感染了台下的叔叔阿姨们。

在这4天里，孩子们逐渐懂得感恩，懂得尊重，懂得独立自主，懂得了合作帮助，这就是夏令营赋予每个人的美好和感动。嘉荣SPAR营销总监蒋张表示，相信这些都将会成为小朋友们一生的财富，所以坚信嘉荣SPAR此番夏令营活动的成功举办，必将成为大家一生中美好的记忆。

关爱留守儿童嘉荣SPAR一直在行动

这是嘉荣SPAR倾情举办的第五届“与爱童行—新候鸟快乐成长”夏令营。谈到举办此次活动的初衷，嘉荣SPAR营销总监蒋张表示，连续五年携手联合利华举办关爱儿童成长的公益活动，是基于双方共同的公益理念。除了向社会传递嘉荣SPAR超市及联合利华一直致力于践行社会公益、倡导社会责任心的同时，还希望通过举办这样的活动能吸引到更多的社会人士关注，并参与到关注留守儿童成长的问题中来。

关爱儿童，是一个永恒的命题，儿童成长也许只是其中很小的一个课题，但却承载着嘉荣SPAR伟大的梦想，嘉荣SPAR希望每一个儿童在成长的道路上既能脚踏实地，也能仰望星空，因为童年是那样短暂而宝贵。



Years Brilliant 璀璨



榜样人物

潘文祥：我们要学会逆势而上

对许多零售从业者而言，2019年是动荡的一年，整体零售行业下行导致市场出现低迷，卖场客流量衰减很大。面对严酷的市场环境，潘文祥和他的团队却在这片沉寂中逆势而上，2019年1-10月石碣合信店达成率均位列全公司第一，来客数同比增长16.5%，继续保持在区域零售行业的领跑者地位。

本期杂志，我们特别走近这位资深金牌店长，分享他对门店运营及行业发展的看法。从他简短的话语中，我们看到了专业零售人的坚定与稳重。在他看来，把公司业绩当成自己的事业来奋斗，并不断为之努力，总会有惊喜的收获。



工匠精神

22年的零售精英

早在1997年，潘文祥就已进入零售业。为了更好的发展，2012年7月潘文祥加入嘉荣SPAR大家庭，担任大卖场（高埗店）店长。潘文祥表示，“嘉荣SPAR长期致力于零售开发，无论是公司还是个人发展都有着更广阔的平台。”在高埗店见习2个月之后，潘文祥正式接任公司主力门店——炭焕店店长；2017年，公司将旗下门店进行分区管理，并增设“店总”一职，潘文祥晋升区域三店总，同时驻店石碣炭焕店；2018年12月，因门店调整，炭焕店整体搬迁至石碣和信店，潘文祥驻店门店变更为“石碣和信店”。

在嘉荣SPAR七年，无论是个人还是团队，潘文祥均获得了不少的成长及收获，2015年潘文祥获得第一届金牌店长特训营结业证书，带领的团队曾获得“2013年度标准及服务最优门店”、“2017年度优秀营运团队奖”及“2018年度生鲜损耗达成奖”等荣誉。

谈及在嘉荣SPAR的岁月，潘文祥觉得两件事情特别难忘。2013年8月16日凌晨三点左右，面对突如其来的洪水，接到电话后，潘文祥和他的团队第一时间赶回门店，不畏艰险、不计个人得失参与抢险，团结一致共同捍卫“嘉”园，确保门店财产无损。另



外一件是2015年4月改造停车场，当时合信老店收货部旁边有块土坡，潘文祥集合团队的力量，发挥“愚公移山”精神，最终把土坡推走，并清理、画线，改造成临时停车场，解决门店顾客无处停车的难题。两件事的成功解决，让我们看到了在潘文祥店总带领下团队的执行力和凝聚力，再难的事只要有恒心总能完成，正如潘文祥一直坚信的座右铭——“路是走出来的，再长的路，一步步也能走完。再短的路，不迈开双脚也无法到达；历史是写出来的，人的每一步行动都是在书写自己的历史。”



以客为友

留住我们的顾客群体

2018年12月29日，石碣合信嘉荣购物广场开业。与此同时，崇焕店暂时关闭整改，所有人员搬迁至石碣合信店。新店位于合信地王广场负一楼，门店左、右两边1000米范围内有两家竞争店，如何留住原来的顾客成了门店首要考虑的头等大事。

俗话说“不打无准备之仗”。潘文祥表示，团队的成员都是把门店搬迁当作自家乔迁，把顾客当作自己的亲朋好友，在搬迁前就发通知告知顾客，邀请他们前来参加。门店的主要顾客群体是工厂员工及周边小区住户，针对这一客群，平时每一次大型促销活动开启，就会积极通过电话、派发海报、公众号头条宣传通知会员。此外，每半年，门店会做一次会员电访，拜访老会员，唤醒沉睡会员。通过一系列暖心举动，门店不仅留住忠实的顾客，还实现了客流的优势增长。

成绩的背后，离不开团队的共同努力。团队的每个成员能力各有千秋，业精于勤，而“勤”的过程中更多的是同心了才会爱，热爱了“服务”才会有温度。超市不是冷冰冰的东西，真正在每一个环节从头到尾用心投入，所传达的温度顾客都能感受得到。“我们团队每个人都有着一个共同目标，在今年合伙人签约大会上，我们都是信心满满、激情满满的签下自己为之奋斗的业绩目标，每天都铭记在心，努力达成；其次，2019年我们的目标是打造公司样板店，我们的团队不断学习，不断提升标准，顾客购物体验也在不断提升，销售自然也就提升了。”潘文祥表示，门店紧跟公司步伐，重视线下顾客购物体验的同时，满足顾客线上便利需求，做好线上顾客促销工作，提升线上活动参与度，通过线上O2O拉动新的销售增长点。

为了提升业绩，潘文祥经常告诉手下，不能只在店里等顾客上门，要主动走出去，寻找顾客。为此，潘文祥亲力亲为，多次带领门店管理人员、员工到商圈内工厂、小区天台进行多点拉新及促销商品推广，打通顾客与嘉荣SPAR的新联结，把“嘉荣”带到消费者身边，激发更多新的潜在消费者。



因材施教

优秀团队是怎样练成的

众所周知，石碣合信店作为一个大卖场，枝繁叶茂，门店员工上百人。在管理团队时，潘文祥以身作则，更是以个性化的方式去对待这个如家庭般的门店。“作为店长，我会在员工面前做出表率和行动，亲自示范，影响员工共同为了团队而努力，我的方法是——我做给你看，我们一起做做着，你做我学。”

在零售人才供不应求的今天，人才的管理显得尤为重要。潘文祥表示，要打造默契高效的团队，最主要的是把合适的人放在合适的位置上。“对不称职的岗位人员进行调整，这有助于员工整体能力的提高。首先，让员工感受家的归属感，寒冬酷暑为员工准备姜汤凉茶，关爱员工；尊重每一个员工并为员工提供平等的竞争、学习机会，帮助员工成长；管理人员关注员工家庭及心理动态，及时协助员工解决困难。其次，多表扬少批评。对于员工的进步，在团队会议上和门店微信群内公开表扬，激发员工的工作积极性。再次，让员工明白一分付出回报，员工每一分付出都是为了得到更高的绩效考评得分、奖金、提成、合伙分红。”

在潘文祥强调的“因材施教”以及“人性化”管理理念的引导下，2019年1-11月份石碣合信店员工流失率仅为2.4%。值得一提的是，门店入职半年以上的老员工占比83.5%；在刚刚结束的27周年庆典晚会上，8年以上资深员工石碣合信店有26人，占整个门店员工的1/4，在所有门店中位列前茅，团队稳定性可见一斑。归根结底，成功还是集体的努力，稳定的团队可以发挥最大的效益。

市场多变

应对加速

虽然在业绩上颇有成就，但潘文祥认为，没有最好，只有更好。在市场多变的零售行业里，潘文祥相信他们的团队有能力完成公司的业绩任务。“未来有无数可能性，同时，也有无数的机遇，只有敢于拼搏，不惧挑战，方能立于不败之地。我们的门店一定会越来越优质，业绩会越来越棒，我们的奖金也会越来越丰厚。”

