

iResearch

艾 瑞 咨 询

2023年手机即时零售行业研究 报告

CONTENTS

目 录

01 手机即时零售行业发展现状及趋势

02 手机即时零售行业用户洞察

03 手机即时零售行业典型案例与未来展望

01 / 手机即时零售行业发展 现状及趋势

即时零售行业规模三年内有望破2.5万亿

“配送万物”的消费者心智逐渐成熟，“即时”消费成为消费者体验便捷生活和享受舒心服务的新选择；即时零售业态以快速增长趋势向好发展，未来有望进入万亿市场。

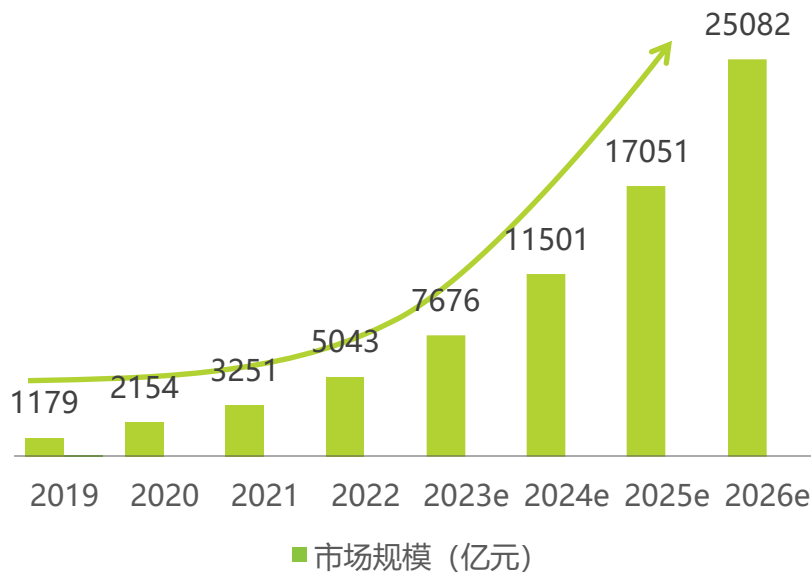
需求侧：“即时”消费成为新风尚

疫情期间，连接本地供给和本地消费的即时零售成了畅通供需的主要方式；后疫情下，宅家消费成为更多年轻人选择的生活方式，外卖骑手的送餐箱逐渐变成可以即时响应各种消费需求的“百宝箱”，“万物皆可到家”已成为势不可挡的新趋势。

供给侧：实体店积极寻求数字化转型

近年来，受电商和客流量减少的冲击，线下实体门店纷纷寻求转型，借助线上平台，实体门店成为即时零售的前置仓，门店商圈大幅扩大，从而增加门店业绩。

中国即时零售市场规模及预测



即时零售行业正迈向全面发展新阶段

随着技术的不断升级和完善，即时零售正在由特殊场景、高线城市、少量品类向**全场景**、**全地域**、**全品类**方向发展；随着国家对下沉市场商业体系建设的政策支持，即时零售也将在下沉市场显示出较大发展潜力。

即时零售业态步入新阶段

品类

- 从生鲜、食品饮料拓展至**手机数码、家电产品、美妆产品**等

场景

- 由到家消费逐步向**其他场景延伸**，如办公室、学校、酒店/旅馆、医院、行政楼

地域

- 由一二线逐步向**低线城市及县域**等下沉市场拓展

即时零售下沉市场政策支持

2023年中央一号文件：加快完善县乡村电子商务和快递物流配送体系，提出要“**全面推进县域商业体系建设，大力发展共同配送、即时零售等新模式。**”

商务部等九部门《县域商业三年行动计划（2023-2025年）》：**在县域积极发展即时零售，鼓励电商平台等企业主体依托自建物流或者第三方物流体系，对接本地零售业态**，精准匹配周边消费订单需求，为居民提供高效便捷的到家服务。

各方入局重注，手机即时零售发展迅猛

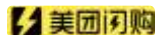
手机即时零售赛道近三年发展迅猛，品牌与各大平台纷纷加码投入，行业市场迎来爆发，且维持迅猛增长势头，未来发展可期。

