

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

即时零售将成消费新引擎



说数

□ 本期点评 柴祯祯

作为连接线上线下,满足消费者即时性、便利化需求的新消费模式,即时零售已进入提质升级新阶段。综合多方数据测算,2019年以来,我国即时零售市场规模年均复合增长51.6%,2022年即时零售市场规模超过5900亿元,增速领跑线上线下两个市场。

随着即时消费习惯的逐渐养成和即时零售基础设施的不断完善,即时零售进入全品类发展期。销售数据显示,即时零售从传统生鲜、日用快消品、药品等向3C数码、家居、时尚美妆等品类拓展,特别是家装、服饰、家电成为即时零售新赛道。

通过线上平台和线下门店联合,扩展服务半径和服务时段,即时零售激活了更多消费场景。调研数据显示,日常补货和省事省力是用户的前两大场景动机,排在应急类需求前面。在送货速度方面,六成用户认为即时零售表现得更好。从空间维度看,即时零售消费不但从家快速扩展到办公室、学校、公园等固定场所,还拓展到户外露营地、上班途中等各类动态化场所,满足更多即时性、随机性需求。从覆盖范围看,即时零售正在从一二线城市向三四线城市甚至是县域农村地区快速拓展。

通过线上线下深度融合与数字化赋能,即时零售提升了实体门店的服务能力,扩大了覆盖范围,在带来销售增长的同时,帮助实体门店提升经营效率,拉动线下销量,加快全渠道数字化。此外,通过匹配细分即时需求,创造购物新场景,扩大新客规模,可以给品牌带来新一轮增长,帮助企业更加精准洞察消费需求、优化产品设计和营销策略。

随着全品类、全时段、全场景即时零售消费需求持续增长,未来依托数字化+供应链的核心能力,即时零售将有效助力商品和服务在供给端、流通端和消费端的“即时化”升级,成为拉动消费增长的新引擎。

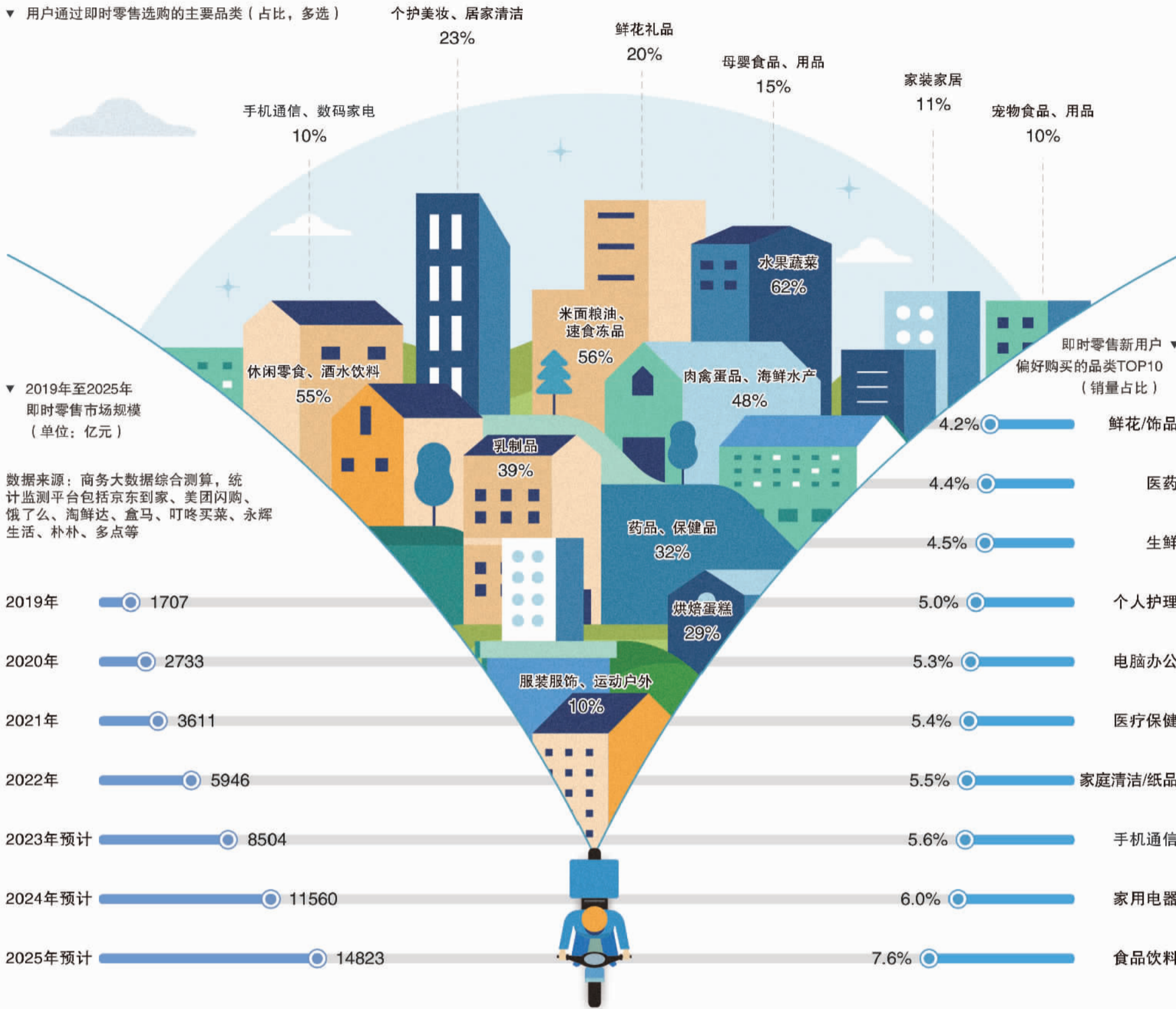
(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



