

日本各便利店瞄准男性顾客

理财

浣涓

鎏賤戔浜庸細2009/08/05 11:40

邇日本seven eleven等各家便利店最近正致力于与有名的糕点师或西洋甜点研究专家合作，制作特色甜点。经济的不景气导致在外就餐的人减少，越来越多的人更愿意在家做饭，因此他们希望通过丰富特色甜点的种类来提高营业额。不大去超市以及有名甜点店的男性顾客对甜点的需求在增加，甜点业的竞争也变得激烈。

邇邇各家便利店意在除了女性顾客外，吸引作为主要顾客群的男性顾客来购买。

邇邇一只手就可以拿著吃的“奶油巧克力泡芙”(105日元)等很受欢迎，Circle K Sunkus公司表示；“下午6点至8点左右，特别是周末的时候男性顾客买点心的频率会更高。是否有各种类的甜点，也成了人们选择便利店的条件之一。”

邇邇Family Mart推出的“男性提拉米苏”等面向男性顾客的甜点大受欢迎。LAWSON首先在日本的中国・四国地区推出了适合家庭的“可爱小蛋糕”(125日元)。由于大受男性顾客欢迎，从7号开始在全国销售。

邇邇通过引进香烟自动售货机用的成人识别卡“tasubo”，到便利店来买东西的男性顾客7月份明显增加。CircleK Sunkus公司再次丰富了甜点种类，认为“男性顾客在购买甜点的同时，应该还会购买其它商品。”