“志之所趋，无远弗届，穷山距海，不能限也”。我们相信，潘文祥和他的团队将继续书写美好未来。



打造嘉文化 做幸福嘉荣人

嘉荣SPAR一直以“幸福嘉荣人”为使命，始终将员工的健康和幸福放在重要位置，带着人文情感去关怀每一位员工的生活，希望每一位员工快乐工作、幸福生活。

“家文化”是企业文化的重要组成部分，公司始终坚持为员工营造家的氛围，关爱每一位员工。多次组织员工旅游活动，成立员工子女教育基金，帮扶困难员工等，让大家感受到嘉荣大家庭的浓浓温情。

同时，嘉荣SPAR十分关注员工个人的职业成长，注重员工培训。打造嘉荣商学院学习平台，实现多元化学习方式和课程服务，提升员工竞争力；启动“远航计划”储备店长特训营、生鲜初级技工培训班，打造卓越人才；推行“全员合伙”，激励更多员工共享发展成果。

嘉荣SPAR 组织员工工龄旅游活动

阳春三月，草长莺飞，嘉荣SPAR组织了一场“说走就走的旅行”，为资深员工带来了一份特殊的节后礼物——前往帝都之城北京，开启快乐的工龄旅游。2019年3月18日，嘉荣SPAR数百名员工从广州机场乘机，经过三个小时的飞行后，抵达帝都北京，走进另一种更惬意，更放松，更有趣的生活。

今年3月18日至21日、3月25日至28日，嘉荣SPAR分两批为资深员工精心组织了“北京四日游”旅游线路，走进古韵北京，看中国传统文化的历史沉淀。为期四天的旅程中，员工们游览了保存得较完整的一座皇家行宫御苑——颐和园、恢弘的皇家紫禁城，还参观了世界上最大的中心广场——天安门广场，瞻仰庄严肃穆的人民英雄纪念碑、人民大会堂，追忆光辉岁月。旅游期间，员工们还参观了奥林匹克公园，2008年北京奥运会主会场国家体育场——鸟巢、富有特色的国家游泳中心——水立方，尽收眼底。来到北京自然不能错过长城，员工们登上了万里长城，亲身当了一回“好汉”，感受天下第一雄关后方的宏大气势。最后，员工们还游览王府井大街、五什刹海酒吧街，品尝京味特色小吃，感受老北京的别样文艺小清新，体验商业帝都的时尚与繁华。

嘉荣SPAR人力行政部经理邓春花表示，零售从业人员逢年过节都很忙碌，利用旅游淡季组织员工出游，就是为了让员工身心得到放松，保持良好的精神状态。在嘉荣SPAR工作满一定年限即可参加年度集体出游，工龄越长，享受的福利越丰厚。

在旅游途中，嘉人们敞开心扉，尽情享受工作之余难得的休闲时光，切身感受北京的厚重文化、风土人情，既拓宽了视野，也加深了同事间的相互了解，增进彼此的友谊和团结协作精神。旅游归来的许圆圆表示：“这次旅行很开心，身心得到很好的调整，最关键的是在旅行中不仅领略到北京的独特魅力，还从老北京的精神洗礼中汲取营养，对今后工作大有启发。”

一直以来，嘉荣SPAR都坚持以人为本，传承“家”文化，工龄旅游作为公司的员工福利之一，不仅能让员工共享企业发展的成果，增进了员工之间的交流，增强集体荣誉感和团队凝聚力，还让员工在温馨的“家”文化中切身感受到企业对他们的关爱之情。相信以后的工作中，员工们会以更饱满的工作热情投入到自己的工作岗位中，为公司的蓬勃发展贡献自己的力量。



关爱员工子女 嘉荣SPAR为员工颁发教育基金

传递爱心与温暖，积极履行企业社会责任，嘉荣SPAR一直在行动。嘉荣SPAR是一个有温度的企业，不仅关注员工的工作业绩，更关心员工的家庭和生活。为贯彻执行嘉荣“四个经营”之“经营好家庭”的理念，嘉荣SPAR特别成立“员工子女教育基金”，关爱员工子女的健康成长，让员工感受到来自嘉荣大家庭真诚的关心与爱护。

2019年9月1日，嘉荣SPAR对在2019年高考取得优异成绩的14位员工子女进行奖励，表彰他们当前所取得的优异成绩，勉励其在大学生活中树立更高的人生目标和理想，认真规划大学生活，成为一个对国家对社会有用的栋梁之才。嘉荣SPAR通过现金奖励成绩优异的员工子女的这一形式，传达了对员工家庭的关爱之情，也鼓励广大员工经营好家庭，注重孩子的学业。

在各小学开学之际，嘉荣SPAR为112位即将入学的员工子女派发开学大礼包，鼓励一年级新生从小要开始好好学习，养成良好的学习习惯，树立正确的学习态度，以饱满的热情迎接未来的学习生活。“经营好家庭”这一理念再次传递给员工，嘉荣SPAR希望广大员工能够在公司快乐工作，在家庭幸福生活，实现工作和家庭的平衡，取得双赢的效果。

教育是民族振兴和社会进步的重要基石。嘉荣SPAR对员工子女学业的重视，是对社会和时代呼唤的一个回应，充分显示了一个企业的社会责任感，是企业发展的动力之一。同时，也体现了嘉荣SPAR对“家文化”的重视。长期以来嘉荣SPAR始终关爱员工的健康和家庭，形成了强大的向心力和凝聚力，推动嘉荣SPAR不断发展壮大。



“嘉荣商学院”网络在线平台上线 打造企业学习平台

2019年3月1日，“嘉荣商学院”网络在线平台上线。作为员工学习互动交流平台，“嘉荣商学院”提供线上多元化学习方式与课程服务，从新入职员工到转正员工，从入职培训到晋升培训，员工可以随时随地利用碎片化时间开展自己的学习计划，完成自己的学习任务，从而实现自我的提升。

据介绍，商学院线上平台的课程主要以微课和语音两种形式授课。微课由内部讲师和兼职讲师授课录制，采用声音与图像相结合的形式，增加了线上课堂的活跃度，更加生动、形象、具体。微课的内容会根据市场变化和制度调节等情况每季度进行调整，从而保证课程内容的时效性，让员工能够掌握最新的行业资讯并学习相关的内容。

此外，商学院的培训与公司员工的转正和晋升息息相关。新入职员工需要在平台上注册学习入职课程并完成相对应的课程考试，考试结果将作为员工转正重要评估依据之一。在职人员需要完成相应的线上课程和线下培训，方可进入公司的潜力人才库，拥有晋升的资格。嘉荣商学院的建立和完善，增强了人事考评的量化性评价，员工的转正和晋升更加有序、更加公开透明。

“嘉荣商学院”以线上学习和线下培训相结合，全方位为员工铺设畅通的学习渠道，提供便利性及趣味性学习平台，全面提升员工竞争力。上线至今参加学习人数达2827人次，累计学习总课程数9871门。



扬帆远航 成就自我 “远航计划”储备店长特训营隆重开营

在市场竞争日益激烈的今天，人才资源已成为企业最具竞争力的战略资源。嘉荣SPAR始终坚持把人才培养放在企业长远发展的战略高度上，不断完善人才培养制度，提高员工管理技能水平，为企业发展带来源源不断的动力。

2019年4月26日，嘉荣SPAR“远航计划”第一期储备店长特训营在总部举行开营典礼。开营仪式上，嘉荣SPAR董事长兼总裁胡近泰先生亲临现场指导并发表讲话，表达了公司对人才的高度重视和深切厚望。一句句鼓舞人心的话语让在座的储备店长信心百倍，对企业发展前景及人生规划都充满了信心。

“远航计划”作为嘉荣商学院核心培训项目之一，是店长成长的摇篮，为实现公司“增量”提供人才供给保障，以“着眼未来、拼搏奋进”的理念构建从开班、培训、跟进、考核及人才储备等环节，打造行业运营管理团队。

