

山西便利店火了！从便利店密度来看，太原已经超过东京；数字化服务全国领先，大爷大妈也能轻车熟路在支付宝等平台领券……近期，山西两地便利店发达程度，一度成为网络热搜话题。

7月20日，在山西省委网信办、山西省商务厅主办的“便利店山西现象主题研讨会”上，唐久、金虎和神利等企业负责人介绍，在企业成长过程中，数字化起了重要作用，太原和晋城两地企业，积极拥抱数字化运营，大幅提高了门店效率和销售额，从而将便利店做得风生水起。山西省商务厅相关负责人表示，未来要将数字便利店打造成山西的新标签。



图片均由相关企业提供

## 山西便利店走红

# 省商务厅：大力打造“山西特色”数字便利店

### 数字化助攻 唐久便利快速发展

“让太原人也享受发达城市的便利。”上世纪90年代，唐久便利创始人杨文斌从日本和上海回来后，下决心要引入便利店业态。1998年，第一家唐久便利诞生，山西便利店浩荡发展的序幕就此拉开。扩张门店、升级门店收银系统、筹划物流和冷链配送中心、建设面包和鲜食工厂，聘请专家团队进行管理，购置先进生产设备，唐久便利店走上了发展快车道。

2013年开始，唐久融合线上线下，建设全渠道销售网络，顾客喜欢在哪儿购物，商店就开在哪儿，无论实体店还是虚拟店。同时让唐久便利掌柜人认识到，各个渠道引流到店

的订单都是顾客。“谁先感知这种变化并认真应对，谁将会是未来的胜利者。”杨文斌说。2017年，唐久第一次参与支付宝打造的“双12”线下生活节，全城的唐久货架几乎都空了，当天销售额创唐久历史最高单日销售纪录。2019年，唐久开通支付宝小程序，并配合优惠券功能，把营销活动挪到线上，并打造了唐久的会员日，一起为销售做贡献。过去一年线上客流实现10倍增长。唐久便利董事长杨文斌算了一笔账：“数字化大大提升了门店效率，唐久门店每天的移动支付大概在35万至40万笔，如果移动支付让每个用户节省10秒钟，那么一天就帮我们节省了

900多个小时。数字化可更好帮助便利店提升效率以及业务的可视化。比如以前不知道顾客喜欢什么，现在借助支付宝平台多元化营销工具，通过精准的数据分析，调整品类占比，满足顾客的商品需求，增加到店率，提升企业效率。”

现在太原人进便利店的习惯之一就是手机领券，今年3月支付宝平台的活动中，唐久一天发券超30万张，覆盖1/10的太原城区人口，小程序访问量暴涨近12倍，短短几月唐久支付宝小程序会员突破100万。杨文斌表示，回顾唐久的崛起和发展，背后少不了数字化的助攻。

### 数字化发力 神利异军突起

数字化让大品牌如虎添翼的同时，中小便利店也在利用数字化实现突围。在晋城市，神利便利展示了一家“接地气”本土便利店崛起的传奇经历。神利便利出现于2014年，当时晋城还是大超市的天下。看到其他城市便利店遍地开花，创始人常建强心里有了开店的想法。2014年，四家神利便利同时开业，装修简洁、商品摆放整齐，打破人们对街边夫妻店“老、破、小”的印象，晋城终于有了24小时营业的店铺。

2017年，神利便利首次参与支付宝“双12”，当时他们对互联网平台还是半信半疑，神利便利副总裁宋慧仙说，起初大家都不大相信线上活动，没想到活动当天的4个小时里，整个晋城几乎所有的神利门店货架被抢空。一家非常偏僻、面积窄小的社区店一口气卖出了一卡车卫生纸，大卡车载着卫生纸进村把整个社区都震动了。2019年神利作出全面数字化转型的决定，成立网络营销部，首次将门店接入支付宝小程序。去年8月，神利推出线上会员卡，通过单品爆款引流顾客成为会员，再配合其他优惠活动为销售增量，一星期会员增加10万名。借助数字化力量，神利已发展了200家加盟门店，600多名员工，一跃成为晋城便利店第一品牌。

在当天的研讨会上，省商务厅流通处处长郭小中表示，山西便利店行业现状，对山西零售业有重要参考价值，也是观察山西服务业转型的一个重要样本。他透露，未来山西商务厅将加大支持山西品牌便利店建设。今年起，鼓励便利店下沉至县域和农村地区，并给予政策支持。

贾尚志

### 数字化加持 金虎便利高速扩张

金虎便利是我市另一个便利行业品牌企业。创始人金根虎从事酒水饮料批发的过程中敏锐发现了便利店蕴含的商机。2001年，第一家金虎便利问世，2006年金虎收购快餐品牌早早便利，2010年创立今度烘焙，如今多个子品牌齐头并进，门店数超1500家。

金虎便利董事长助理徐萌认为，数字化决定了企业的兴衰成败，若想从激烈竞争中脱颖而出，数字化是一条出路。2015年，金虎全面接入移动支付，有效帮助企业提升了效率和销售额，且交易占比逐年递增。2018年“双12”金虎创下当年单日销售额最高的佳绩，全国排名第二；2019年，金虎将门店首次接入支付宝小程序，金虎在支付宝小程序推出惊喜福袋及1元爆款

单品活动，创下单日销售最高、会员日活跃度增长300%。尝到数字化甜头的金虎快马加鞭打造会员系统，搭建会员中台、数据中台、业务中台，全面布局数字化，朝全国一流的生活服务商迈进。

徐萌介绍，过去，一次促销增加新用户500人，接入小程序后一次增加上万人，目前，金虎支付宝小程序的会员累计超过200万。数字化还帮金虎积累了更多年轻用户，同时通过数字化分析，动态调整SKU，促销精准促活。去年疫情期间，零售业整体下挫，但金虎却逆势扩张，线上销售是平时的20倍。

“全面数字化，拥抱新变化。”金虎20周年之际，金根虎将这句标语印在公司墙上。

