

食品饮料行业专题报告

来优品省钱超市探访：社区“新基建”，自有品牌崭露头角

方正证券研究所证券研究报告

分析师

王泽华

登记编号：S1220523060002

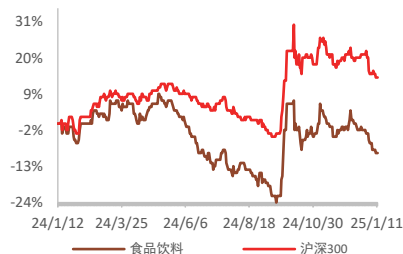
联系人 毛学东

行业评级：推荐

行业信息

上市公司总数家数	159
总股本(亿股)	2,558.72
销售收入(亿元)	15,948.68
利润总额(亿元)	4,155.82
行业平均 PE	65.52
平均股价(元)	29.97

行业相对指数表现



数据来源：wind 方正证券研究所

相关研究

《河南&安徽市场调研：商务礼赠需求渐起，大众带动销待节前集中起量，品牌集中化演绎》2025.01.11

《爱折扣省钱超市探访：见证折扣化浪潮下超市业态的“重塑新生”》2025.01.09

《保健品蓝帽子九问九答》2025.01.07

《关注年货节销售和新渠道的拓展布局——休闲食品年货节跟踪及调研反馈》2024.12.31

2025年1月10日万辰集团旗下来优品省钱超市在合肥武里山天街正式开业，我们前往探访，开业当天销售火爆，具体反馈如下：

来优品省钱超市货盘解析：涵盖传统超市主要品类，与传统超市相比价格优势明显，引入咖啡热食、宠物食品等新型品类满足消费者需求。①短保烘焙：SKU约10个，具有引流效果；②咖啡&烤肠区：类似便利店，品类精简，价格实惠；③卤味即食区：紫燕百味鸡专供，预包装短保，涵盖鸡鸭副食等产品；④酒水区：品类较为齐全，涵盖传统光瓶酒和网红啤酒等产品；⑤零食区：基于零食量贩店型增加大包装区，零食仍是主力消费区；⑥冻品区：SKU丰富度高，涵盖主食、小吃、火锅食材等；⑦米面粮油区：品类较为齐全，价格比附近卖场优惠；⑧日用百货区：SPU较为丰富，SKU少，可满足日常需求；⑨调味品区：涵盖主要品类，大品牌为主，部分产品有专区陈列；⑩个人护理区：SKU丰富，与传统超市接近，但陈列面积大幅降低；⑪宠物食品区：猫狗主食为主，洞察年轻人新需求。

首次推出自有品牌，从日化切入，性价比高。来优品此次推出了6款自有品牌，包括纸巾、洗发水、护发素、洗面奶、润肤乳、沐浴露。来优品自有品牌坚持三不用原则，①不用未经严格检查及品质监控的商品，②不用质量低下价格低廉的原料，③不用抗生素、激素等化学药物。大部分产品为品牌商品的6-7折，性价比高。

投资建议：看好折扣超市发展，中国自有品牌进入新阶段，有望走出中国版奥乐齐

传统线下商超亟需变革，折扣化大势所趋。传统线上商超存在两大问题，①多层加价和收取进场陈列费用导致加价率高，②缺乏选品能力不能满足消费者需求。以量贩零食和折扣超市为代表的新兴业态通过厂家直供降低加价率，精选SKU，以商品动销为导向不断汰换商品，不断引进高性价比商品，此外联合厂家开发创新产品，如大型零食满足了消费者的情绪需求，基于折扣化发展的折扣超市将成为未来线下超市的发展趋势。

中国自有品牌发展进入新阶段，看好制造型零售商发展。24年永辉超市大力进行胖东来式改造，其中重要一环为引进胖东来自有品牌商品，此外近几年来山姆、Costco等会员制商超和奥乐齐的发展也让更多的消费者认识和接触到自有品牌商品，随着消费者教育不断加强和零售商更加重视自有品牌商品开发，中国自有品牌商品将进入新发展阶段。传统品牌出于价盘考虑对零售商低价销售商品存在抵触，自有品牌商品开发成为零售商提供高性价比商品和打造差异化的重要手段，预计未来会有更多的零售商推出更多的自有品牌商品，看好制造型零售商的发展，建议关注基于零食量贩业态向折扣超市发展的万辰集团和重点发力社区零售的三只松鼠。