本次培训主要围绕特训营目的、特训营项目运营与规划等方面进行，全体储备店长认真聆听，积极参与。在本次的储备店长训练营启动会上，胡董对全体学员的学习态度和学习精神提出了更高要求，并为本届储备店长训练营确立了培养基调——实战性、文化性、昂扬性，旨在培养储备店长积极乐观的人生态度、脚踏实地的工作态度及互助互爱的团队意识。

在领导致辞后，全体储备店长参与了拓展培训，通过团队全体成员的肢体配合、团队分工，调动身体能量，增强默契，同时也让大家强化角色认知，使其更为自信，也充分意识到集体观念和团队

合作的重要性。课程最后，各岗位教练及指导老师针对大家在实际工作中接触到的各类问题进行了解答，现场气氛轻松愉快，取得了良好的培训效果。

开营典礼结束，18位来自大卖场/食品超市的储备店长将开始为期四个月的理论知识培训和两个月的门店实践代教，培训师资由公司高层担任。培训课程从“预算管理”、“商品管理”、“人员管理”、“卖场管理”、“资产管理”、“顾客管理”六大方面进行系统培训，以期培养出优秀的门店店长。此次储备店长特训营分为区域在岗学习、集中培训、轮岗实操三部分，较之前相比有了较大的改变，培训更加系统，更加具有针对性。

10月23日，嘉荣SPAR“远航计划”第二期储备店长特训营开课，34位储备店长参加了本次培训。

“立德树人，成才之所”，嘉荣SPAR通过打造嘉荣商学院这个广阔的平台，不断完善各项培训体系，建立各项品牌项目，为员工提供广阔的发展前景的同时，更为企业的宏伟目标打造出更多的卓越人才，在人才强企的道路上，嘉荣SPAR将携手全体“嘉人”共同进步，实现企业飞跃。



嘉荣SPAR举办生鲜初级技工培训班 助力技能人才成长

员工是企业运转中的齿轮，无论大小，都承担着各自的职责。嘉荣SPAR致力于打造优秀人才，精心打磨每一颗“齿轮”，实现自身稳定高效运转和优质发展。针对基层员工，嘉荣SPAR不定期开展技能培训。

2019年9月至10月期间，嘉荣SPAR举办两期生鲜初级技工培训班。来自各门店的18位初级技工在福德食品厂进行为期三天的理论学习，并在银丰店进行为期六天的实操培训。

作为贴近民生的零售商，嘉荣SPAR一向重视对生鲜的管理和经营，因此对生鲜技工提出了更高的要求。嘉荣SPAR的生鲜初级技工培训班建立在生鲜熟食技工培训认证体系的基础上，通过对生鲜技工进行培训，培训后进行资格认证，所有生鲜熟食技工持证上岗，为门店提供专业的技术人才，全方位提升门店的专业服务。生鲜初级技工培训班的举办，代表着嘉荣SPAR在保持一贯特色前提下，对内修的求新求变与提升突破，力争为顾客提供更专业的服务。

此外，门店员工通过培训后，可实现调薪，并进入潜力人才库。生鲜技工培训不仅为公司生鲜技术岗位持续性输出人才，同时也为员工职业提供专业优质的发展通道。此项培训将形成常态化，为更多的技能人才搭建成长平台。



共创新辉煌 嘉荣SPAR开启“全员合伙”新征程

合伙共创辉煌，合伙共享未来。2019年，嘉荣SPAR不断完善合伙机制，全面推动合伙机制落地，为合伙机制的健康发展保驾护航。

2019年4月13日，嘉荣SPAR2019合伙门店启动大会在洪梅江景会议中心隆重举行，拉开了公司全面推广合伙人机制的序幕。合伙执委会主任谢琛、大店部总监魏良健及门店店长近百人出席了本次大会。会议期间，46位意向合伙店长正式签订了合伙人协议，成为了嘉荣合伙人。“嘉荣合伙人”此前已经历长达一年的落地尝试，成功经受住市场考验，为门店经营和发展提供了一种新的可能，焕发了勃勃生机，赢得了广大员工的一致认可和信赖。

4月27日，嘉荣SPAR合伙人工作组兵分多路，分别前往47家门店参与门店合伙签约仪式。各合伙门店店长对合伙经营策略



进行全方位解析，并进行现场宣誓，激发员工的热情和强烈的使命感。

嘉荣SPAR合伙机制的全面落地，让一个个有担当有能力的嘉荣人的职业梦想成为了现实，加深了员工对企业的归属感和集体荣誉感，极大地激发了工作热情。嘉荣SPAR推行“全员合伙”，将激励更多核心成员共同发展、共享成果。



望外 View The World

SPAR 国际



2019年SPAR国际年会在斯洛文尼亚举行

2019年5月19日，为期一周的第64届SPAR国际年会在斯洛文尼亚美丽的首都卢布尔雅那市拉开帷幕，来自全球46个国家的300多位SPAR代表参加了此次盛会。

在本次年会上，SPAR国际发布了2018年SPAR全球年报。2018年，SPAR取得强势增长，开出335家新店，门店总数达到13,112家，销售额增长5.4%，达到358亿欧元（合人民币2,864亿元）。

在为期两天的大会上，代表们聆听了多位嘉宾的精彩演讲，话题涉及全球SPAR业务的方方面面。SPAR合作伙伴围绕“将顾客放在首位”这一主题展开了精彩发言，并进行了小组讨论，探讨如何顺应消费者需求和期望进而推动品牌发展。

会上，多位SPAR加盟零售商和特邀嘉宾发表了鼓舞人心的演讲，介绍了自己如何施行以顾客为中心的经营策略。

同行共赢 顾客第一

从本届年会报告中可以看出，各本地市场增长普遍表现不错，

主要得益于合作伙伴们在新老SPAR市场上的持续投入，以及SPAR向更多新国家市场的不断扩张。

“我们享有四大洲48个国家的多元化优势，”SPAR国际总裁托比亚斯·瓦斯穆特（Tobias Wasmuht）表示：“我们比之前发展得更壮大、更快速，并没有放慢前进的脚步。”

SPAR能实现这种增长与扩张，主要得益于当今社会中产阶级人群越来越多，为SPAR的未来发展带来巨大希望，尤其在非洲、亚洲和中东地区最为突出。来自这些地区的合作伙伴在会上谈到了这一话题，阐释了SPAR的合作理念：大家联手合作，共赢美好未来。

展望未来，我们的重点工作是要满足不同年代消费者的需求。目前，许多SPAR合作伙伴和零售企业正着手解决这一问题，尤其是重点思考如何赢得更年轻一代消费者市场。

将顾客放在首位 促进SPAR向前发展

大会伊始，特邀嘉宾弗兰斯·特姆彭纳斯博士（Dr. Frans





Trompenaers) 首先发表演讲, 他谈到了工作环境多元化的好处, 以及文化多样性的优势和重要性, 观点很有见地, 也很有启发性。会议演讲环节就此拉开序幕。

SPAR奥地利CEO格哈德·德雷克塞尔博士 (Dr Gerhard Drexel) 分享了其2018年取得的优秀成绩, 并对2019年工作进行了展望, 谈及了公司的门店投资策略, 以及公司在完善自有品牌商品方面所做的努力, 以满足当前市场趋势和消费者偏好。

奥地利 SPAR 国际公司 (Aspiag) 的罗伯特·斯皮格尔 (Robert Spiegel) 在会上发表讲话, 介绍了Aspiag集团下所有国家成员如何联手合作, 如何做到始终将顾客放在首位。Aspiag集团在斯洛文尼亚、匈牙利、克罗地亚和意大利北部发展 SPAR 业务。

SPAR 斯洛文尼亚 CEO 伊戈尔·梅尔维奇 (Igor Mervi) 与大家分享了28年来在该国 SPAR 成功的品牌定位及相应的主要成就。而且通过顾客的投票支持, SPAR 成为该国排名第一的超市品牌。

为了给顾客打造当地最顶级的购物体验, SPAR 挪威分不同阶段, 建立起强大的会员忠诚项目。目前 SPAR 忠诚会员卡已覆盖挪威 80% 家庭。SPAR 合作伙伴为下一年制定了重大发展规划, 计划

