

# 2022年即时零售市场规模超5000亿元 品类越来越丰富

近日,商务部国际贸易经济合作研究院发布的《即时零售行业发展报告》指出,近年来即时零售一直保持50%以上的年均增速,2022年即时零售的市场规模已经达到5042.86亿元,预计2025年的市场规模将较去年翻3倍。网订店送、即时零售等线上线下融合新模式,正成为消费增长的新引擎。未来,即时零售渗透的行业和品类将持续扩大,覆盖更多应用场景。

## 线上下单、即时送达

最近,手机品牌新品发售,全国多地的门店里,除了线下选购的顾客,还有一群人格外显眼,他们是等待第一时间取货配送的外卖骑手们。如今在线上下单手机等物品,就和点外卖一样方便。

在京东App上搜索某手机型号,页面上有一个“小时达”选项,点进去后是各家手机品牌授权专营店,用户可以根据收货地点选择距离较近的门店。同城速配既能在2小时内送达,也可以在用户预约的其他时段送货上门。

便捷的体验吸引了大量用户尝鲜。新机开售当天,仅在京东平台,10分钟内就有2.5万台新机在配送途中。“这说明,即时零售已进入全品类小时达时代,向着更广阔地域、更多元人群拓展。基于预售情况,我们做好了充足备货。丰富的本地化供给,加上便捷的小时达服务,第一时间满足用户新机到手的需求。”京东到家3C数码相关负责人说。

不只是购买新款手机,日常生活中,越来越多的即时需求涌现:突遇下雨,下单一把雨伞;出差在外,购买一个充电宝;搬到新家,采购一套清洁工具……即时零售正是一种通过即时物流履约能力,连接本地零售供给,满足消费者即时需求的新型零售业态。

一般而言,消费者在线上交易平台下单,由周边3至5公里内的线下实体零售商接单,通过第三方或零售商自有的物流配送上门,提供的产品包括食品餐饮、蔬果生鲜、医疗健康、数码3C、服饰家居等,配送时效通常在30~60分钟。不少体验过即时零售的消费者感慨:“外卖品类越来越丰富了。”

商务部流通产业促进中心副主任武传亮表示,即时零售是依托互联网交易平台,线上下单、线下配送、即时送达的零售新业态、消费新模式,在畅流通、促消费、保民生等方面发挥了重要作用。

## 市场规模持续高速增长

商务部的数据显示,今年上半年,全国网上零售额7.16万亿元,同比增长13.1%。网络零售市场的稳步增长,为即时零售的发展带来了良好机遇。

美团副总裁、闪购业务部负责人肖昆介绍,美团闪购已和超4600家大型连锁零售商、37万本地小商家及超350家品牌商达成合作,业务持续高速增长。过去四个季度,美团闪购规模已达1750亿元,预计到2026年将超4000亿元。

市场规模高速增长背后,即时零售还呈现出商品品类日益丰富、服务区域不断拓展、服务客群持续扩大、消费场景更加多元的发展趋势。

以美团平台为例,地域上看,用户群从高线城市向低线城市扩散,今年以来,四线及以下城市销售额增速达70%。从2021年到2023年,美团闪购从商品丰富度到商家服务,均有突破。在北京望京,2021年,望京地区

共1300个商家,提供18万种商品;今年,提供服务的商家数量已达3800家,商品数量超40万种,既包含牛奶、食材等高频刚需品,也包含手机、高端化妆品等品质百货,平均30分钟送达。

在京东到家平台,目前已入驻超40万个线下零售门店,可以为全国2000多个县区的消费者提供“全品类小时达、最快分钟达”服务。在消费场景方面,即时零售的主要消费场景正由到家消费为主逐步向其他场景延伸,如办公楼和酒店等。

业内人士认为,即时零售的高成长性源于场景、商品、人群,增量的场景带动增量供给和消费,本地商品的标准化有利于线上销售,即时零售消费习惯的养成也助推了这一行业的发展。作为“零售+科技”的产物,即时零售实现了交易流程线上化、履约配送便利化,可有效提升本地供给能力、拓展消费需求。

## 传统零售业加快数字化转型

在北京通州,90后小刘经营着一家80平方米大的平价百货超市,伴随着柜台电脑不断传来的新订单提示音,每天有数百个外卖订单从这里送出。在湖北武汉,章女士和丈夫共同经营的一家社区杂货店也“触了网”,周边5公里的顾客都可以线上光顾,小店上榜武汉市江汉区超市便利人气榜。