风险提示：折扣超市发展不及预期；食品安全问题；草根调研存在误差。

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

正文目录

1 来优品省钱超市主要品类概况	4
1.1 门店周边位置介绍	4
1.2 开业当天优惠力度大，大力营销宣传提升热度	4
1.3 全品类省钱超市，涵盖传统超市主要品类	5
1.3.1 短保烘焙：SKU 约 10 个，具有引流效果	6
1.3.2 咖啡&烤肠区：类似便利店，品类精简，价格实惠	7
1.3.3 卤味即食区：紫燕百味鸡专供，预包装短保，涵盖鸡鸭副食等产品	7
1.3.4 酒水：品类较为齐全，涵盖传统光瓶酒和网红啤酒等产品	8
1.3.5 零食区：基于零食量贩店型增加大包装区，零食仍是主力消费区	9
1.3.6 冻品区：SKU 丰富度高，涵盖主食、小吃、火锅食材等	10
1.3.7 米面粮油区：品类较为齐全，价格比附近卖场优惠	11
1.3.8 日用百货区：SPU 较为丰富，SKU 少，可满足日常需求	12
1.3.9 调味品区：涵盖主要品类，大品牌为主，部分产品有专区陈列	12
1.3.10 个人护理区：SKU 丰富，与传统超市接近，但陈列面积大幅降低	13
1.3.11 宠物食品区：猫狗主食为主，洞察年轻人新需求	15
1.4 首次推出自有品牌，从日化切入，性价比高	16
2 投资建议：看好折扣超市发展，中国自有品牌进入新阶段	18
3 风险提示	19

图表目录

图表 1: 来优品省钱超市地理位置	4
图表 2: 开业当天现场情况	5
图表 3: 来优品省钱超市门店布局	6
图表 4: 短保烘焙区	7
图表 5: 咖啡&烤肠区	7
图表 6: 即食区	8
图表 7: 来优品超市酒水区	9
图表 8: 来优品超市零食区	10
图表 9: 来优品省钱超市冻品区	11
图表 10: 来优品省钱超市米面粮油区.....	12
图表 11: 来优品省钱超市日用百货区.....	12
图表 12: 来优品省钱超市调味品区.....	13
图表 13: 来优品个人护理区	14
图表 14: 来优品牙膏牙刷区	15
图表 15: 来优品超市纸品区	15
图表 16: 来优品超市宠物食品区	16
图表 17: 来优品省钱超市自有品牌区.....	17
图表 18: 来优品省钱超市自有品牌与其他品牌商品价格对比.....	18

1 来优品省钱超市主要品类概况

2025年1月10日万辰集团旗下来优品省钱超市在合肥武里山天街正式开业，我们前往探访，开业当天销售火爆，具体反馈如下：

1.1 门店周边位置介绍

来优品省钱超市位于武里山天街（商业街，吃喝玩乐为主），四周为住宅小区，武里山天街竞争性业态有赵一鸣零食（100米左右）和一个大卖场（100米左右）。该省钱超市之前为来优品品牌零食店，面积约300平方。

图表1: 来优品省钱超市地理位置



资料来源：高德地图，方正证券研究所

1.2 开业当天优惠力度大，大力营销宣传提升热度

来优品省钱超市开业当天全场8.2折，折扣力度较大，同时设置抽奖活动（满128元即可抽奖）。在店外设立鸡蛋、水果堆头等吸引客流，现场人流较多，出现限流排队进店情况。旁边赵一鸣零食当天做活动，全场7.8折，排队结账队伍较长，附近便利店和卖场人流较少。