当前,即时消费需求主要集中在水果蔬菜、米面粮油、速食冻品、休闲零食、酒水饮料等日常品类。数据显示,半数以上消费者会在即时零售平台购买上述品类商品。此外,肉禽蛋品、海鲜水产、乳制品、药品、保健品的即时消费需求也较旺盛。随着即时消费习惯逐渐养成和即时零售基础设施不断完善,更多品类商品将进入即时零售市场。

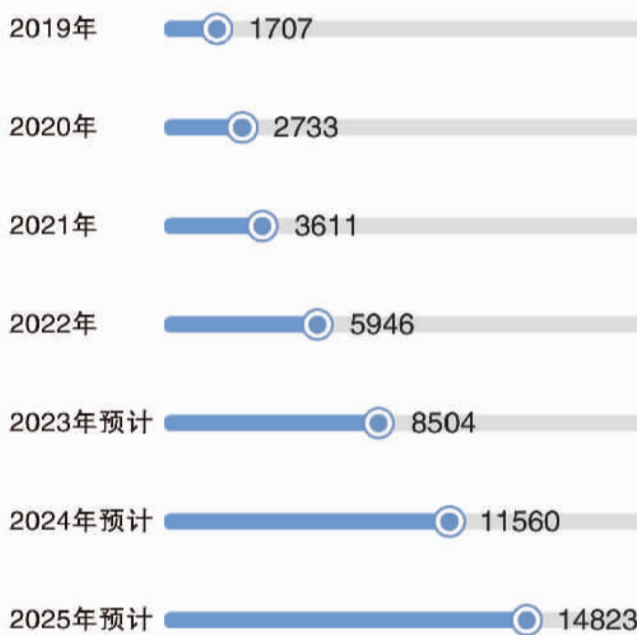
1 即时零售发展状况

▼ 用户通过即时零售选购的主要品类(占比,多选)

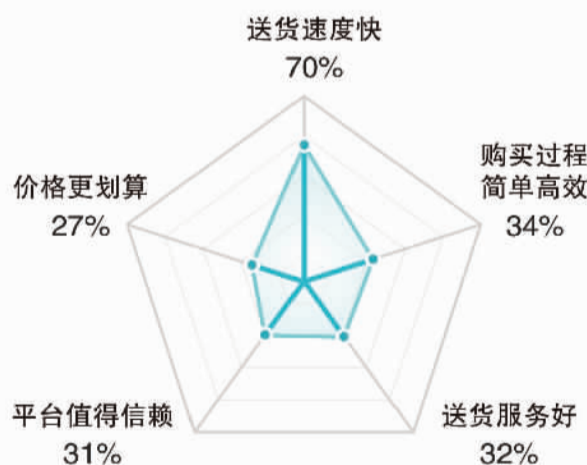


▼ 2019年至2025年即时零售市场规模(单位:亿元)

