

# 內地疫後新業態 路邊小店也能受惠 「即時零售」火爆 30分鐘萬物到手

## 重慶 小店增小費 吸引騎手接單

香港文匯報訊（記者 孟冰 重慶報道）在剛剛過去的國慶小長假，因疫情的零星出現，市民「宅消費」再次迎來增長，同樣「即時零售」升溫明顯，無論是婚禮、露營或居家購物，香港文匯報記者在重慶看到，消費者更傾向通過平台在周邊的小店下單，並在一小時之內收到騎手送來的商品。

在重慶市江北區五里店街道，王女士與丈夫共同經營一家「萬家e購」社區超市，她告訴記者，由於周圍單身公寓較多，年輕人都習慣通過外賣平台採購物資，無論是生活用品，還是露營帳篷、婚禮用品，都可以在她經營的超市買到。「這是10月3日，客人買的30份小『喜』字，應該是結婚臨時需要的；這是4號客人買的露營烤盤，收件地址是金海灣公園北門口，備註電話聯繫……」

### 社區超市線上訂單逾2000份

王女士指着電腦中的銷售流水告訴記者，年輕人鍾愛通過外賣平台採購物資。今年9月，王女士的店舖在美國上的訂單月營業額超過20萬元人民幣，相比去年增長約35%，今年「十一」國慶節，更覺線上銷售火爆，訂單超過2,000份。「我們最大的感受是，國慶節期間，我們必須為騎手增加派送費用，才能保證貨品送到的時效。」

王女士稱或因運力不足、或因銷售需求火爆，平台的騎手節假日人力緊張，因此客人的線上訂單，她都會酌情增加「騎手小費」吸引騎手接單。

與傳統商超零售、網絡購物不同，「即時零售」「即需即買、即買即送」，解決了「線下不知去哪買，電商下單來不及」的痛點。美團數據顯示，今年上半年，重慶便利店的「即時零售」訂單同比增長40%，寵物用品店的「即時零售」訂單更同比增長161%，在互聯網零售時代的下半場，「即時零售」正蓬勃興起。

### 消費者：線上買菜新鮮便利

家住重慶江北區龍塔街道的李先生，「十一」長假期間在家招待過兩次朋友聚餐，從烤肉盤到蔬菜水果，全部選擇線上購物極速到家的方式。「疫情改變了購物習慣，原來買菜喜歡去超市、菜市，現在為了避免時空交集的不必要麻煩，更傾向線上下單，價格也很合適。」李先生稱，在山姆買的燒烤盤，價格與淘寶一致，還能更快收貨；蔬菜他更習慣在盒馬App上採購，新鮮便利。「國慶節最大的感受是，送貨時效不如平時快，平時一小時達的超市配送，一般都需要兩小時或更長時間。」

記者在山姆、盒馬等超市看到，國慶節期間的人流並不算多，結賬處、試吃處等傳統需要排隊的地方幾乎不需排隊，商家在入口、出口等地用醒目的海報宣傳送貨上門極速達。不同於傳統電商的「一處貨源供全國」，高度依賴本地化供給是「即時零售」供給端的特點之一。受益於此，包括傳統商超、便利店在內的本地實體零售業態，正在大規模無縫融入零售線上化進程之中，成為疫後內地零售市場發展的新業態。

## 國慶「購銷兩旺」 線上買更划算

香港文匯報訊（記者 孟冰 重慶報道）國家發改委今年9月在新聞發布會上表示，促進消費方面，發改委正加快研究推動出台政策舉措，積極打造消費新場景，促進消費加快復甦。今年國慶假期，內地不少城市消費市場供銷兩旺，其中上海全市線下消費已恢復至去年同期的八成，線上消費金額約254.8億元（人民幣，下同），同比增長2.9%；重慶主要商圈和重點監測商貿企業零售額同比增長4.8%，當地商務委稱呈「購銷兩旺」態勢。

傳統美妝店舖屈臣氏重慶紫荊廣場店負責人告訴記者，與往年的國慶節假期相比，今年顧客選擇線上訂單的金額首次與線下持平。「我們公司也在大力拓展線上零售，不僅與多家平台合作，還推出了大額優惠券，以一瓶雅漾保濕霜為例，顧客在店裏購買的價格是298元，但是在線上可以領60元優惠券，到手價格更具吸引力。」