对于线下实体零售商店来说,以往,其客群范围主要受地理位置限制,一般是方圆1公里以内的居民。即时零售的兴起,为这些实体门店开辟了一条新的获客路径,打通了线上到线下的通道。借助智能配送体系,许多社区小店的经营范围由原本的1公里拓展到5公里,客群覆盖面直接扩大。

商务部国际贸易经济合作研究院电子商务研究所副所长杜国臣表示,发展即时零售有助于加快传统零售业

数字化转型,推动县域经济发展,促进消费提质扩容,增加就业渠道,加快数实融合。未来,即时零售将呈现全天候消费、全场景渗透、全品类创新、全地域覆盖、全供应链管理以及全流程数字化等特点。

对于未来即时零售的发展,专家建议,应加强规划引导、做好顶层设计,鼓励数实结合、加快数智改造,同时完善配送体系、推动流程低碳等。为帮助合作伙伴提供更好的商品和服务,多家即时零售平台表示,将给予经营模型、营销能力、数字化系统等方面的支持,进一步拉动小店经济,推进便民生活圈建设,加速城市经济微循环。(据《人民日报海外版》)

## 物美超市首批冬储菜上市

本报讯 于桂桂 物美超市首批冬储菜开售。近日,从物美超市北京甘露园店了解到,以大白菜、大葱为主的冬储菜已陆续从产地进入京津冀地区的各门店。相较于往年,今年冬储菜价格大幅下降,销售时长和储备量均有所提升。

在物美超市甘露园店,冬储菜于早8时正式开售,15分钟内,超市入口处冬储菜售卖区便排起了十余米的队伍,购买者多为中老年群体。一位消费者介绍,由于冬储菜价格实惠且容易保存,每年都有购买白菜、大葱等冬储菜的习俗。

据了解,今年物美冬储大白菜产自河北玉田、大葱产自山东平度,相较于去年,二者售价均大幅降低。首批大白菜每斤0.59元,大葱每斤0.99元;去年售价为大白菜每斤0.88元、大葱每斤2.98元。物美超市在京津冀地区的300余家大卖场都参与了此次冬储菜销售活动。

“以往一袋大葱20多元,现在基本上10元钱左右就足够了,首批上市的大白菜和大葱分别为400吨和300吨。”物美超市甘露园店店长梁贵兵介绍相关情况时还提到,今年冬储菜的销售时长有所延长,“今年冬储菜提前两周开售,并将持续至12月底。”

物美集团新闻发言人许丽娜表示,今年冬储菜的价格较去年有所下降是由于物美集团秉持“两不涨”的原则,即同比、环比均不涨价。此外,今年的冬储菜除了传统的大白菜和大葱外,还引入了山药、红薯、萝卜、粉丝等易储存的食品。

## 响应“一刻钟便民生活圈” 打造“美宜佳生活+”

本报讯 美宜佳作为一家知名连锁便利店品牌,始终坚持以便利店主业为核心的工作主线,把各种经营主题与服务驱动方式与国家政策相结合,积极打造一刻钟便民生活圈,推动乡村振兴。二十六年来始终坚持以特许加盟为主要发展模式,专注便利店业态,立足广东市场、布局全国业务,2023年进入北京,现已形成广东、华中、西南、华东、华北、京津冀六大战区布局;同年4月,美宜佳以30008家门店规模位列中国连锁经营协会发布《2022中国便利店TOP100》榜单第一,全国实体门店每月接待超过2亿+人次顾客,线上线下深度服务亿万消费者。

美宜佳不仅致力于优质产品的销售,还积极开展各种形式的便民服务,在满足人们购物需求的同时,也承担起了社区服务的重要角色。“美宜佳生活+”是指美宜佳线上线下便民增值服务,以同名小程序承载衣鞋洗护、家政保洁、家电维修等线上服务,线下门店为消费者提供便捷购彩票、共享充电宝租赁、包裹代存、自助打印等便民服务,以满足人们对高效、便捷生活方式的追求,从而提升消费者购物体验,让居民生活更加便捷。

此外,美宜佳联合银行每月推出支付优惠,给消费者带来实实在在的福利。为了让更多消费者能够及时了解每月推出的支付优惠活动,每月定期在彩洋驿站公众号等自媒体平台发布相关活动信息。顾客可以根据自己的需求和喜好选择参与感兴趣的活动,并享受相应优惠。

未来,美宜佳将继续积极探索和创新,与更多优质合作商开展强强联合探索融合发展模式,通过业态聚集增加更多便民生活服务,深化打造“美宜佳生活+”,全力助推国家开展建设“一刻钟便民生活圈”,致力于为顾客提供更便利、更舒适、更温暖的生活体验。(北青网)

