

经济日报携手京东发布数据——

开学季流行“快消费”

即时零售优势凸显

随着开学季到来，家长们为孩子准备开学用品，迎接新学期到来。今年的开学季则有点不一样：数据显示，大量开学采购需求从电商主站转移到了即时零售端口。所谓即时零售，是指用户线上提交需求，线下快速得到满足。以往3天至5天的配送时间大大缩减到“小时级”甚至是“分钟级”。这样的提速对于消费者、行业而言，究竟意味着什么？

陆飞

其实，大而全的电商平台再丰富，消费者也有线下临时性消费需求。同时，新冠肺炎疫情常态化大大改变了人们的消费习惯。减少线下接触，降低网购等待时间，“随买随到”的快捷购物方式满足了消费者对购物“快”和“近”的需求，打通了商品流通的“毛细血管”，实现了“最后1公里”的高效触达，越来越受消费者欢迎。

即时零售既是线下消费模式的延伸，也是传统电商渠道的重要补充，不仅实现了线上线下融合发展，更是打造一个互补、共赢的生态圈。疫情以来，各大研究机构普遍调高了未来的即时零售占比预期。这个趋势确定性很高，且已成为行业共识。

值得注意的是，这种创新并非把利润从产业链某一环转移到另一环，而是让各方都从中受益。即时零售提供了更丰富的时效选择，为消费者带来了显著的时间、效率和体验升级。同时，即时零售促进了实体门店配置与在线商业发展的相互协调，极大地拓宽了实体零售商的业务边界，助力其搭上数字化转型的航船，获取全渠道时代红利。对于品牌商来说，即时零售构建了打通线上线下的数字化营销和运营生态，实现了全渠道经营的降本增效，同时带来了更快的销售增长。

总之，即时零售并非一场配送速度竞赛，而是一次让各方受益的全面创新。在新风口下，要继续提升用户体验感和实效性，进一步降本增效，逐步建立起公平、开放的多方共赢平台生态，实现多主体融合共生。只有“品牌商+零售商+平台”三方的深入合作，才能创造出新的商业价值。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

说数

开学季返校用品热销

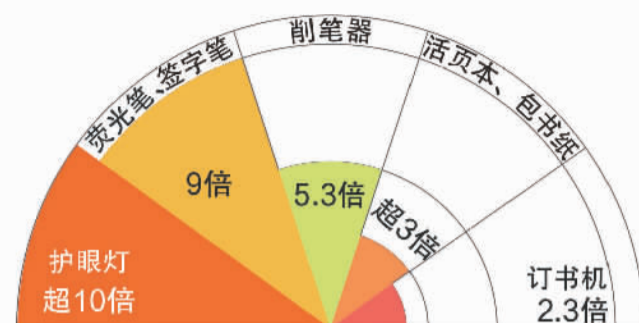
新学期来临，学生们陆续返校，产生了集中置备生活用品、学习用品、体育锻炼用品的即时消费需求

▼生活用品销售额同比增长率

▼体育用品销售额同比增长率



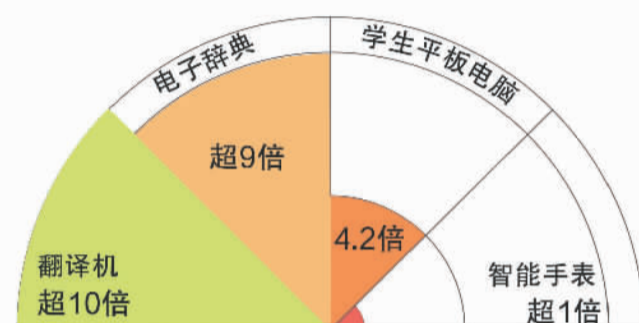
▼学习用品销售额同比增长率



中小学学习装备更多样

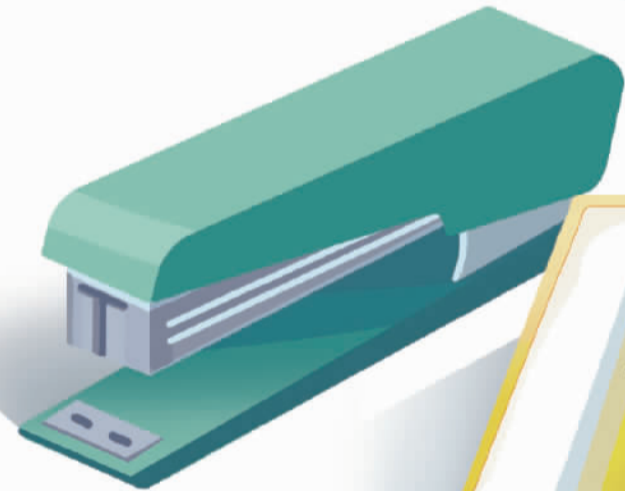
中小学生家长在开学季偏好通过即时零售方式购买各类智能学习产品、兴趣爱好用品、营养保健产品，精心呵护孩子全面成长