在全国开设更多新店。

“我们投入了大量资金对全国所有超市进行全面翻新升级, 整体来看, 翻新后的门店均实现了10%的增长。” SPAR 挪威 CEO 菲尔戴姆 (Ole Fjeldheim) 表示。

应对不断变化的顾客需求

SPAR 在爱尔兰始终奉行“将顾客放在第一位”的宗旨, 得到全国独立零售商的大力支持与配合, 生鲜、产品品质、店铺标准、科技、价值、品牌、零售和食品创新是 SPAR 爱尔兰的重点业务, 是推动 SPAR 在爱尔兰持续发展与成功的重要因素。SPAR 爱尔兰合作伙伴还面向2021年制定了新零售策略, 特别侧重将顾客放在第一位。

在英国, SPAR 以经营便利店为主, 围绕消费者的五大购物目标进行品牌定位, 尤其以满足顾客便利性需求为目的。其中, SPAR 英国的自有品牌系列商品就是满足购物者需求的主要体现。公司共有自有品牌商品 1,000 余种, 创造零售销售额超过 3 亿欧元。SPAR 英国正在利用自有品牌产品优势重塑其在消费者眼中的市场地位——推出更多能吸引年轻一代消费群体的更时尚产品。

在荷兰, SPAR 整体发展充满活力, 且维持稳步发展态势, 尤其关注发展便利店业务。SPAR 荷兰的工作重点是在其经营网络内



新增更多 Express 便利店, 去年在全国开出了全新的 SPAR Express 加油站前场便利店 100 余家。

“我们的目的是通过日常便利性服务提高 SPAR 对顾客的吸引力。” SPAR 荷兰约翰·范德特 (John van der Ent) 表示。

以顾客为中心的增长策略

在前三轮小组讨论中, 来自比利时、瑞士和丹麦的 SPAR 代表们与大家分享了他们在 2018 年的发展成绩, 探讨了他们以顾客为中心的经营策略, 具体包括门店持续投资、注重便利和新鲜, 以及落实新数字化技术和可持续运营方案等。

接下来两位特邀嘉宾发表了富有启发性的讲话, 分别是 Boxed.com 食品杂货网站 CEO 和创始人黄介述 (Chieh Huang) 和 Ogilvy 奥美集团副董事长罗里·萨瑟兰 (Rory Sutherland)。黄介述分享了自己的成功经验, 他认为自己的成功主要是因为始终坚持将顾客放在首位, 打破市场规则, 不断创新发展; 罗里则表示, 零售人要以敏锐的洞察力从消费者行为中发掘常人难以察觉的机会, 小改变能对顾客购买决定产生大影响。

投资 SPAR

小组讨论环节还探讨了 SPAR 品牌在非洲的增长情况, 以及在津巴布韦、博茨瓦纳和尼日利亚面临的主要挑战, 来自这些国家的 SPAR 代表们谈到了他们强大的品牌信念, 以及与独立零售商合作推动 SPAR 品牌在当地发展所做的杰出工作和努力。

SPAR 南非为非洲大陆上的所有合作成员提供了大力支持。会上, 代表们了解到非洲大陆国家如何在 CEO 格雷厄姆·奥康纳 (Graham O'Connor) 的带领下联合起来共同发展; SPAR 南非的工作重点, 包括鼓励员工提供超出消费者预期的购物体验, 打造最高标准的顾客服务等。

在俄罗斯、匈牙利和克罗地亚代表发言之后，SPAR国际的大卫·摩尔（David Moore）带领大家了解了SPAR在过去几年的扩张情况，以及当SPAR扩张到50个国家后的未来情形。他说：“SPAR品牌将变得更大、更强、更有实力、更有市场可见度。”

SPAR在过去三年内成功进驻十一个国家，并计划在2019年再进入三个新国家。针对未来两至三年，SPAR设定了三个重要目标：即重新进入波罗的海国家并在当地打开一片市场；继续成功进入巴拉圭之后继续深入开拓拉丁美洲市场；继续推进亚洲市场发展。

在最后一轮小组讨论中，大家针对如何提升SPAR在欧洲南部地区吸引力展开了讨论。随后深入介绍了SPAR在阿联酋、阿曼、沙特阿拉伯等中东市场的发展情况；接着，代表们全面了解了中国零售市场的发展与变化，以及SPAR中国的应对措施；经过系列有效措施，SPAR中国巩固了其在全国零售表现排名第六的领先地位。

未来顾客群体

为期两天的会议最后，国际主旨发言人斯蒂文·范·贝莱格姆（Steven van Belfeghem）发表了讲话，鼓励代表们思考如何更好地做到以顾客为中心，现场气氛非常活跃。

针对SPAR如何利用我们在个性化、人性化等方面优势和新科技在竞争中保持领先地位，斯蒂文提供了一些值得思考的意见。

“对于像SPAR这样的零售企业来说，未来商业发展的一大悖论是，生活在数字化和顾客体验方面会变得越来越复杂，但我们的顾客却想要过更简单的生活。”斯蒂文·范·贝莱格姆表示。

SPAR为社会带来积极改变

SPAR向斯洛文尼亚当地慈善机构Mal i Babi 青少年看护中心捐助爱心款45,000欧元。该慈善机构由本届年会东道主SPAR斯洛文尼亚选定，爱心捐赠也代表了出席本届年会的所有全球SPAR合作伙伴。

继去年年会之后，今年是第二次在年会上发起这样的爱心捐赠活动，为年会举办国家留下一份美好的礼物与祝愿，用自己的力量为当地社会带来积极改变。

中国SPAR代表分享2018年发展成果

在年会上，SPAR中国总裁谢夫林（Jerome Chevrier）向来自全国40多个SPAR国家的同仁们介绍了SPAR中国在2018年的发展成果，介绍了中国零售市场概况，并解析了未来发展方向，提出了接下来3年SPAR中国的发展战略。

来自SPAR中国8大地区的合作伙伴们在年会上与来自全球的SPAR同仁交流前沿零售概念，分享创新商业模式，将国际先进管理模式带回国内进行探索，进行本土化应用。



2019年SPAR物流与信息技术峰会在威海举行

2019年10月14日至17日，由SPAR山东家家悦集团承办的SPAR中国以及SPAR国际物流与信息技术峰会（LOGIT）在美丽的山东威海顺利召开。峰会吸引了来自欧洲、非洲、中东及亚洲的十六个国家、三十个成员企业、一百五十多位代表参加，是SPAR物流峰会近年来参会人员最多的一届。

本次盛会期间两大会议接力举行：14日至15日第八届SPAR中国物流与信息技术峰会，以及15日至17日第二十三届SPAR国际物流与信息技术峰会，分别就中国当前数字新零售、全球零售数字化转型的意义、机遇、挑战，以及现代物流、供应链发展及未来运输管理等诸多议题，开展了深入的分享与探讨。所有参会代表汇聚一堂，共享各自商业发展先进经验，探讨各自市场行业最新发展成果，拓展物流及信息技术专业领域的合作关系。在颁奖环节，峰会表彰了多个在物流供应链发展与体系建设方面取得杰出成就的SPAR合作伙伴。在参观SPAR山东家家悦门店、配送中心以及中央厨房环节，特别是国际与会代表对中国零售物流领域的数字化发展程度颇为赞叹、印象深刻。

第八届SPAR中国物流峰会

14至15日，第八届SPAR中国物流与信息技术峰会在山东威海九龙酒店召开。此次SPAR中国物流峰会以“以人为本，打造核心物流”为主题，邀请了SPAR中国各地区成员分享回顾过去一年物流的发展，聚焦“以人为本核心物流”的案例分享，同时由SPAR国际专家共享其他SPAR国家零售物流的发展近况，特别就如何管理高性价比运输，以及在零售组织上从物流向供应链转型等议题进行了深度的交流。