### 專家：增加本地門店競爭力

重慶大學經濟學教授兼寧波諾丁漢大學講座教授姚樹潔分析認為，往常熟視無睹的門店加配送組合，因為疫情成為消費者喜聞樂見的形態。如果說以往的電商擴大了消費者的消費半徑而增加了消費選擇，那麼今天的「即時零售」則是在微循環的最後100米增加了消費者的選擇，便利了用戶的本地化生活，增加了本地門店的競爭力。同時他指出，履約時效或成為「即時零售」的痛點，「下單無人配送」「配送太慢」問題仍需要行業重視。

## 消費新潮流

受疫情衝擊的內地零售業正逐漸恢復增長勢頭，剛剛過去的國慶小長假，「即時零售」火熱了起來。聚餐豪飲後亟需醒酒藥，網上點一下立刻可送到飯店；出門忘帶充電線，下單即可有小哥快速送到指定地點；甚至想買新款的iPhone 14，也能在30至60分鐘送達，壓根不用特意跑去商場專櫃購買。「即時零售」打破人們印象中只有餐飲才可外賣的模式，一切日常快消品都可快速流動，極大提升了消費者的購物熱情，香港文匯報記者發現即使是路邊小店也能受惠於「即時零售」。業內分析認為，「即時零售」不僅是內地疫後零售業態又一創新，更能成為拉動經濟的增長動能。

◆香港文匯報記者 孔雯瓊、孟冰 上海、重慶報道



► 上海安福路遊人如織。網絡圖片



▲ 國慶小長假因疫情反覆，超市線下顧客稀少。

香港文匯報記者孟冰 攝



▲ 傳統商超將「極速達」標誌貼在醒目處。香港文匯報記者孟冰 攝



◀ 在上海的小馬路上，只有一個窗口的特色小店也吸引人們排隊購買。網絡圖片



▲ 外賣平台上顯示iPhone14可以「即時零售」。

手機截圖

## 新 iPhone 美團5分56秒送達

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）在上海，國慶節宅在家中7天的張小姐，儘管沒有去過商場、逛過馬路，但她假期中的消費一點都不比天天外出的消費者少。原來她迷上了「即時零售」，無論是吃的還是用的，甚至是穿的，「即時零售」都可以做到即買即送，不僅耗時短而且更省力，可以讓她是足不出户買到需要的日常生活用品。

### 網線衣服百貨即買即送

張小姐告訴記者，「本來以為外賣只能叫到餐飲，結果發現很多東西都可以買到。前幾天家裏的網線被狗咬斷了，周圍實體店舖不知道哪家有貨，網店上又要等兩到三天才能收到貨。抱着試試看的心態，在外賣平台上搜索『網線』，結果發現好多店舖都提供商品，而且免配送費，30分鐘內必達。」自從有了這次經歷，張小姐像是打開了一個全新世界，家裏多數日常用品都開始在外賣平台上購買，國慶期間大降溫，甚至連秋季衣服都是叫外賣送來的。

所謂「即時零售」，指的是消費者在線上平台下單，線下實體店接單，並通過第三方或自有物流配送，一般在30分鐘左右送達。前段時間蘋果最新產品iPhone 14現貨開售當天，美團即時配送平台僅耗時5分56秒，就完成了第一筆iPhone訂單的配送。目前在美團、餓了麼等平台上，多數常見的日用品均可滿足30分鐘送達，京東到家上的各類快消品也可在1小時內送到。

### 地下室開店也可賣貨

對於消費者而言，「即時零售」帶來更快更便捷的購物體驗，對於商家而言，這樣的行業模式也是實體店的致富途徑。在寶山經營一家炒貨店的店主告訴記者，之前開實體店很注重門面，因為人流旺的店舖租金也高，帶來很大成本。

「現在有『即時零售』就方便多了，我把店開在商場地下室也沒問題，只要消費者能在平台上搜索到我們，我們就可以賣貨。」這家店裏堆滿了瓜子、花生、板栗等應季產品，還有熱氣騰騰的手搖爆米花，雖然店舖開在不起眼的地方，但得以在網絡上曝光，店舖內生意紅火，外賣自動接單機不時提示「你有新的訂單」並吐出一串串的小票。「我們賣的糖炒栗子、爆米花，送到消費者手裏都還是熱乎乎的，附近的居民送過去最快幾分鐘就到了。」