手机品牌商及商家抢跑即时零售

2021-2023年手机即时零售快速发展



2021年6月
作为传统3C电商，京东率先入局手机即时零售，由一二线城市开启业务落地



2021年9月
美团宣布在全国498家官方授权门店同步发售iPhone13系列，为用户提供小时达服务



2022年8月
经历多年合作探索后，苹果中国区上线闪送服务，亲自下场即时零售



2023年9月
饿了么宣布携手官方授权店对iPhone15系列新机进行平台同步开售，最快半小时达；至此各大平台已悉数卷入手机即时零售



2020年底至2022年底两年期间，各大手机即时零售平台从一二线城市逐步向下沉区域拓展，完成了**全国95%县级市覆盖**。



2022年，京东手机小时达订单量**同比增长100%**，合作店铺数量**同比增长3倍**。



2023年618期间，京东手机小时达**下单用户数同比增长60%**；美团闪购Apple、华为、小米、OPPO、vivo等品牌**销售额均过亿元**。

手机即时零售模式与典型玩家分析

手机即时零售模式依托线下授权店面联动，满足了用户快速购机的核心诉求；虽然当前不同平台的商业模式趋近，但各自也具有差异化的竞争优势。

手机即时零售模式

链接匹配供需两端需求，惠及双端

- 提升运营效率
- 助力销售增长

- 极致配送效率
- 优化购物体验

即时零售平台



流量优势

商家借助平台广阔的线上用户池导入大量商机，并增强自身曝光

配送优势

商家借助平台覆盖全国不同区域的海量骑手资源，实现就近高效履约

技术优势

商家借助平台成型的数字化管理系统和大数据积累，更有效匹配用户需求、实现精细化运营

典型平台玩家的优势分析



京东



品类优势:

背靠京东强大的3C品类优势，京东小时达在货源、质量保障、用户心智方面有天然优势除小时达外，消费者还可以通过自营等模式下单购机，形式更为灵活



美团



流量池与融合经验:

依托美团/美团外卖平台，在餐饮、百货即时外卖配送方面积累广泛用户，到店体系建立的丰富线下融合经验也能为美团闪购的新业务所用



抖音



内容生态:

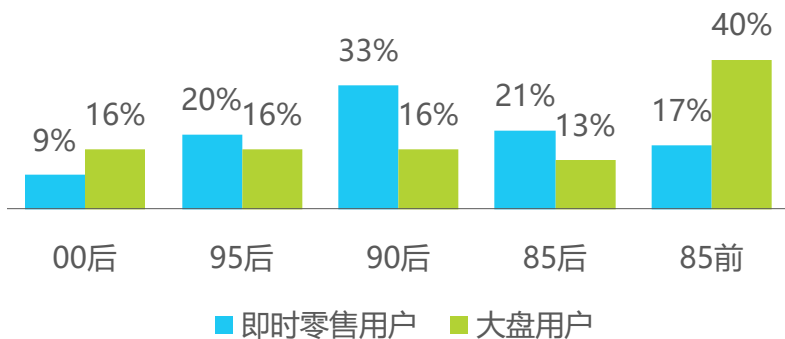
具有强大的内容资源加持，在营销前链路高效捕捉用户关注、影响用户心智，直播带货的存在弥补了线上临场感、共鸣感的不足

02 / 手机即时零售行业用户洞察

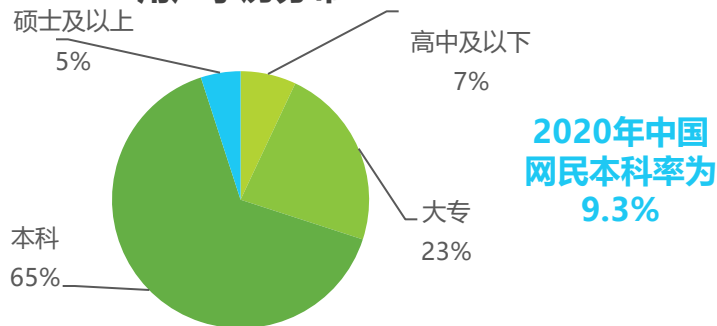
即时零售购机用户结构更加年轻、高知化 iResearch 艾瑞咨询

对比手机大盘用户，即时零售更受作为未来消费主力军的年轻一代青睐，90后群体占比已超6成；用户结构同时还呈现出集中高线区域、受教育水平更高的特征，人群价值潜力更大。