发言嘉宾不仅有来自SPAR中国总部、SPAR山东家家悦、SPAR广东嘉荣、SPAR北京华冠、SPAR四川德惠以及SPAR国际的多位物流领域精英，同时也特别邀请到中国连锁经营协会会长和多家SPAR长期合作供应商代表。

在14日的SPAR中国物流峰会上，本次会议的承办方

SPAR山东家家悦党委书记、常务副总经理傅元惠首先致欢迎词，SPAR中国总裁谢夫林（Jerome Chevrier）对中国零售市场做出了系统性分析。他认为SPAR中国的三大支柱，即以“联合采购”、“注重以客户为中心”、“坚持在同一品牌下”联合支持SPAR中国的理念，回归零售根本。SPAR山东家家悦的发言人则呈现了家家悦目前的供应链发展现状，物流信息系统和自动化应用系统，并且展望了未来数字智能化供应链的发展。同时，参会嘉宾Herm也介绍了目前SPAR在沙特阿拉伯、英国和格鲁吉亚的发展情况。

此次峰会作为SPAR中国连续八年搭建的物流与信息技术沟通平台，为参会者提供了一个深入探讨国内该领域最新发展技术、经验和成果，以及越来越强调“以人为本”理念，以提升实践中的效率，极大推动了SPAR中国成员企业在物流管理方面的提升，助推了SPAR中国现代化物流的进一步升级。



第八届SPAR中国物流峰会

10月15日-17日，紧接着SPAR中国物流峰会闭幕，第二十三届SPAR国际物流及信息技术峰会接力举行，围绕“数据驱动下的零售”展开分享和交流。这也是SPAR国际物流与信息技术峰会首次来到中国举办。此次峰会首先由SPAR国际运营总监汤姆·罗斯（Tom Rose）开幕，SPAR山东家家悦集团董事长王培根致欢迎词，并特别邀请到中国连锁经营协会（CCFA）会长裴克先生开场介绍了中国现代零售业的发展。

数字化零售

随着大会进入“数字化零售”环节，来自SPAR奥地利的代表汉尼斯·莱巴赫（Hannes Leobacher）和维尔纳·克劳斯（Werner Kraus）就“零售数字化转型的现实意义”做了相关分析；其次，来自SPAR荷兰的埃德温·布莱克曼（Edwin Brekelmans）则对零售数字化在推动供应链合作方面扮演的特殊角色和起到的积极作用做了相关阐述；来自泰国的特邀嘉宾杰夫·托森（Jeff Towson）着重强调了数字中国下的新零售，认为是当前全球零售业数字化程度最高的市场。

为数字化社会优化

16日上午，会议进入第二环节议题“为数字化社会优化”，挪威Norgesgruppen Data As公司总经理首先提出了“数字零售的机会与挑战”，紧接着SPAR山东家家悦郑国庆就SPAR山东在强化IT基础架构方面所做的工作进行了分享，SPAR津巴布韦的洛可·马拉西亚斯（Rocco Malahias）则就非洲零售的IT发展进行了对比交流，SPAR广东黄飞就SPAR广东数字支付的发展如何提升顾客体验、优化零售做了案例分享。

加强端到端网络

会上，多位国际SPAR成员就各自物流建设方面开展了深入沟通：SPAR英国马克迪肯（Marc Deakin）讲述了AF布莱克摩尔集团“同一个物流”理念的形成与落实，SPAR中国唐海滨对中国供应链近年来的发展则进行了详细的阐述，另外SPAR荷兰罗布·莎洛姆（Rob Selome）就SPAR荷兰物流网络、SPAR阿联酋亚瑟·顾阿库（Arthur Gwaku）就SPAR阿联酋现代物流发展的情况均作了相关分享。



门店及物流配送参观

16日下午，所有参会人员由SPAR山东家家悦团队的有序带领下，分别参观考察了SPAR九龙城店、SPAR皇冠店、SPAR山东家家悦威海物流中心和威海配餐中心。

SPAR Greeny's精品超市（九龙城店）是家家悦集团与国际SPAR合作创新推出的新型业态，2013年9月试营业，经营面积3600平米，是威海目前最高端、进口商品种类最全的超市。SPAR家家悦皇冠店则位于威海市经区皇冠小区，2000年10月开业，营业面积600平方米。2009年，家家悦与国际SPAR合作，对皇冠店进行了升级改造，推出了第三代生活馆业态，融合了以生鲜、熟食为主要商品形态的生活超市，按照欧式生活超市运营管理规范，建立生活超市样板店，给消费者带来便利、舒适的购物体验，赢得了消费者的信赖和认可，经营业绩连续十年保持了增长。

SPAR山东家家悦威海物流中心占地面积12万平方米，一期工程2006年开工建设，2008年投入使用，建筑面积4.5万平方米，按国际标准规划建设，采用高位立体货架进行商品存储，设有零拣及存储仓位4万个，库存容量100万件，配置商品品种1.8万个，日吞吐量20万件。SPAR山东家家悦威海配餐中心是一处集农副产品生熟加工、配送于一体的规模化中央配餐系统，2011年投资建设，2013年投入使用，总投资3亿元，占地3.5万平方米。数字零售：影响与机遇

在分享交流并参观考察当前零售业物流数字化与信息技术的发展现状之后，与会代表们探讨了零售物流及信息技术的未来发展。17日上午，SPAR国际查尔斯·戴维森（Charles Davidson）就未来运输管理做了相关展望，随后SPAR挪威安妮·哈格鲁普·海格达尔（Anne Hagerup Heggdal）介绍了ASKO挪威的数字化发展；其他代表也就“区块链在食品零售业的发展”以及“未来零售的现实意义”等话题做了相关分享。大会在最后的颁奖仪式中正式闭幕。

本次SPAR中国以及SPAR国际物流与信息技术峰会的成功举办，对SPAR中国以及SPAR国际全球成员的互相沟通交流与学习，又极大地推进了一步。在中国新零售蓬勃发展与多种挑战并存的大背景下，SPAR全球大家庭共聚一堂，探讨零售数字化转型，获得了深刻的理解与思考。SPAR将不断致力于联合全球成员企业，共同探讨物流和信息技术应用领域新趋势，共享SPAR全球先进理念，应对日新月异的国内国际竞争环境。



SPAR品牌进驻科索沃市场

SPAR正式进驻科索沃，在首都普里什蒂纳开出三家门店；科索沃成为迎来SPAR品牌的第27个欧洲市场。SPAR科索沃是由本土成熟的快消品批发和零售企业伙伴联合成立的新公司，将联手SPAR国际为当地消费者打造崭新的全球化食品零售，保证产品高端优质，价格经济实惠。

2019年7月，SPAR科索沃举行了正式的开业庆典仪式，政府领导、供应商代表和当地媒体应邀出席了庆典活动。SPAR科索沃在开业当天宣布，未来五年将在全国开设35家新店。荷兰驻科索沃大使格温·威廉姆斯（Gemie Willems）出席当天活动并发表讲话，他谈到了科索沃的市场发展机会，他们可以借用其他SPAR合作伙伴共享的行业知识与技术，为当地购物者带来更高水平的零售服务和优质产品。

SPAR科索沃将为当地顾客引进更多SPAR自有品牌商品、国际进口商品，供应科索沃当地新鲜农产品，帮助本地供应商提升各自市场份额。SPAR科索沃还为当地零售市场带来更多就业岗位，提供国际标准的人才培养与发展机会。

SPAR科索沃计划在2019年年底前再开三家，在2020年再开七家新店，覆盖首都普里什蒂纳和其他科索沃城镇，将SPAR品牌带到更多消费者身边。SPAR科索沃会根据不同的市场特征，进行合理的产品配置和业态设计，以满足当地消费者的实际需求。



新开的三家门店均受到当地群众的热烈欢迎，店内丰富的新鲜蔬菜水果，供应全方位的烘焙类产品，开辟舒适的外带美食和咖啡饮品就餐区，打造无人能及的高品质自有品牌商品，提供高标准顾客服务，带给当地人们高品质的购物体验。