图表2: 开业当天现场情况

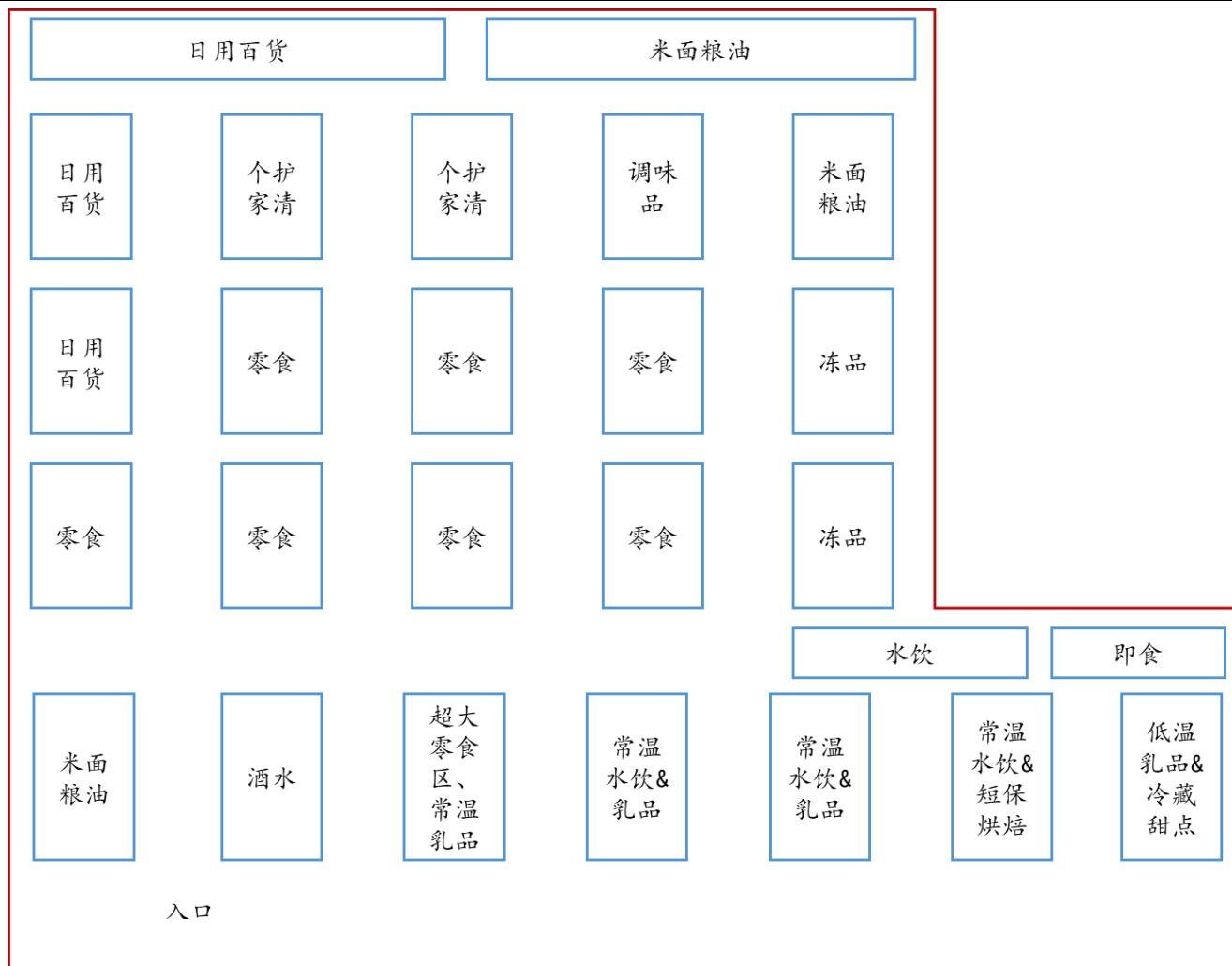


资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

1.3 全品类省钱超市，涵盖传统超市主要品类

来优品省钱超市品类结构：传统零食量贩店的零食水饮品类占比约 60%，涵盖超市主要品类。水饮&常温乳品合计占据 3 个货架和 2 个冰柜，零食+方便食品占据 6.5 个货架，酒水占据一个货架，调味品占据半个货架，米面粮油拥有半个货架和一个堆头，日用百货、家庭清洁、个人护理合计占据 2.5 个货架，冻品有 4 个冻柜（三开门），低温乳品有 3 个柜，短保烘焙半个货架。此外还设有咖啡&烤肠区，并售卖香烟。