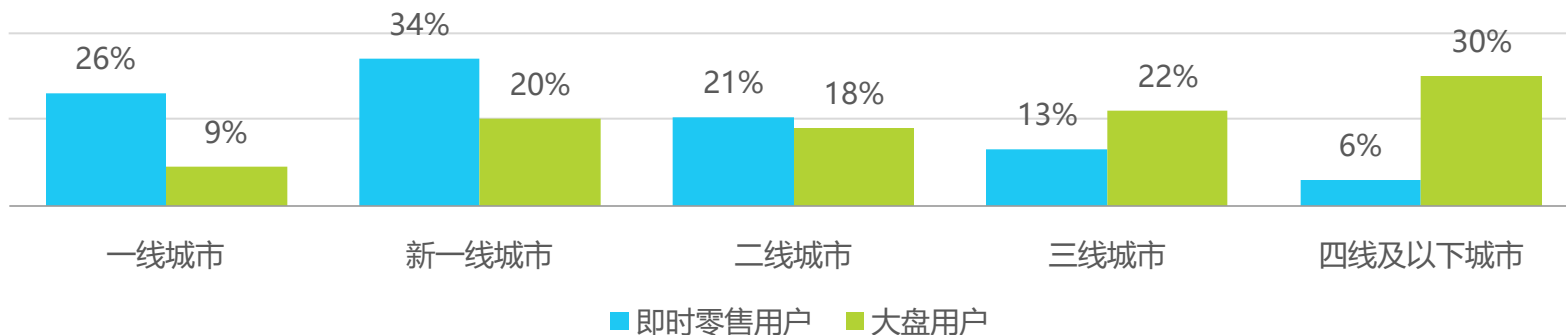
用户年龄分布



用户学历分布



用户城市等级分布

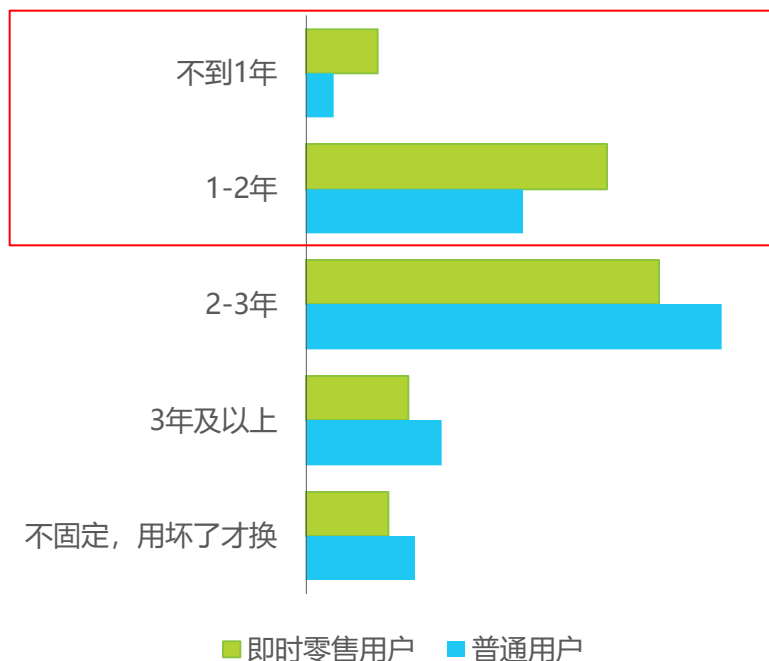


样本：N=1020，于2023年10月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。网民教育数据引自中国互联网络信息中心（CNNIC）发布第47次《中国互联网络发展状况统计报告》

用户换新不犹豫，Z世代尝新换新最积极

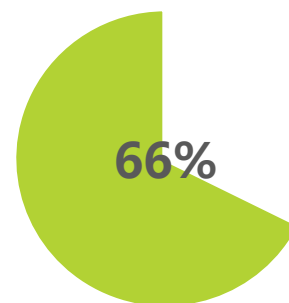
相比普通用户，即时零售购机用户特别是其中的Z世代年轻人群展现出追求新潮、拒绝延迟满足的消费特征，换机频率显著更高；即时零售用户中Z世代年轻人群有近七成会选择在1年内换购手机。

用户换购机频率

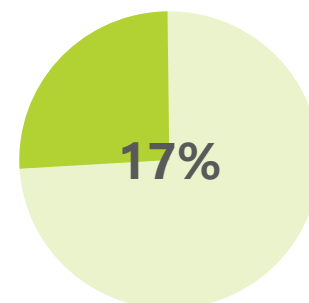


“Z世代”用户1年内换机比例

即时零售“Z世代”用户



普通“Z世代”用户



Z世代的即时零售用户热衷追随前沿潮流
近7成坚持手机“一代一换”

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/748031021003006033>