“对于SPAR品牌来说这是非常激动人心的时刻，意味着SPAR离突破全球50个国家市场的里程碑更近一步，”SPAR国际总裁托比亚斯·瓦斯穆特（Tobias Wasmuht）说道。“自从授予其经营许可后，我们团队立即展开了紧密合作，确保将经过我们反复尝试和验证的SPAR零售业态和国际最佳实践传授给他们。SPAR既本土又国际的经营模式，有助于我们在学习国际最佳实践的同时，也能综合利用本地零售知识。”

SPAR还在继续向前发展，目前在全球四大洲共经营门店13,115家，拥有员工约50,000人。



SPAR续约欧洲田径协会主赞助商 SPAR国际与欧洲田径协会续约主赞助商至2027年

近日，SPAR国际和欧洲田径协会续签了长达8年的新合约，直到2027年。

SPAR国际自1996年成为欧洲田径协会的主赞助商以后，这也是首次双方一次性签署长达8年的合约。这也表示SPAR将继续通过体育活动大力推动健康的生活方式。

在这份从2020年1月开始生效的新合约中，SPAR将作为以下赛事的主赞助商全程参与：

欧洲室内田径锦标赛（每两年一届）

欧洲田径锦标赛（每两年一届）

SPAR欧洲越野锦标赛（每年举办）

欧洲田径队锦标赛（每两年一届）



除了这些大型赛事，SPAR还将大力支持青少年体育赛事，赞助2020年欧洲U18青少年田径锦标赛，和2021年欧洲U20以及U23青年田径锦标赛。

SPAR国际总裁托比亚斯·瓦斯穆特（Tobias Wasmuht）谈到新赞助协议：“我们已经与欧洲田径协会合作了20多年，非常高兴能继续合作。赞助重大体育赛事活动，为SPAR带来了不可估量的品牌曝光率，提高了SPAR在全球的知名度。作为负责任的零售商，SPAR一直致力于为顾客提供健康的生活方式，通过与欧洲田径协会的合作，SPAR将更深入地推广健康生活。

欧洲田径协会主席Sven-Arne Hansen补充道：“SPAR从1996年就成为欧洲田径协会的主赞助商，在过去的20多年里，SPAR已经成为我们赛事的代名词。我们非常高兴能继续合作。对我们来说，能够拥有像SPAR这样知名品牌的支撑是非常重要的。”

2019 SPAR欧洲室内田径锦标赛在格拉斯哥举行

2019年3月1日-3日，来自49个国家的637位运动员参加了在苏格兰格拉斯哥举行的第35届SPAR欧洲室内田径锦标赛。

SPAR品牌logo形象在赛事中随处可见，包括运动员的号码布，计分牌以及媒体背景板等。20个国家媒体对赛事进行了累计452个小时的电视报道。英国BBC制作的2019赛事节目收看时长超过1,766万小时。此外，欧洲54个国家的观众通过泛欧频道观看了赛事实况，SPAR品牌得到大幅曝光和积极宣传。



2018年欧洲越野锦标赛

SPAR冠名赞助的第25届欧洲越野锦标赛于2018年12月9日在荷兰蒂尔堡市举行。

来自38个国家的600多名运动员参加了2018年越野锦标赛。整个2018年，多方媒体就运动员和赛事相关信息进行了全方位报道；赛事期间，更是引起媒体的高度关注，通过传统电视媒体和流媒体，给粉丝们带来精彩的现场直播，引起不小的轰动。社交媒体也是与主要传播途径之一，对本赛事进行了大范围传播。



2019年赛事一览

2019年8月9日-11日

欧洲田径队锦标赛 波兰比得哥什

2019年12月8日

欧洲越野锦标赛 葡萄牙里斯本



SPAR全球简讯

SPAR匈牙利开展创新产品竞赛活动

SPAR匈牙利近期开展了一场创新产品竞赛活动，活动名为匈牙利酷 (Hungaricool)，旨在为购物者开发由匈牙利当地供应商生产的全新可持续食品。

竞赛活动在今年夏天举行，为期八周，主要关注食品原料和包装方式的创新，帮助零售商为顾客提供健康可持续食品方案。多家食品生产企业参与活动，评委组从食品的包装方式、是否符合消费者趋势、消费者需求的满足程度等方面进行了综合评价。

经过专业评委组的评估，最终选出10款最优秀产品，计划从2020年4月开始，进入匈牙利34家INTERSPAR大卖场进行售卖。

在匈牙利，人们越来越喜爱优质的本土食品；SPAR通过“匈牙利酷”这样的新品竞赛活动，为INTERSPAR大卖场的购物者带来更多新颖、正宗的匈牙利食品。

SPAR泰国组织自有品牌大赛

SPAR泰国在去年组织了一场SPAR自有品牌大赛，在全国所有SPAR门店成功推出了15款新产品。

在SPAR泰国“新鲜方便的食品市场”口号下，自有品牌大赛以“品味泰国”为主题展开，目的是以“绿色创新、创造性和销售绩效”为出发点，挖掘和开发更多SPAR自有品牌商品。

本次大赛在记者招待会上宣布后，立即引起当地媒体的极大关注。公司首先从众多参赛产品中选出了30款晋级，经过严格的筛选评估后，15款产品进入最终决赛。进入决赛的15款新品在泰国所有SPAR门店上架销售，经过三个月的市场验证，销售排名前三的产品获得“品味泰国奖”。

SPAR西班牙推出新的营养应用程序

SPAR西班牙推出了新的营养应用程序“SPAR, saber elegir” (SPAR, 知道选什么)，帮助顾客对自己每天摄入的食物做出更明智的选择。用户可以免费下载使用该SPAR营养应用程序，只需在App上轻轻一按，就可以迅速了解产品是否含有谷蛋白、乳糖、鸡蛋或花生等可能引起过敏反应的物质或成分。



SPAR西班牙为推广该App，还印发了各种海报、宣传册，制作了宣传视频，并通过社交媒体等数字渠道进行广泛宣传。此外，SPAR西班牙还联合五家食品加工厂组织了抽奖活动。

该App除了提供产品信息以外，还提供1,000多家SPAR门店的具体地址和定位，用户可以很方便地找到产品对应有售的门店。

SPAR法国为零售商带来全新数字技术服务

SPAR法国给全国各零售商带来了全新的数字技术服务，希望能提高各SPAR门店的营运水平。首先，SPAR法国合作伙伴推出了一款全新的零售营运管理软件，各零售商可以通过该软件在手机、平板或电脑端实时了解门店的平均客单价、来客数、营业额等信息。

其次，SPAR法国还引进了一款新的智能补货库存管理工具 (RAO)。RAO工具可以实时分析门店销售数据和库存水平，提醒零售商什么时候该补货，需要补多少货，既能防止缺货和库存不足，也能防止库存过量导致不必要的损耗。此外，为了满足越来越多消费者对本地商品的需求，SPAR法国还为各零售商开发了数字化采购平台，各商家可通过该平台寻找本地优质供应商，并直接下单采购，非常方便快捷。

关注儿童肥胖问题 SPAR意大利积极采取行动

DESPAR意大利针对世界卫生组织和意大利卫生部对欧洲儿童肥胖问题发出的警告采取行动，按照当前食品营养指南，合理改善自有品牌食品配方。

SPAR合作伙伴与帕尔玛大学 (University of Parma) 合作，对九个不同品类下的300个自有品牌商品进行检测分析。该举措能通过降低食物中的饱和脂肪、盐、糖含量，更改包装份量大小，提高食物中的纤维含量，并建议合理改进配方等方法，提高DESPAR品牌产品的营养价值。

经过对饮品、糖果零食、饼干和早餐燕麦等品类的全面分析，DESPAR与自有品牌供应商紧密合作，正在设法对需要升级改进的产品进行重新配方。

望外 View The World

中国
SPAR



2019年SPAR中国 新开门店33家

从今年伊始到10月底，SPAR在中国持续扩张，SPAR广东、SPAR山东、SPAR张家口、SPAR四川、SPAR云南等纷纷开出新店，目前2019年全国新店已达33家。

新店业态既包括零售面积5,000多平米的大卖场，也有2,000多平米的综合超市，还推出1,000多平米的生鲜超市，以及把便利带到生活小区的便利店，满足顾客多层次、全方位的购物需求。