图表3: 来优品省钱超市门店布局



资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

1.3.1 短保烘焙：SKU 约 10 个，具有引流效果

短保烘焙区陈列面积为半个货架，以蛋糕为主，SKU 约为 10 个，保质期主要为 1-5 天以内，一般传统小超市及零食量贩店烘焙区为中长保产品，来优品超市引入口感更好的短保产品，具有引流效果。该区域当天有工作人员提供试吃活动。

图表4:短保烘焙区

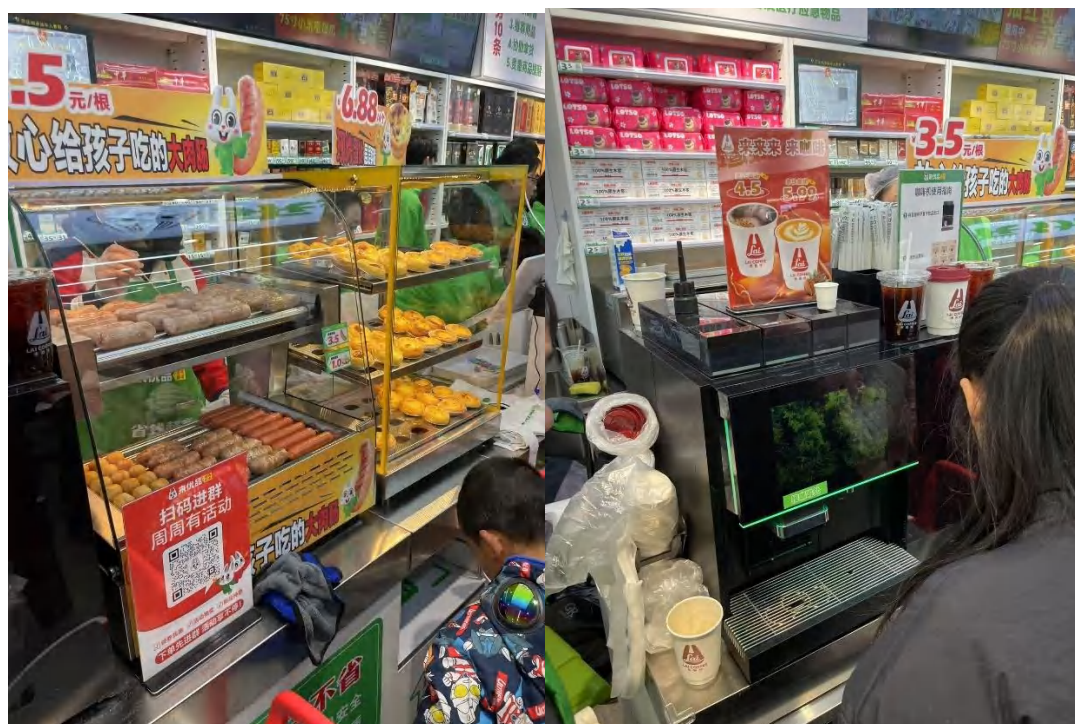


资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

1.3.2 咖啡&烤肠区：类似便利店，品类精简，价格实惠

来优品省钱超市引入了咖啡、烤肠等产品，类似日系便利店，但品类更加精简，价格更加实惠，如烤肠 3.5 元/根，美式咖啡 4.5 元/杯，拿铁咖啡 5.99 元/杯。

