

2026年8月刊 零售快消 行业动态



冶乐咨询简介

冶乐咨询成立于2005年，成员来自快消/零售行业的甲乙双方，这让我们有更敏锐的，贯穿供应链上下游的视角。20年来，我们深耕在零售快消的渠道优化，致力于零供双方更好的协作。我们的专业领域主要涵盖**从山姆商品策略洞察到零售渠道客制化需求应对、便利店客户管理、新零售/O2O管理与创新、KA管理、JBP/联合生意计划**等方面，并有幸服务于大量中国的快消品牌及零售商/平台。

冶乐月刊

快消/零售行业发展日新月异，从技术革新到渠道演化，对从业人员提出了层出不穷的挑战以及学习的乐趣。

为了帮助快消/零售从业者更好的掌握国内外行业动态，我们每天浏览大量国内外快消/零售行业信息，选择最相关的新闻编辑整理成《零售快消行业动态》与您分享。如果您希望持续收到《零售快消行业动态》，请发送邮件至oc@elabridge.com并将我们的邮箱添加到“安全发件人名单”。

免责声明

《零售快消行业动态》所有资讯均来源于互联网，冶乐仅为转载方。冶乐保证竭力提供准确可靠的资料，但无法承诺所有资料绝对准确无误。

《零售快消行业动态》所刊载的各类形式(包括但不限于文字、图片、图表)仅供参考使用，并不代表冶乐的立场。



2026年8月零售快消行业动态+本月好文推荐

8月重点推荐好文

- 好文1 2026年《财富》世界500强发布，亚马逊位列榜首
- 好文2 NIQ发布《商业革命：东西方交汇》行业报告

国内零售快消热点

- 热点1 明治乳业拟出售在华乳制品及B2B业务
- 热点2 兰蔻北京王府井APM全球旗舰店关闭
- 热点3 DFI零售集团计划中国7-Eleven门店增至3000家
- 热点4 罗森全国首家IP购旗舰店落地上海
- 热点5 沃尔玛深圳第20家社区店正式开业
- 热点6 京东成Costco在华唯一官方电商合作伙伴
- 热点7 “物美+”首店正式落地北京
- 热点8 美团松鼠便利试点店仓模式

国际零售快消热点

- 热点1 宝洁收购高端膳食补充剂品牌Thorne
- 热点2 麒麟控股将收购膳食补充剂企业Jamieson
- 热点3 百事公司推出冷藏食品Alvalle冷汤
- 热点4 兰特黎斯拟收购法国奶酪公司Triballat
- 热点5 贝恩资本收购英国维生素品牌Vitabiotics
- 热点6 Instacart收购计算机视觉公司Arpalus
- 热点7 永旺全面退出泰国超市业务
- 热点8 Waitrose计划开设更多“邻里型”门店



请扫码关注冶乐公众号，每月《零售快消行业动态》完整版将会持续更新在公众号中的“行业洞察”板块。



连锁便利店客户管理与营销创新

1. 便利店发展现状与趋势

2. 便利店商品管理与优化

- 便利店的TA/购物者画像 - 在线化/差异化/主权化
- 甲方业务视角的商品分类
- 基础品类与鲜食熟食的角色
- 差异化商品对CVS的重要性
- 基于商圈特性的商品优化 - 不同商圈的购物场景与商品需求

3. 便利店陈列/显现优化

- 便利店陈列基本游戏规则
- 借力热点区拦截冲动消费 - 热食/鲜食等区域的陈列机会点洞察
- 基于主题的集中特色陈列
- POS机的作用与操作要点
- 优化线上/O2O曝光显现 - 如：强化夜间消费场景的显现/曝光

4. 便利店营销推广创新

- 基于便利店档期规划的营销思考
- 吸引客流 - 如：打造寻宝/好玩体验，品牌主题包店
- 提高客单 - 如：创造场景，玩转跨界，巧用限定
- 增加复购 - 如：社群营销
- 激励裂变 - 如：引领创新，增强互动

5. 加油站便利洞察与销售驱动

- 加油站便利类型及运营核心 - 城市型&交通型门店分类及运营重点
- 加油站便利覆盖策略与服务 - 洞察两油便利的采购模式
- 加油站便利营销特点与操作 - 区域特色&乡村振兴&可持续发展等

新零售环境下的O2O操作与营销创新

1. O2O发展现状/趋势

- O2O消费日益常态化，场景细分日益多元
- 购物者需求从高效履约延伸到丰富多元的供给
- 购物者O2O消费下单地点不断向外出场所延伸
- 内容电商打造“直播+即时零售”新模式
- 平台发展“仓”业态，挖掘O2O生意新增量
- 零售商借助O2O加大私域建设且深化私域运营

2. O2O操作的组织与对接

- O2O商业协作关系 - 平台视角/需求 举例
- 建立适配的O2O组织架构/团队 - 总部与区域新零售职能的分工配合
- 案例解析：以某品牌O2O组织架构与对接为例
- O2O业务对接的操作重点 - 整合线上线下资源，善用总部区域O2O协同作战，争取跨部门资源等

