

手机下单酒水,最快十多分钟就能送到,即点即配的消费模式已成为人们生活的日常。拥有万亿级市场规模的即时零售赛道,不仅吸引着酒水企业进入,不少互联网平台以及酒水垂类电商也纷纷加码布局,开启新一轮角逐。

华润雪花、青岛啤酒、山东泰山啤酒等纷纷联手美团闪购、菜鸟速递、京东超市等,均开启了即时配送深度合作。盒马以及美团旗下“歪马送酒”方面介绍,将加大对酒类即时零售的投入力度、加大区域拓展等。

业内分析认为,即时零售平台的高效配送能力、高度市场渗透率给予啤酒、微醺类洋酒更丰富多元的适配场景,有望成为拉动市场上升的新增量。而对于重度依赖线下层级分销的白酒而言,即时零售更多起到渠道补充的作用。“随着白酒企业不断进行改良与创新,新渠道将为其带来很大发展空间。”知趣咨询总经理、酒类分析师蔡学飞表示。

酒水即配需求升温

笔者梳理发现,近期不少酒企与配送服务企业加深合作,开启分钟达、小时达、半日达等即时零售配送服务。尤其是啤酒企业,探索入局即时零售赛道更为活跃。

近年来,即时零售在我国快速发展,消费场景的多样性让消费者对于即时饮用的需求进一步释放,诸多酒水品牌纷纷加码即时零售赛道,谋求发展新路径。

酒水类产品,尤其是啤酒类成为即时零售平台的增长宠儿。据美团闪购“冰品节”统计的数据,今年6月至7月中旬,啤酒订单数同比增长63%,啤酒用户数增长55%,50%的商家可为酒水饮料商品提供冰镇服务。

酒水即时零售赛道升温 万亿市场规模下寻新增量

□ 秦胜南

“‘歪马送酒’相关数据显示,啤酒是销售增长最快、销量最大的品类。”8月2日,“歪马送酒”方面表示,一方面是因为即时零售“即想即买即得”的属性,非常契合啤酒的消费场景。另一方面,即时零售在保冰、配送等方面的服务优势,也更契合啤酒在夏季“冰爽”的消费需求。

“啤酒一直保持着比较高的订单基数,其中盒马精酿鲜啤最受消费者喜欢”,盒马方面介绍,盒马果味精酿系列绿豆爽风味、凤梨风味新品,以及即将上线的杨梅风味、草莓风味产品,成为快速增长点。此外,盒马洋酒的在线订单增速最快,增长率在25%左右,其中朗姆酒、伏特加增幅最为明显。

零售平台加码酒水布局

据中国连锁经营协会发布的《2022年中国即时零售发展报告》显示,预计到2025年,全国即时零售市场规模将达1.2万亿元。美团今年4月的《即时零售酒类白皮书》统计数据显示,2020年至2022年,啤酒、洋河、白酒即时零售市场规模分别上涨83%、628%、554%。

在业内人士看来,即时零售是行业渠道战的最后一公里,对品牌加速市场渗透、丰富消费场景大有帮助,也是融入年轻消费群体的重要一环。不仅酒水企业主动加入即时零售领域,入局酒水行业的

平台也越来越多。除了京东到家、美团闪购、盒马、饿了么等即时零售平台,还上线了不少酒水外卖平台如京东酒世界、美团“歪马送酒”等。此外,1919、酒便利等酒水垂类平台也通过不断扩大市场范围,争夺酒水即时配送。

笔者搜索发现,许多即时零售平台都设置了酒水专区,并按照品类进行详细划分,从履约时间看大多可以实现“分钟达”。平台还会凸显自己的专属特色。盒马App的酒水专区设置了“18分钟达”,涉及葡萄酒、白酒、鸡尾酒、配制酒等。

8月1日,盒马酒水相关负责人透露,今年盒马将继续加大对酒类即时零售的投入力度,尤其是将配送范围扩大到5公里。

美团闪购“歪马送酒”业务负责人此前表示,2022年平台订单量同比增长超1500%。

另据报道,京东酒世界相关负责人在今年春季糖酒会期间透露,计划到2023年底在全国布局超过3000家门店,核心城市将实现80%以上的覆盖率。京东酒世界采用线上线下一体化运营模式,线下门店相当于“酒仓”实现即配即送。

有望成为新增量

从传统线下渠道到传统电商平台,再到当下即时零售平台,酒水品类的销售渠道日益变化。尤其是即时零售的快速履

约能力,不仅满足了消费者对时间的追求,也给消费创造更多场景,这些场景外延到了非餐环节,成为欢聚氛围的助推器和调节器。

即时零售有望成为酒水行业新增长点。美团《中国即时零售啤酒品类趋势白皮书》显示,啤酒消费仍以线下为主,线下与线上的占比分别为58.3%、41.7%,不过线上展现出巨大的消费潜力。尤其是即时零售方面,2019年至2022年,即时零售啤酒增长率分别为44%、77%、73%、53%,而其他电商渠道,关键客户以及其他线下流通渠道的增长率连续4年在40%以下。该报告还显示,即时零售渠道啤酒配送市场预计未来3年将保持30%以上的增速,成为拉动啤酒市场上升的新增量。

啤酒、微醺类洋酒对非餐场景的要求更丰富,即时零售可以实现这类酒水的冰镇送达,适配度高。有分析指出,白酒属于传统消费领域,更多倾向于线下,对于白酒品类而言,即时零售渠道更多是补充渠道。

“啤酒、洋酒的利口性、舒适性更高,并且饮用方式更加多元,消费场景也更加丰富,而传统白酒由于社交性较强,比较适合宴席需求等,醉酒感比较强烈,不太适合即饮消费。”知趣咨询总经理、酒类分析师蔡学飞分析认为,白酒线上占比不高是因为传统白酒依然是线下层级分销为主,传统白酒追求线下品质培育与口味引导,且目前白酒销售主要通过团购渠道进行,这些都是线上渠道暂时无法解决的。

不过,这并不意味着白酒企业在线上止步不前,随着泸州老窖、山西汾酒、江小白等酒企不断进行传统白酒的改良与创新,传统白酒的消费形式也越发丰富。在蔡学飞看来,“白酒企业在年轻消费、新渠道创新这些方面还是有很大发展空间的。”

广告



贵州贵酒 封藏酒

— 以时光 酿珍贵 —




中康一品实业有限公司

服务热线: 400-800-2692

销售电话: 010-83362960