图表5:咖啡&烤肠区



资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

1.3.3 卤味即食区：紫燕百味鸡专供，预包装短保，涵盖鸡鸭副食等产品

即食区产品有紫燕百味鸡提供，包括常见的卤味产品，如鸡鸭副食、豆干素食等产品，均为预包装短保产品，如双椒猪蹄保质期为 7 天。该区域当天有工作人员提供试吃活动。

图表6: 即食区



资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

1.3.4 酒水：品类较为齐全，涵盖传统光瓶酒和网红啤酒等产品

酒水区占据一个货架，其中一半为白酒，以传统光瓶酒为主，如牛栏山、红星二锅头、玻汾、沱牌等，另一半为啤酒、洋酒、梅子酒等产品，引入网红产品如信阳毛尖（15.8 元 1L，淘宝 120 元 6 罐），还有小瓶洋酒，与便利店产品类似，10L 装啤酒售价 72.8 元，性价比高，具有话题热度。

图表7: 来优品超市酒水区

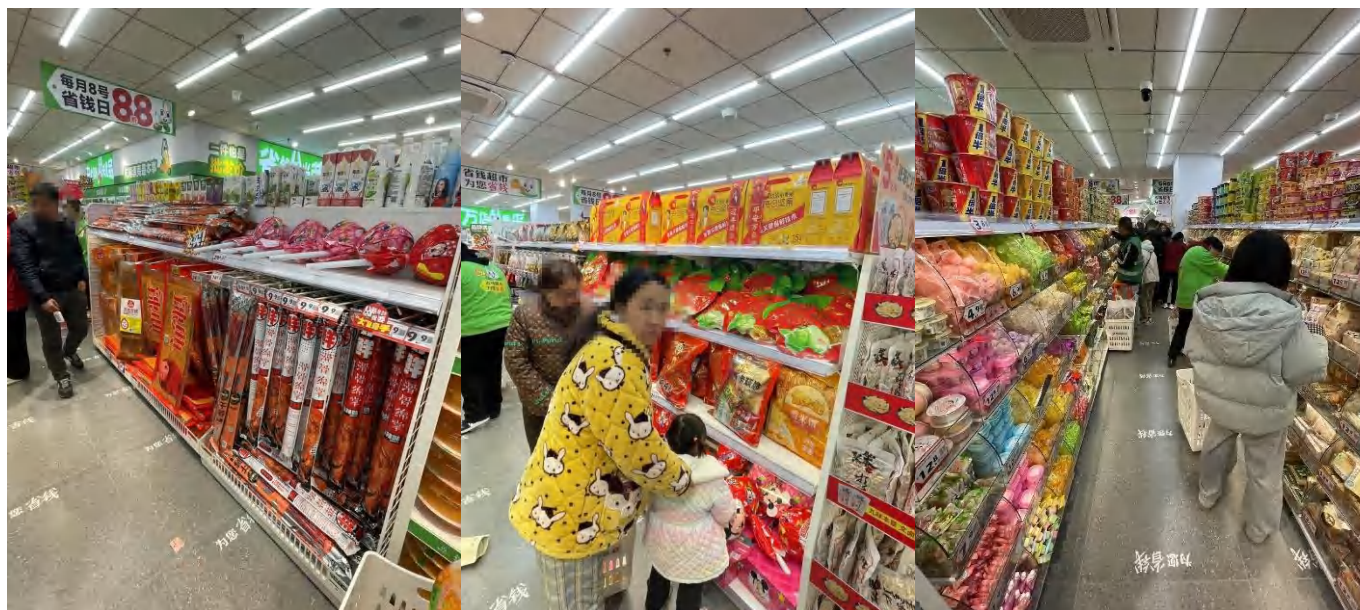


资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

1.3.5 零食区：基于零食量贩店型增加大包装区，零食仍是主力消费区

与零食量贩店相比，来优品超市零食区主要有三大变化：①增加了大零食区，吸引消费者进店打卡，增加客流和话题度；②年节将至，增设了礼盒区，包括洽洽每日坚果、旺旺大礼包、溜溜梅礼包等产品。③散称区陈列方式改变，传统零食量贩散称区一般为3层，且呈阶梯状，上方卖货，下方为储藏区，来优品超市散称区为5层，库存统一存放在仓库。我们观察消费者购物行为，发现零食仍为大多数消费者主力购买产品，且在大力优惠的吸引下，单人购买量较多。