▼智能类学习用品销售额同比增长率



▼艺术用品销售额同比增长率

▼营养保健类产品销售额同比增长率



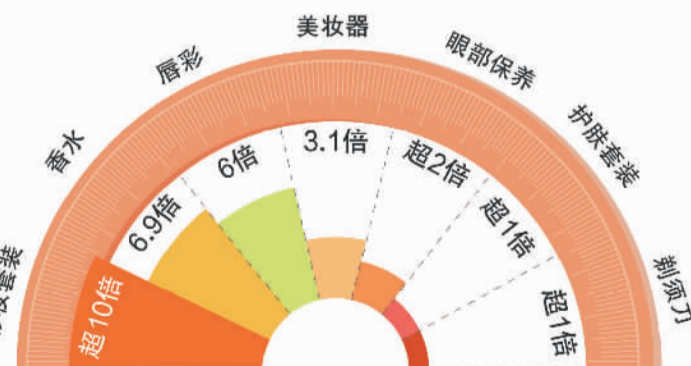
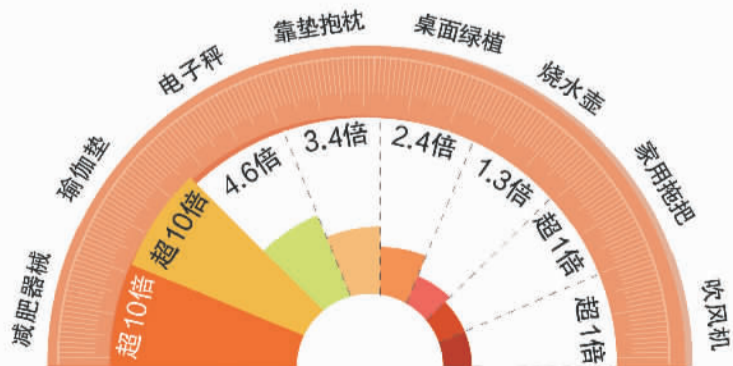
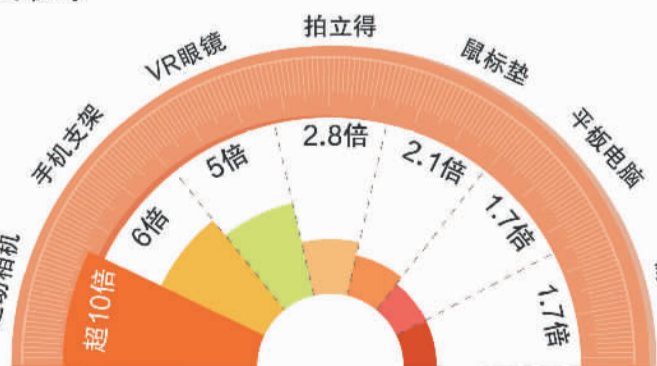
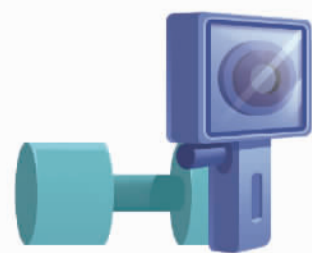
大学生生活丰富多彩

大学生的在校生活十分丰富，返校之际，除日用品采购外，也带动电脑数码、家居美妆等品类的即时零售热销

▼电脑数码产品销售额同比增长率

▼居家用品销售额同比增长率

▼个护美妆用品销售额同比增长率



更多内容 扫码观看

从开学季消费的新特征可以看出，生活消费品“随需随买”的即时性需求呈明显增长态势。同时，还有不少消费者希望“随买随到”，缩短等待物流时间，这给线上即时零售带来了新机遇。零售商、品牌商应更加重视即时消费需求，通过线上线下联动模式拓展服务与市场。

即时消费需求呈现出多样性、分散性等特征，相关平台和商家除了要提高线下门店履约能力外，还要具备线上场域的流量分发及用户分层管理能力。平台和商家应拿出更多解决方案，优化经营、盘活线下资源，增强客户黏性、提升数字化运营能力。

随着消费模式变迁，零售商不应只“盘踞”线下，而应多渠道布局，拓展全渠道能力。此外，即时零售市场渗透率低、增速高、潜力大。商家需注意到即时零售用户与常规电商用户的互补性，在持续提升即时零售模式渗透率的过程中，让参与各方均能受益。

数据周期：8月21日至8月28日

数据来源 京东消费及产业发展研究院、京东到家、京东小时购 本版编辑 李 瞳 林 蔚