3. O2O分销与精细化产品运营

- 明确O2O/线上平台对接人 - 客户&服务商
- 明确上架和库存维护职责，推动库存共享
- 不同平台实施差异化选品 - 建立柔性供应链能力
- 满足多元化细分场景需求 - 如尝鲜/国货/礼赠
- 适配多元化下单场所 - 如公园/景点/酒店等
- 联合平台及零售商定制独家或限量款商品

4. O2O/线上曝光与显现优化

- O2O平台主要显现资源 - 站内/站外
- O2O平台显现的影响因素 - 如：商品表现/促销参与/搜索关键词和商品相关性/搜索关键词出价/费用投入等
- 优化O2O显现的操作要素与案例讨论 - 如：导航栏优先曝光/挖掘特殊主题/国货场景曝光等

5. O2O营销操作思路与案例讨论

- 基于O2O平台活动规划的营销思考 - 营销主题/节点，营销关键词/品类场景策略，营销工具，传播思路等
- 明确O2O营销的目的 - 做到资源有的放矢，如：吸引客流/提高客单/增加复购/激励裂变等
- O2O场景营销创新思路 - 激发并实现当下美好，如：一日三餐/家庭采购/社交聚会/出游/商旅

6. O2O线上巡店操作指引 - 助力打造“线上完美门店”

- 第1步：计划O2O巡店路线
- 第2步：观察平台层面的操作
- 第3步：观察零售店层面的操作
- 第4步：检查O2O线上商品分销
- 第5步：检查O2O线上显现/展示
- 第6步：检查O2O线上价格执行
- 第7步：检查O2O线上促销执行

仓储会员制超市洞察与营销操作

1. 仓储会员制超市的定义，购物者特征与发展趋势

2. 商品策略

- 仓储会员制超市商品哲学之“6个正确”
- 宽品类，窄SKU - 有限的商品选择
- 独家的自有品牌 - 强化优质低价的定位
- 流量商品(Trigger) VS. 寻宝商品(Treasure Hunt) VS. Loss Leader 超低价商品

3. 定价与会员价值

- 严控毛利 - 为会员提供超值商品体验
- 会员费收入而非销货收入为盈利的主要来源
- 仓储会员制超市的会员体系概况
- 激励会员升级/向上销售
- 提供多元化/多场景的会员价值 - 维持会员粘性

4. 营销推广

- 打造沉浸式购物体
- 增加家庭整体停留时间
- 线上线下融合强化沟通 - 陈列展示厅与QR结合
- 在互动中认知与转化 - 科技产品试用/体验
- 流行生活方式激发购买 - 场景化陈列与展示
- 让门店购物总是很有趣

5. 供应商卖入仓储会员制超市的操作思路

- 采购以“单品”而非“品类”为思考单位
- 赋予商品明确的角色/定位
- 直接上架的包装设计 & 陈列要求
- 定制/专供/共创商品及有竞争力的价格
- 供应商需了解的仓储会员制超市操作规则
- 面向企业客户业务线的操作

“KA大客户管理”系统培训课程

KA管理基础

KA日常运作

KA核心能力

KA战略进阶



注：每个模块可独立成课，或结合某几个模块组织课程，可根据实际需求定制。



形式1：专项定制培训

场景需求

- 销售/营销队伍的销售管理/渠道管理/营销管理等专项培训

治乐定制方案

- 课时：1-3天，可定制
- 治乐特色课程
 - 《新零售环境下的连锁便利店客户管理》
 - 《仓储会员制超市洞察与操作》
 - 《新零售环境下的O2O营销创新》
 - “KA大客户管理”系列课程，等等
- 可根据培训受众人群画像 定制课程的聚焦/侧重内容与案例类型，以更好地适配培训受众的职责与应用场景

形式2：共创工作坊

场景需求

- 聚焦公司实际业务主题或痛点问题，组织业务队伍或跨部门/职能会议，帮助公司共创符合整体策略的行动方向指引
- 在与客户(零售商)的高层会议或跨部门会议中，分享与零供双方主方向一致的行业案例，带领双方共创可行性较强的购物者营销方案

治乐定制方案

- 课时：0.5-2天，可定制
- 主题：可定制，例如：
 - 公司内部：JBP跨部门会议，RTM跨部门会议，等等
 - 客户会议：基于品类洞察的场景营销方案共创，强化购物者粘性/忠诚度的会员营销方案共创，等等

形式3：案例萃取

场景需求

- 将公司内部优秀案例从数据/逻辑/可复制性等方面加以梳理，让最佳实战案例能有效地被复制推广

治乐定制方案

- 与管理层/培训部沟通确认案例萃取主题
- 深度访谈案例负责人，沟通/确认案例细节
- 实地调研/终端走访，收集图片/视频素材
- 整理案例，挖掘可复制性的做法/启示
- 结合客户实际需求，协助内部推广落地

背景

挑战

行动

结果

启示

形式4：大型会议主题演讲

场景需求

- 内部销售会议、经销商大会、公司年会等各类大会上的主题演讲

治乐定制方案

- 课时：1-3小时，可定制
- 主题：可定制，例如：
 - 行业现况/趋势洞见
 - 购物者需求/行为洞察
 - 零售业态专题解读，如：
 - 连锁便利店发展概况与趋势
 - 仓储会员店的商品策略与会员价值
 - 新零售环境下的O2O营销创新，等等
 - 国内外营销创新案例剖析，如：XX品类场景营销案例解析