图表8: 来优品超市零食区



资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

1.3.6 冻品区：SKU 丰富度高，涵盖主食、小吃、火锅食材等

冻品区 SKU 丰富度较高，其中冷冻素食 61 款，涵盖薯条，美式杂菜，鸡块，鸡米花，鸡腿，鸡排，肉肠，披萨，春卷，饺子，馒头，汤圆，抓饼，奶黄包，糍粑油条，肉包，云吞等。品牌包括必品阁，三全，湾仔码头，思念，桂冠，安井，皇家小虎，珍味小梅园，和善园，麦子妈，冻品先生，阿诺，圣农，金锣，惠之园等。

火锅类约 38 款 SKU，包括鸡腿，鸡翅根，带鱼段，墨鱼仔鲜贝，鳕鱼片，水晶虾仁，黑虎虾，毛肚，牛肉片，羊肉片，鸡肉卷，鸭肠，牛肉撒尿牛丸，鱼丸，鱼豆腐，鱼籽福袋等产品，品牌有海欣，潮迹，潮香村，逮虾记，海天下，海底捞，安井，三全，涮味，大牧汗，惠之园，锡蒙王，阿牧特，蒙尾羊，圣农等。

图表9: 来优品省钱超市冻品区



资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

1.3.7 米面粮油区：品类较为齐全，价格比附近卖场优惠

米面粮油区品类较为齐全，除常见米、面、油外还有面粉、干货等。价格与附近卖场相比较为便宜，如金龙鱼非转基因玉米油（来优品 59.9 元 4.5L，附近卖场 79.9 元 5.7 升），来优品为卖场价格的 95 折。

图表10: 来优品省钱超市米面粮油区



资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

1.3.8 日用百货区：SPU 较为丰富，SKU 少，可满足日常需求

来优品超市日用百货区整体 SKU 不多，每个细分产品为 2-3 个 SKU，丰富度不高，但均为日常生活中常见需求产品，如毛巾、袜子、衣架、拖鞋、水杯、纸笔文具、钥匙扣、垃圾袋、毛绒娃娃、计算器、卡牌玩具等产品。

图表11: 来优品省钱超市日用百货区



资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

1.3.9 调味品区：涵盖主要品类，大品牌为主，部分产品有专区陈列

基础调味品主要品类都有，以大品牌为主，包括李锦记，海天，千禾，恒顺，厨邦，千禾，海神，紫林。复合调味品以中式调料为主，包括火锅底料、麻婆豆腐、大盘鸡、酸菜鱼等，西式调味料包括番茄酱、甜面酱等。此外部分品牌产品拥有专区陈列，如紫林厚道醋、海天酱油。海天味极鲜酱油 750ml 附近卖场为 15 元，来优品会员价为 8.8 元，是卖场的 6 折。

图表12: 来优品省钱超市调味品区



资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

1.3.10 个人护理区：SKU 丰富，与传统超市接近，但陈列面积大幅降低

个人护理用品 SKU 丰富度高，与传统超市相当，但单品陈列面积大幅降低，少数产品拥有专区陈列。具体情况如下：

- ① 牙膏：34sku，包括云南白药、高露洁、参半、狮王、舒适达、冷酸灵、六必治、牙博士、青蛙王子、伢牙乐、好来 11 个品牌。
- ② 牙线：2 款 SKU，只有小鹿妈妈，包括两款商品，3.9 元 52 支（盒装），4.2 元 100 支（袋装）。
- ③ 牙刷：11sku，包括高露洁、倍加洁、齿工学、舒客、可洁可净 5 个品牌，价格带从 0.9 元/支（3.5 元 4 支）到 5 元/支（9.9 元两支）。

