

即时零售激活万亿消费市场

近年来,随着互联网技术的发展和消费者需求的多样化,即时零售作为一种新兴业态,呈现出蓬勃发展的态势。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(2024)》显示,预计到2030年,我国即时零售市场规模有望突破2万亿元。

今年以来,电商平台纷纷投入即时零售市场,在原有业态的基础上,开始形成具有新型服务业电商特征的“大消费平台”模式,短期内出现了在外卖领域的消费热点现象,长期看为激活消费打开了新的想象空间。

变化的市场需求

“即时零售市场的发展是必然趋势,是市场、技术和政策三轮驱动共同作用的结果。”在中国外文局亚太传播中心(人民中国杂志社、中国报道杂志社)举办的“促消费、谋创新、激发活力:餐饮业和服务业的新突破”研讨会上,中国人民大学国家中小企业研究院副院长孙文凯说。

据孙文凯分析,推动即时零售市场发展最核心的是变化的市场需求。当前群体受教育程度提高,高教育群体的消费模式与其他群体有所不同,一是这类人群收入高消费量大,二是消费多样化个性化,三是注重消费体验,关注即时性、便利性,同时注重品质健康,也会更深度地利用数字化工具。“这些需求特点和线上即时零售相匹配。”

在商务部国际贸易经济合作研究院电子商务研究所副研究员李峰看来,区别于传统电商

满足的多为可延迟的需求,即时零售的核心在于满足“此刻就要”的迫切性消费。因此,即时零售绝非简单的消费渠道转移,其核心价值在于精准捕捉并满足“即买即用”的增量需求。

供给方面也有助推因素。众多商家从线下到线上,寻找更多可能盈利空间,提供更多服务类型。孙文凯认为,人们生活的方方面面衍生出了更大的市场,促使供给方在提供相关的商品和服务时更有动力。

即时零售之所以形成迅猛发展之势,技术水平的提高不可或缺,包括数字平台对接功能,冷链、仓储技术,餐饮餐具、快递服务等的技术进步,使得交易阻碍越来越小,更快速满足供给端需求,挖掘各类消费场景,从社会的角度来说是一种边际改进。孙文凯同时强调,政策促消费、促数字化发展都是国家支持的方向,是即时零售市场发展的基础。

多元主体协同共赢

来自淘宝闪购的最新数据显示,在非餐方面,平台上1205个品类订单量环比增速超过100%;3074个商家、超26万个门店订单量环比增长超100%。其中,粮油米面订单增长335%,家庭清洁增长324%,休闲食品增长312%,玩具潮玩增长225%,3C产品增长129%,美妆个护、服饰运动、家用电器、母婴等品类的增幅均超过100%。

即时零售有效满足消费者即时需求,解决原来消费中难以实现的中间环节,实现了消费者最优消费。对商家来说,数字化的供需高水平对接使得市场自发引导成为可能,企业通过线上即时需求分析调整生产。

与即时零售深度关联的餐饮业更能窥见该模式的发展潜力,以及所构建出的多元主体协同共赢生态。胡大是北京簋街具有代表性的地标性餐饮品牌之一,经过品牌两代人的共同努力,已经走过26年。目前,直营加盟店30多个,日均客流量达到7000人,小龙虾日销量达3~4吨。胡大餐饮副总经理张胜滔介绍,胡大餐饮线下排队压力较大,平均3个小时起步,通过上线外卖实现了全域经营,堂食压力减轻,既满足了消费需求,又保证了效率。在人员不增加、门店面积不变的前提下,通过外卖实现单量提升,从而实现利润增长。

相较于大型的连锁餐饮品牌,即时零售更深远的影响在于激活小微经营主体活力。李

峰观察发现,目前,线下零售店、夫妻店经营面临挑战,即时零售的发展为小微经营者(个体经商户)提供了数字化桥梁,进一步扩大了其生存与发展空间,进而稳定了基层就业。此外,即时零售通过“产品+服务”模式,带动了服务业的发展。

从微观上看,订单暴增、工作量饱和、收入显著增加,广大配送员更是直接成为即时零售强势发展的获益主体。北京朝阳区合生汇商圈的饿了么骑手张志强表示,今年5月份前,站点“单王”的月收入最多在一万七左右,随着外卖季到来并叠加各项消费补贴,已有骑手月收入超过三万元,一万元以上的占比超70%。他表示,商品已不限于食品,鲜花、药品、美妆,甚至是消费类电子产品也出现在了骑手的配送订单中。