未来，SPAR中国将继续砥砺前行，将SPAR倡导的“新鲜，优选，超值和便利”带到更多消费者身边。



SPAR中国供应链采购 圆桌会议在沪举行

2019年3月22日，SPAR中国供应链（上海世伴供应链有限公司）在上海召开了“采购圆桌会议”，二十多位来自各SPAR中国成员地区的采购高层出席了会议，深入探讨联合采购合作模式，共同描绘世伴供应链公司的发展蓝图，助力SPAR中国成员稳步发展。

会议上，世伴供应链有限公司总裁谢夫林介绍了目前中国零售的整体发展趋势以及供应链公司的商业计划。

与会代表们分组讨论了品牌商品联合采购、自有品牌开发以及进出口业务等，确定下一步的工作方向。

上海世伴供应链有限公司由SPAR中国成员联合投资成立，宗旨是通过对接零售上游资源方面的整合与共享，为SPAR中国各成员以及各合作伙伴创造更大发展空间和合作机会，实现多个地区联合采购，统一品牌、提升效率。



SPAR中国考察团访问 SPAR克罗地亚

2019年5月25-27日，在圆满结束了在斯洛文尼亚举行的SPAR国际年会之后，SPAR中国代表团一行访问了斯洛文尼亚邻国——克罗地亚，考察当地的SPAR门店，深入交流经验。

在3天的考察中，SPAR中国一行受到SPAR克罗地亚团队的热情欢迎，访问了位于Rijeka里耶卡市、Zadar扎达尔市、Zagreb萨格勒布市的多家INTERSPAR大卖场，了解当地SPAR门店经营、品类管理、自有品牌开发模式等情况，并接洽了当地优质厂商，将SPAR克罗地亚成功的经验带回国内，继续探索SPAR中国各地区的发展之路。

SPAR于90年代进入克罗地亚市场，目前排名当地市场第二名。在当地主要经营INTERSPAR大卖场（5000m²）和SPAR综合超市（200m²-2000m²）两种业态门店。2022年国际SPAR年会在克罗地亚举办。



SPAR中国参展 2019 CHINASHOP

伴随中国零售业下一个十年的开元鼓声正式敲响，2019年11月7日，为期三天的第二十一届中国零售业博览会（CHINASHOP 2019）在山东青岛世界博览城盛大开幕。本届展会展览总面积达13万㎡，参展企业近千家，在中国零售业内具有极高影响力与宣传效应。

今年也是SPAR中国首次参展CHINASHOP，从青岛世界博览城西门进入，首先看到的是SPAR山东家家悦集团展位，集中展示了SPAR山东家家悦在零售物流、运营及商品等领域的多项成就。紧随其后的便是精心设计的180平米SPAR展厅，分为SPAR国际及中国展示区、SPAR中国八位成员展示区、SPAR自有商品展示区、SPAR门店运营及物流配送展示区以及休息会谈区。

SPAR中国借此次博览会之际，首次通过展厅的方式，面向中国零售业展示SPAR这一全球最大自愿连锁体系自1932年成立以来在全球的发展壮大，以及自2004年进入中国后，15年的稳步发展与积累。八块展板按时间轴的顺序依次展示了SPAR山东、SPAR广东、SPAR北京、SPAR四川、SPAR河南、SPAR河北（张家口）、SPAR云南、SPAR河北（石家庄）八大合作成员的发展状况，而四块更大尺寸展板则是将SPAR中国供应链的四块业务集中醒目展示，这也是SPAR中国供应链自去年CHINASHOP期间发布成立一周年里程碑。

本次展会期间SPAR展厅吸引了众多中国本土独立零售商的关注，咨询SPAR在中国的发展情况以及如何成为SPAR大家庭的一员。同时，众多商品及设备供应商也对SPAR中国供应链联合采购和谈判的模式表达了浓厚的兴趣，并有意建立合作。

SPAR中国将继续致力通过各类尝试与努力，不断加强品牌建设，为各成员带来更多支持与合作力量。



聚焦
Industry
Focus



专访北爱尔兰SPAR皮特·麦克布莱德：

推进门店现代化升级 打造差异化经营模式

皮特·麦克布莱德 (Peter McBride) 是麦克布莱德零售集团 (McBride Retail Group) 董事总经理，是北爱尔兰地区最成功的SPAR独立零售商之一。皮特是SPAR执行委员会 (InterSPAR Executive Committee) 成员，是SPAR英国国家协会董事会成员。我们采访了皮特，学习他在零售业打拼30多年的成功经验。



皮特在北爱尔兰出生长大，10岁那年就开始在家附近的一家食品杂货店做事，这也是他的第一份兼职工作。此后整个上学期间一直到大学，他都在这家店里做兼职，后来转为全职。1988年，皮特拿下了这家店的所有权，成为店主。随后，他抓住一切机会对门店进行整改与调整。看着自己的生意越来越好，皮特几年后又顺利接手了第二家店。现在，皮特把食品零售视为一份持久而成功的事业来做。

30年来，麦克布莱德零售集团始终如一地服务于当地顾客，提供480多个就业岗位。目前，该集团在整个北爱尔兰地区经营有SPAR门店12家。其中包括加油站便利店4家。所有SPAR门店均为精心打造的时尚现代化门店，满足当地社区居民的日常购物需求。

我们来请皮特谈谈他事业蓬勃发展的主要原因，以及如何让自己在竞争中有立足之地。

请介绍门店的几个主要部门

因为按计划到2020年，门店的生鲜占比要达到50%，所以生鲜食品和外带餐饮是我们店的两个主要部门。所有门店都把这两个部门作为重点部门。我们也在积极采取措施，确保店内随时供应最新鲜的、最有吸引力的生鲜食品。

为顾客提供物美价廉的本地鲜肉是当地市场的一大缺口，2015年我们在店内推出了“精品鲜肉系列”，迅速得到市场的认

可，经营得非常成功；随后，我们把成功经验复制到其他11家店，开始全面经营精品鲜肉。

支持本地企业也是麦克布莱德零售集团走向成功的另一重要原因。公司与当地众多企业建立了长期供销合作关系，打造差异化经营模式。我们的最大供应商亨德森批发公司 (Henderson Wholesale) 75%的商品都是从本地采购。

说说你们的顾客情况

门店每周来客数约为80,000人。根据门店业态模式的不同，各门店的具体来客数会有所差异。

顾客来我们店购物的目的不尽相同，有些是来买外带的早餐，有些是来买午餐，有些则是晚上来买些家里需要的东西。我们要做的是热情接待他们，用最好的服务让他们买得开心，让他们有理由再次光顾我们超市。

2018年平均客单价是7.40欧元，较2017年提高了40欧分，增长6%。

目前最主要的发展有哪些？

自2015年起，我就开始大力推进门店的现代化升级，希望能在门店融入一些新想法，比如将所有低温生鲜和新鲜蔬菜搬到门店最前端，扩大生鲜区的经营面积；进一步改善熟食部门，扩大熟食经营面积的同时增加更多新品；并在门店合适区域增设咖啡机等。



除此之外，我们还在部分门店开通了邮递服务，增设冷饮专卖店，吸引顾客走进我们店。

如何让顾客对SPAR品牌保持忠诚？

让我们的顾客保持忠诚，就要确保我们供应的都是他们需要的。顾客甚至会一天三次走进我们店里解决自己的一日三餐，所以重点是，我们要有能力满足他们的所有需求。顾客服务十分关键，我们很幸运有许多热情的、专注的员工为顾客提供最好的服务。为了解顾客对我们店整体服务水平的看法，我们还与第三方机构合作，每季度开展一次“神秘顾客调研”活动。

互联网对您的事业有帮助吗？

从2015年开始，社交媒体和数字技术就是我们日常经营中必不可少的一部分。我们的数字战略几乎涉及到日常经营的方方面面，利用数字媒体推动门店零售业绩增长，宣传我们的品牌形象，传播品牌故事，增强门店与顾客互动等。2017年，我们还凭借出色的社交媒体运营成绩，获得零售业“数字参与奖”。