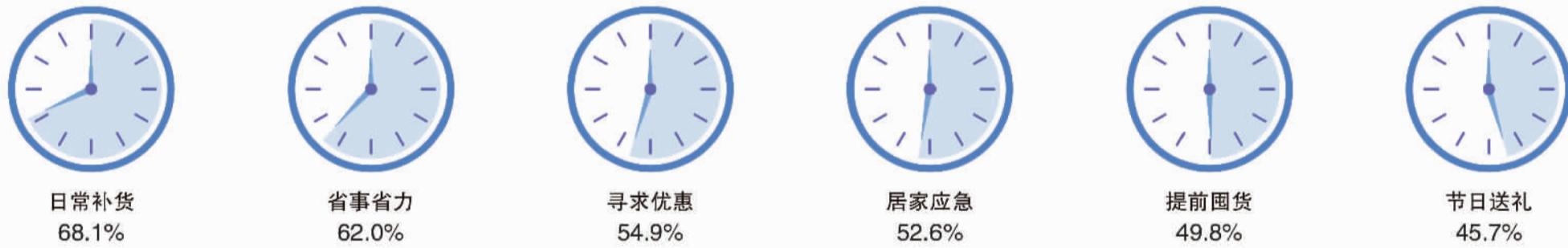
数据来源:商务大数据综合测算,统计监测平台包括京东到家、美团闪购、饿了么、淘鲜达、盒马、叮咚买菜、永辉生活、朴朴、多点等



▼ 用户选择即时零售的原因TOP5(占比,多选)



▼ 用户选择即时零售的场景动机(占比,多选)

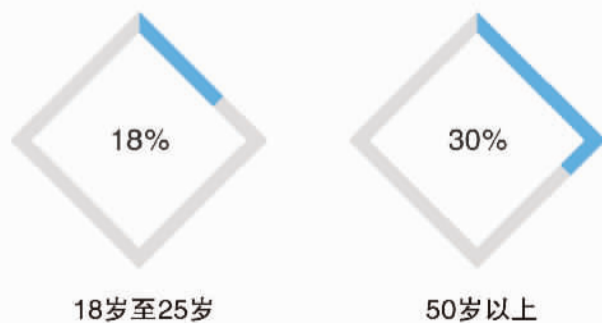


2 消费者画像

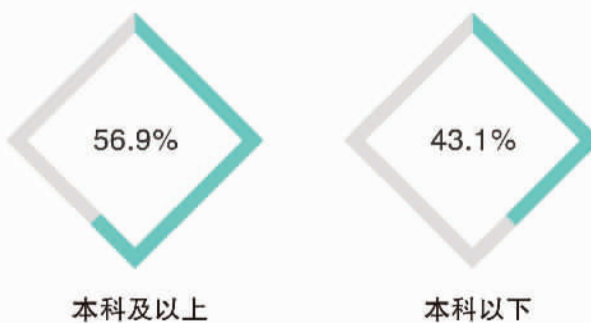
▼ 用户即时零售下单频次分布



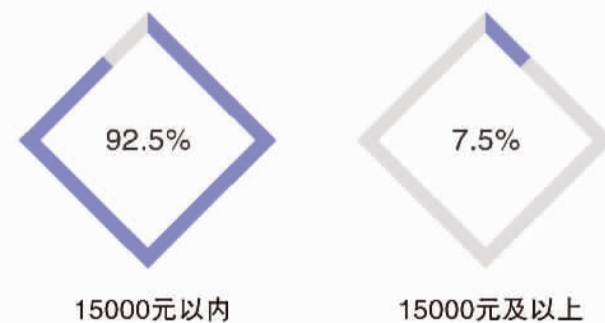
▼ 2023年新增用户年龄特征(增长率)



▼ 学历特点(占比)



▼ 月收入状况(占比)



▼ 同住人情况(占比,多选)



从年龄区间看,“新青年”和“新老年”人群的即时零售消费渗透率快速提升。2023年新增用户中,18岁至25岁的消费者占比提升18%。成长于互联网时代的“95后”“00后”逐渐进入成熟消费期,他们个性化、多样化、社交化的消费特点,将催生更多即时消费需求。此外,50岁以上消费群体占比提升了30%左右。新一代老年消费群体更加注重生活品质,也更熟悉互联网生活,“新老年”即时消费潜力巨大。



数据来源:京东到家及问卷调研
数据周期:2023年1月份至9月份