## 「後街小店」火爆 帶領經濟復甦

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）今年上海的國慶黃金周期間，很多小馬路上的特色小店走紅，別看這些店面積不大，有些可能不到10幾平方米，但憑藉著獨一無二的「小而美」，不少小店一天裏可以賣出近千杯的咖啡或奶茶。有人將上海小店比喻為經濟發展的毛細血管，若能幫扶一把更能助其復甦升級。

上海的小馬路一直是一道風景線，這裏雖然沒有大型綜合商場，但路邊林立的行道樹，各具特色的花園洋房建築，使得這些小馬路風情萬種。尤其是今年國慶假期間，類似安福路、武康路、愚園路上的網紅特色店著實火了一把，買一杯咖啡要等很久，店內顧客摩肩接踵，就連露天座位也供不應求。

### 小店一天賣近千杯飲料

國慶剛過去安福路上老牌網紅店Sunflour的消費者小安告訴記者，她原以為疫情反彈下的實體店人不曾太多，但到店裏卻發現她低估了特色店的魅力，「被這個小角落裏人山人海的景象震驚到了，真沒想到一個麵包店也會如此喧鬧。」小安表示，這家店其實在各個大型商場都有專櫃，但哪裏的人氣都不及在安福路上的好。武康路原本是藏身在上海知名商業街淮海路後面的一條馬路，但近幾年這條小馬路的名氣開始逐步超過了淮海路，武康路上的特色飲品店，類似PlusOne、%Arabica、corner cone gelato等，國慶期間銷售火爆，更有店員稱一天內就可以賣出近千杯的飲料。太原路上一家名為O.P.S.的咖啡店，小到只有幾平方米，因為面積小不設堂食，只有一個櫥窗，消費者僅能站着喝咖啡。儘管硬件條件聽上去不盡如意，但憑著它的特色，照樣受到追捧，國慶期間很多人在小小的窗口前耐心排隊，只為享受站在路邊一飲而盡的感覺。

### 發放消費券助精準幫扶

小店經濟的再次復甦，除了特色吸引人外，和近期上海對消費的大力刺激亦有關聯。據悉，今年上海進行了兩輪的「愛購上海」消費券發放，各種小店積極參與，這在一定程度上刺激了消費者的到來和消費。另外，上海各街區也積極幫扶區域內小店，如上海衡復街區在國慶前夕發放每日可領取的消費券，專門針對街邊小店，消費者到店後只需掃一下二維碼當場就可以用紅包，這使得消費者直接受益，商戶也精準擁有流量。

有業內人士分析認為，小店是城市商業的毛細血管，關聯着經濟發展和百姓生活。單個小店的吸引力是有限的，相關部門應從引領小店差異化競爭、優化區域小店生態等角度入手，多措并举幫扶小店經濟在復甦中升級，變得「小而美」。

◆香港文匯報記者 孔雯瓊

## 專家分析

市場規模將達1.2萬億元

當下青睞「即時零售」的消費者不在少數，多家機構均有報告支撐此論證。Mob研究院數據指，目前內地「即時零售」用戶規模已達到了7億人之多。據中國連鎖經營協會發布的白皮書顯示，作為線上線下結合的重要組成部分，「即時零售」行業已迎來快速增長，並預期到2025年將達到1.2萬億元（人民幣，下同）規模。作為「即時零售」配套的即時物流數據，亦可以證明這種零售方式的火熱，近日中國物流與採購聯合會和美國配送發布了《2021—2022中國即時物流行業發展報告》，顯示2021年即時物流行業訂單量為294億單，同比增速為38%，用戶規模達6.33億人。相較去年內地快遞市場訂單量為

1.083億件，不難發現即時物流的業務量已經達到快遞市場的四分之一。

### 以實體門店激發消費

中國市場學會理事、經濟學教授張銳曾撰文表示，「即時零售」是內地零售業下一個熱點，與傳統電商零售相比，「即時零售」將快遞時間從4至5天壓縮到了最多只需一小時。之所以能夠做到如此快捷，核心就是倚重本地實體門店，同時為實體門店輸出了降低成本與提高利潤的紅利，這無疑可以激發更多全新市場主體的創建。另外，「即時零售」撬動的是突發與應急需求這一先前未曾開發的消費市場，相應地可以疊加出更多的本地消費勢態，進而增厚地方經濟的內生增長動能。

◆香港文匯報記者 孔雯瓊