未来可能遇到的主要挑战有哪些？

脱欧是北爱尔兰目前面临的唯一最主要的经济挑战。因为我们门店所在的一些城镇，很大程度上依赖旅游业和跨境自由流动，所以我们十分担心脱欧导致的系列问题。消费者要求商品价格经济实惠，而从今年四月开始政府调高了“国民最低生活工资”，这意味着劳动者获得加薪，商业经营成本持续上涨，导致我们的利润空间一再被挤压。我们不仅要面临来自各跨国品牌和折扣品牌的竞争压力，还要应对不少市场新入局者带来的威胁。

您对自己的未来有什么想法？

我从来不是能给出某个具体数字的人，但未来两年我会在门店拓展方面加大投入，继续深入开发更多Relish Deli品牌熟食新品。我们集团有1位总经理、1位生鲜食品开发经理和12位店长，我们的事业有今天这样的成就，离不开他们的支持与帮助。我们的目标是让顾客在我们店内找到一切他们想要的东西。



364个社区商业样本数据 探索社区本质

驱动社区忠诚客群的核心要素有哪些？364个社区商业项目，表现优异的项目有哪些共性？

社区商业，看似最诱人的一个“入门级”商业地产类型，体量小，黏性高。但是操盘的开发商，却心里始终不踏实，一方面很多丰满的商业场景到了招商和运营实操，现实就只有骨感；另一方面，社区商业最稳定依赖的居住社区，要么新城区人口密度低，要么实际消费差。

这时大家才发现，社区商业一直没定义清楚的，反而是“社区”的概念。由于中国不同城市不同区位的社区本身差异巨大，因此100人眼里有100个不同的社区商业。那么如何从社区的变迁导出未来社区商业的核心驱动力和典型特征，是本文探讨的焦点。

差异化的社区发展

“伪社区”诞生“伪社区商业”——近十年，城市化进程加速，导致居住功能的快速填充积压、公共规划的滞后、运营主体的缺失，因而国内出现了大量“伪社区”。

一方面年龄结构均衡的原住民小区，社区公共空间受限。另一方面新区大量兴建的“大盘”却面临青年人潮汐流动的无奈。畸形的社区，必然诞生病态的社区商业。工作日人气最旺的是棋牌室，到了周末，年轻人反而被一些大体量的购物中心或特色街区带走，项目疲骨受致。

在研究了364个社区商业项目中表现最优的82个项目的客群特征以及经营数据后，我们有一些有趣的发现。

社区商业的核心驱动在于“社区”的建设。

流量的均衡分发：82个业绩表现优异的社区商业样本数据显示，其工作日和周末的客流分布会趋近于神奇的黄金分割线；工作



日vs周末的客流比基本在1:1.5的水平（工作日客流占总客流约62%）。因此，如何确保工作日白天和晚间的消费需求，同时又在周末不输给大体量购物中心，需要对于社区的流量做更有针对性的拆解。

例如浦东嘉里城，不止有足够的办公人群填充，酒店式公寓都是重要的工作日人流支撑；如苏州的邻里中心，约15%的面积为公共服务功能，以服务促进人流到场，再转化为其他消费。

精神堡垒的建设：在欧美国家，教堂是社区的一个重要场所，作为区域内人们交流互动的空间，也是精神的归属地。老少皆宜，不分贫富，相当于提供了精神方面的服务。

中国虽然有不同的国情和发展历史，但精神需求是人的本能，因此社区商业同样需要尽力搭建一个精神堡垒，这里需要有足够的社交功能，且对阶层的限制很低。因此，在电商加速侵蚀的背景下，文创类业态相比大型商超，有更强的生命力。

在82个优质社区商业中，我们发现20%的空间用于文创业态。其中包括了文创书店、艺术展示等，甚至有开设社区图书馆。但这方面如果做好商业转化，依然有更大的发挥空间。

会员管理：在加强与社区人群的运营活动方面，亲子活动、艺术主题策划，是主流。数据显示，在20家业绩表现最优的项目全年的活动清单中，主题展的占比达到4成，品牌发布占20%，与商户联营的家庭亲子活动占比在30%。

但这些营销活动更多依赖于运营人员经验判断，且没有持续追踪，难以将主题活动优化。

这也源于：

数据匮乏影响会员画像精准度；客群的消费、游览、到达频次、客群的线上线下偏好等数据均有缺失；社区的数据系统打通难：一方面居住社区本身的数据比商业还要落后，同时，社区商业与这些外部系统无论是标签统一还是端口对接，都有很大挑战；社区运营活动的主题受到运营预算、活动空间、营销团队规模等诸多限制。

从数据看，70%以上的社区商业实际运营并不成功，入门级产品实际上在不同维度需要更多投入。当我们进一步解读社区的本质，会发现，如何做好服务是社区商业更重要的抓手。

社区商业如何回归服务

针对会员生命周期的动态服务。社区商业的重要考量是会员订单密度，而不是导流。大型购物中心可以不断吸引更新客流。但

社区的流量是相对固定的，是存量市场而不是增量市场。因此，首先要关注单位面积人口带来的销售转化，还有就是家庭或者个人在不同发展周期持续贡献多少销售和价值。

比如一个家庭孩子刚出生时需要保姆、月嫂、育儿嫂，后面孩子长大需要教育、课外培训，老人需要相关的兴趣培训、聚会、医疗等服务，社区商业需要对于会员建立动态管理的系统，应对不同时期的消费需求。

建立会员的社交场景。居住在社区的人们本应是相互认识的：孩子们课后嬉戏，家长们周末交流，老人们相约聚会。而今天小区内邻居互相没有往来，缺乏的是社交的场景和合适的空间。这反而是社区商业的机会。

从浦东嘉里城的活动日历，我们可以看到针对周边国际社区和海外家庭背景会员，大量活动聚焦亲子、中华文化、女性健康、品味品鉴等主题。此类活动多在会员天地或户外中庭举办，把核心客群的引领带动作用发挥到极致。

《虎妈牛娃》-名校家长汇

《都市人的明天》-空中农场分享会

《食育之旅》

《节气宝贝》-探索24节气

小小慈善家

动物园探险之旅-寻找非洲

Sunset Yoga

灵感实验室-亲子旅游手账

Socsew-咖啡品鉴&茶艺课堂

消防员见面会-我是小小消防员



中商数据正在帮助一些社区商业项目通过大数据追踪社区不同客群的背景标签、行为轨迹、消费特点，帮助会员“合并同类项”。

提供会员最大的便捷。距离产生美，对于商业来说，零距离更美，社区商业对于最后一公里显然有更多的解决方案选择。便捷是消费者的本能诉求之一，打破传统商业的营业时间限制，最大化利用线上平台和外送系统，延长营业的时间和空间，是社区商业的优选。

上海是国内轨道交通发展比较快的城市，我们通过191个项目样本数据研究发现，近地铁的项目（距离地铁站步行500米以内）相比非地铁项目的客流增加59%。然而轨交早上6:00营业，晚上23:00结束运行，考虑年轻人夜间的大量消费需求，靠近轨交的社区商业可以把便捷的优势进一步扩大。针对社区工作人群的职住数据分析显示，生鲜和早餐是社区消费升级的重要需求，但目前这些依然是沿供应链在低层级的解决。

低价的诱惑。零售业态是社区商业的痛点，大型连锁品牌由于在大型购物中心的布点有足够辐射，对于开社区店普遍有抗性。如何增加零售的赋能，一方面是增加社区折扣店，就近买低价；另一新趋势，就是近年兴起的社区团购，相比互联网的一对多的B2C模式，收集汇总会员的典型消费品类，搭建团购的渠道、存储、分发的服务，通过多对一，反向获得低价和对会员的增值。

这些新的变化也进一步揭示了，线上消费、线下服务是社区商业的未来。当人们的生活全方位拥抱互联网甚至物联网，本质上，商业空间将更加彻底地转向服务。对于传统的人来说，这也许是悲剧的宿命，对于数字化和互联网基因的人，则是一次涅槃与新生。（来源：中商数据）