“在体量较大的配送员职业外,即时零售的突发性增长还创造了门店分拣员、前置仓管理员、保障生鲜产品质量的品控质检师以及从事供应链管理的数据分析师等岗位。数据显示,全国有约3万个前置仓,这直接创造了50万个就业岗位。”李峰认为,即时零售创造了多元的就业岗位并带动了县域经济的发展。

平台赋能,即时零售发展提质扩容

即时零售的发展离不开数字平台。阿里巴巴淘天集团公共事务副总裁、研究中心主任徐飞表示,当前所谓的“外卖大战”是即时经济发展的爆发式体现,本质上是新技术驱动下对新需求的满足,是即时消费基础设施升级、供给体系持续完善、配送网络建设和技术不断优化的结果。

平台是一个生态,生态则强调协同效应。通过平台内企业和消费者互相地竞争、学习、联动,进而产生更多新需求,让价值创造功能得以实现。孙文凯以餐饮业为例指出,即便大型餐饮企业规模不小,但在数字化方面仍然没有规模优势,也没有技术优势,很多时候要依靠平台企业。目前就工业和信息化部推出的政策来看,希望

平台企业通过统一平台及小快轻准软件满足不同中小微企业数字化需要。

“平台还能够起到市场规范作用。例如,商家产品如果欠佳,通过平台上的评价机制或惩罚机制,能够让其更好地标准化、高质量化生产。”孙文凯认为,依靠平台还有助于骑手管理。当前,骑手的收入高于很多白领,平台的服务能力在提高,能够更好地服务员工。平台间的开放竞争也避免了平台垄断带来的问题,比如对商家、骑手过度苛刻的现象现在已经大幅改善。如果一个平台对商家和骑手福利不友好,商家和骑手会转移到另外平台,竞争提高了整个即时零售市场的环境改善。(万玉航)

北京西城区首家“胖物美”即将开业

本报讯 王维祯 近日,从物美了解到,物美超市新街口店作为西城区的首家调改后“胖物美”,将于8月29日正式焕新开业。

该店在商品结构、服务体验、员工福利三个维度进行升级。调改后的物美超市新街口店商品结构将接近胖东来商品结构的80%。门店大幅扩增烘焙和熟食现制加工区,每日供应数十款现做食品,并提供试吃服务。同时,为贴合本地口味,门店还上架了多款北京传统小吃和特色食品。

服务体验方面,该门店在入口处设置一站式便民服务区,提供自助茶饮机、应急药箱、血压测量仪等10余项基础服务,还推出宠物寄存等服务。

门店员工福利也同步提升。据悉,门店调改后,员工薪资普遍提升至原薪资的1.5倍以上,所有员工均可参与门店利润分红。员工入职满一年即可享受10天年假,每日工作时长也相应缩短。

永辉超市在7大核心港口布局产地仓

本报讯 张洁 开海季到来,永辉超市今年将品质作为开海季的核心,首批“鲜味”重点聚焦鲜活梭子蟹的供应。源头直采覆盖东海海域,包括江苏吕四港、连云港等优质渔港,通过捕捞船与收货船的精密配合,利用船上配备的海水恒温供氧运输系统,保障海产品从捕捞到抵岸全程快速鲜活。

据介绍,永辉超市在7大核心港口布局了产地仓,同时织密覆盖全国的冷链物流专线网络,依托“1+1供应链模型”实现鲜活海产品的极速配送。对于短链路的上海、杭州、南京、合肥、宁波、温州、福州等核心城市,最快12小时内即可完成从码头到门店的直达配送;中长链路区域如北京、天津、成都、重庆等可在24小时内送达;昆明、贵州等长链路地区可确保在48小时内新鲜到店。

永辉超市介绍,本季永辉计划采购鲜活梭子蟹约1300吨,较往年显著扩容。随着南海、渤海等海域的陆续开海,包括三眼蟹、皮皮虾、东沟飞蟹、红花蟹、兰花蟹以及舟山带鱼、小黄鱼、鲳鱼等在内的多种源头直采的甄选鲜活及优质冰鲜海捕产品将不断登陆全国门店。