- ④ 洗发水：20 款 SKU，含一款自有品牌（9.9 元 500ml），其他均为品牌商品，包括欧莱雅、飘柔、清扬、施华蔻、海飞丝等，品牌商品价格带从 20 元到 71 元（统一换算成 500ml）。
- ⑤ 沐浴露：28 款，含 1 款自有品牌商品（9.9 元 500ml），其他均为品牌商品，包括舒肤佳、LUX、Dove、Kustie 等，价格带从 11.3 元到 37.3 元（统一换算成 500ml）。
- ⑥ 纸品：26 款 SKU，含一款自有品牌（小包纸、抽纸、卷纸 3 款 SKU），其他均为品牌商品，包括清风、维达等。

图表13:来优品个人护理区



资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

图表14: 来优品牙膏牙刷区



资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

图表15: 来优品超市纸品区



资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

1.3.11 宠物食品区：猫狗主食为主，洞察年轻人新需求

来优品超市设立宠物食品区，尽管面积不大，品类不多，以猫狗主食为主，但体现了对年轻人消费需求的洞察。

图表16: 来优品超市宠物食品区



资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

1.4 首次推出自有品牌，从日化切入，性价比高

来优品此次推出了6款自有品牌，包括纸巾、洗发水、护发素、洗面奶、润肤乳、沐浴露。来优品自有品牌坚持三不用原则，①不用未经严格检查及品质监控的商品，②不用质量低下价格低廉的原料，③不用抗生素、激素等化学药物。自有品牌价格为护手霜 75g7.9 元，氨基酸洁面乳 100g9.9 元，护发素 500g9.9 元，润肤乳 300g12.9 元，洗发水 500g9.9 元，纸品价格为小包纸 2.5 元 10 包（3 层 8 片），抽纸 10 包 120 抽 13.8 元，卷纸 14 卷 1800g14.9 元，自有品牌商品与品牌商品价格相比均体现出较大的优惠。

图表17: 来优品省钱超市自有品牌区



资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

图表18:来优品省钱超市自有品牌与其他品牌商品价格对比

	来优品	其他品牌商品	来优品/其他品牌
小包纸	2.5 元 10 包 (3 层 8 片)	清风 5.9 元 24 包 4 层 7 片	119%
抽纸	13.8 元 10 包 (120 抽)	维达 12.9 元 8 包 (100 抽)	71%
卷纸	14.9 元 1800g	9.9 元 750g	63%
护手霜	7.9 元 75g	SOD 蜜 7.5 元 100g	140%
洗发水	9.9 元 500g	清扬 29.8 元 450g	30%
护发素	9.9 元 500g	-	-
沐浴露	9.9 元 500g	舒肤佳 29.9 元 900g	60%
洗面奶	9.9 元 100g	妮维雅 14.9 元 100g	66%
润肤乳	12.9 元 300g	润本润肤乳 21.9 元 300ml	59%

资料来源：来优品省钱超市门店，方正证券研究所

总结：与传统超市相比，来优品省钱超市基于来优品品牌零食的装修风格，消费者更加熟悉，在零食品类基础上增加了咖啡烤肠、日化家清、米面粮油、冻品区、短保烘焙、宠物食品区，增大了酒水区，在样子更像超市的同时引入许多网红商品，货盘更加契合年轻消费者的需求，在省钱的同时提供了更加差异化的需求，增加了可逛性，客群相比零食量贩进一步扩充，吸引了许多中老年人、家庭消费群体，已成为周边社区的生活基础设施。

2 投资建议：看好折扣超市发展，中国自有品牌进入新阶段

传统线下商超亟需变革，折扣化大势所趋。传统线上商超存在两大问题，①多层加价和收取进场陈列费用导致加价率高，②缺乏选品能力不能满足消费者需求。以量贩零食和折扣超市为代表的新兴业态通过厂家直供降低加价率，精选SKU，以商品动销为导向不断汰换商品，不断引进高性价比商品，此外联合厂家开发创新产品，如大型零食满足了消费者的情绪需求，基于折扣化发展的折扣超市将成为未来线下超市的发展趋势。

中国自有品牌发展进入新阶段，看好制造型零售商发展。24 年永辉超市大力进行胖东来式改造，其中重要一环为引进胖东来自有品牌商品，此外近几年来山姆、Costco 等会员制商超和奥乐齐的发展也让更多的消费者认识和接触到自有品牌商品，随着消费者教育不断加强和零售商更加重视自有品牌商品开发，中国自有品牌商品将进入新发展阶段。传统品牌出于价盘考虑对零售商低价销售商品存在抵触，自有品牌商品开发成为零售商提供高性价比商品和打造差异化的重要手段，预计未来会有更多的零售商推出更多的自有品牌商品，看好制造型零售商的发展，建议关注基于零食量贩业态向折扣超市发展的万辰集团和重点发力社区零售的三只松鼠。

附：来优品省钱超市简介

来优品成立于 2015 年 11 月 23 日，2017 年以直营模式进军安徽各地市，2018 年皖北城市正式开放加盟，2020 年门店数破 100 家，2022 年华东市场开放加盟，成为安徽区域行业头部品牌。2022 年 12 月与万辰集团展开合作，品牌合并前在全国 68 个城市拥有 2000+门店，主要覆盖合肥、郑州、石家庄地区。

来优品是南京万优商业连锁管理有限公司旗下品牌，南京万优隶属于 A 股上市公司万辰集团。目前万辰集团通过子公司南京万品商业管理有限公司（持股 51%）持有南京万优 51% 股权，穿透持股比例约为 26.01%。

3 风险提示

折扣超市发展不及预期：折扣超市属于近年来的新兴业态，有可能受到宏观环境、消费者需求变化等影响发展不及预期。

食品安全问题：如果出现食品安全问题，会导致消费者需求减少，进而导致收入下滑。

草根调研存在误差：草根调研为特定时点的数据，与整体情况可能出现偏差。

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，保证报告所采用的数据和信息均来自公开合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰准确地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响。研究报告对所涉及的证券或发行人的评价是分析师本人通过财务分析预测、数量化方法、或行业比较分析所得出的结论，但使用以上信息和分析方法存在局限性。特此声明。

免责声明

本研究报告由方正证券制作及在中国（香港和澳门特别行政区、台湾省除外）发布。根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告内容仅供我公司适当性评级为 C3 及以上等级的投资者使用，本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。若您并非前述等级的投资者，为保证服务质量、控制风险，请勿订阅本报告中的信息，本资料难以设置访问权限，若给您造成不便，敬请谅解。

在任何情况下，本报告的内容不构成对任何人的投资建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需求，方正证券不对任何人因使用本报告所载任何内容所引致的任何损失负任何责任，投资者需自行承担风险。

本报告版权仅为方正证券所有，本公司对本报告保留一切法律权利。未经本公司事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容，不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。如需引用、刊发或转载本报告，需注明出处且不得进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

评级说明：

类别	评级	说明
公司评级	强烈推荐	分析师预测未来12个月内相对同期基准指数有20%以上的涨幅。
	推荐	分析师预测未来12个月内相对同期基准指数有10%以上的涨幅。
	中性	分析师预测未来12个月内相对同期基准指数在-10%和10%之间波动。
	减持	分析师预测未来12个月内相对同期基准指数有10%以上的跌幅。
行业评级	推荐	分析师预测未来12个月内行业表现强于同期基准指数。
	中性	分析师预测未来12个月内行业表现与同期基准指数持平。
	减持	分析师预测未来12个月内行业表现弱于同期基准指数。
基准指数说明		A股市场以沪深300 指数为基准；香港市场以恒生指数为基准，美股市场以标普500指数为基准。

方正证券研究所联系方式：

北京：朝阳区朝阳门南大街10号兆泰国际中心A座17层

上海：静安区延平路71号延平大厦2楼

深圳：福田区竹子林紫竹七道光银行大厦31层

广州：天河区兴盛路12号楼隼峰苑2期3层方正证券

长沙：天心区湘江中路二段36号华远国际中心37层

网址：<https://www.foundersc.com>

E-mail：yjzx@foundersc.com