外卖平台不仅能点餐，还能下单买家电、买衣服——

即时零售，你试过吗？

廖睿灵　金　旻

打开外卖平台，消费者不仅能点到一份快餐，还能下单买衣服、美妆、电子数码等各类商品——伴随零售数字化和即时配送业务快速崛起，便利性更高、时效性更强的“即时零售”模式正悄然风行。

据估算，2020年至2021年，国内即时零售年同比增长率保持在80%—100%。业内人士预测，未来几年即时零售复合增长率仍将保持高位。“往里走，啥都有”这句昔日线下商店的口号，正成为外卖平台的真实写照。

消费者追求即时满足

“时间紧迫时，即时零售的优势就体现出来了”

不少消费者发现，外卖平台上能买到的东西越来越多。

在湖南长沙读大学的小张是江苏扬州人。异地求学，她常会想念家乡风味。这天，她在外卖平台上搜索扬州的“三和四美”酱黄瓜，没想到真有商家在售卖。“这个品牌相对小众，本以为没有商家进货。能在千里之外找到家乡味道，太惊喜了，果断下单！”小张说。

以门店为基础、即时配送为依托，这种类似外卖点餐的新兴消费模式，被称作“即时零售”。商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇告诉笔者，借助互联网平台，即时零售能高效匹配本地供需，具有速度快、本土化等特点。

“电子商务可分为远场、中场和近场。”洪勇说，远场即通过淘宝等平台下单购物，商品送达需花费2—3天甚至更长时间；中场是在社区团购平台上购物，通常隔天能收到货物；近场也就是即时零售，下单后约30—60分钟即可收货。

咨询机构埃森哲发布的《聚焦中国95后消费群体》显示，95后人群更加注重配送速度，超过50%的95后消费者希望在购物当天收货，约7%的95后希望能在2小时内收货。部分消费者使用即时零售，正是看中了它的快捷、便利。

“前两天有一场重要的线上会议，但开会1小时前摄像头突然坏了。我赶紧求助外卖平台，下单了附近一家文具店的摄像头。”家住北京的陈敏回忆道，“好在外卖小哥很给力，不到30分钟就送到。这说明，时间紧迫时，即时零售的优势就体现出来了。”

在专家看来，除了满足应急需求，即时零售“走红”还有多重动因：基于互联网技术的即时配送体系更加完善、疫情影响下网络购物习惯的养成、关注即时满足的“Z世代”正成为消费主力人群……“这些因素推动了‘万物皆可买’的即时零售模式兴起，受到越来越多消费者的青睐。”洪勇说。

更多卖家入局即时零售

“做了几年店铺生意，现在反倒主要依赖线上了”

与不断增长的消费群体相对应，在供给侧，原本聚焦线下的商家也开始向线上转移，做起即时零售的生意。

“您有新的外卖订单”——湖北省武汉市武昌区一家生鲜超市里，外卖提示音不时响起。收银台上垂着一条长长的小票，店员正忙着对照票据分拣外卖订单。

店铺老板李先生介绍，自家的生鲜超市开于两年多前。“刚开始我主要做批发，能拿到很好的货源。后来，大家知道了我们家菜品和水果新鲜，攒了不少回头客。”李先生说，此前，他没有考虑过做线上生意，“店里人手不够，怕来不及接单。”

“宅经济”的兴起，让他开始考虑向线上转型。“毕竟生鲜产品放不住，得尽量清库存，如果出现疫情还得靠线上订单。”他说，“这么看，开启即时零售模式也挺好，多了一条销路。”

还有一些传统小店索性选择把重心放在线上业务。老赵是一家文具店的老板，他的店铺临街，面积不大但售卖的品类不少，有常见的办公文具、五金劳保用品，还有一次性差旅用品、打印机和墨盒等。疫情期间，他还添置了手机支架、摄像头等用于线上授课的工具。

“我现在有七八成的生意是来自线上。”做了近十年文具生意的老赵说，外卖刚兴起时，自己压根没想过文具也能做外卖，“我是看其他商家在平台上线了才开始做的。做了几年店铺生意，现在反倒主要依赖线上了，看来拥抱新事物是对的。”老赵说，之前和自己一起加盟的伙伴已经租好仓库专做线上生意。如今，他也在物色合适的铺面，考虑转型。

小店走向线上，画出更大的销售半径。中国连锁经营协会发布的《2022年中国即时零售发展报告》显示，通过即时零售平台提供的线上门店商圈和高效的即时配送网络，门店的商圈将由现在的1公里扩大到3—5公里，门店用户覆盖范围较原来大幅提升。对于传统超市来说，线下超市的流量不稳定且影响因素较多，而即时零售平台拥有稳定、海量的用户资源，将为线下实体零售带来新的增量。

积极入局的不止街头小店。10月21日，苏宁易购宣布与美团达成战略合作，成为入驻美团平台的首家家电3C品类大型连锁品牌。消费者在“美团”或“美团外卖”APP上搜索“苏宁易购”，就能下单购买手机、电脑、生活家电类产品，最快30分钟即可送达。苏宁易购有关负责人介绍，目前苏宁易购已有超600家门店完成美团入驻，覆盖全国175个城市。双方还将继续深化合作，计划在2023年苏宁易购入驻美团门店超1000家。

供应链全面走向数字化

“即时零售模式不仅仅是企业入驻线上”

对比传统“远场”网购，“近场”即时零售也成为消费者实惠下单买大件的新入口。

“我今年没参加传统购物平台的‘双11’，倒是外卖下单了一款冰箱。”家住福建厦门的小陈说，自己此前就听说过大型超市有“线上下单，线下急送”模式。前段时间家里冰箱坏了，又适逢“双11”，他便试着在外卖平台上买了一台新的冰箱。“对比电商平台，加上优惠券、满减，又比较了赠品，即时零售平台不仅售价最低、配送速度最快，售后也有保障。”小陈说，送货员上门后，仔细讲解了冰箱使用事项和售后服务的注意点，很是细心周到。

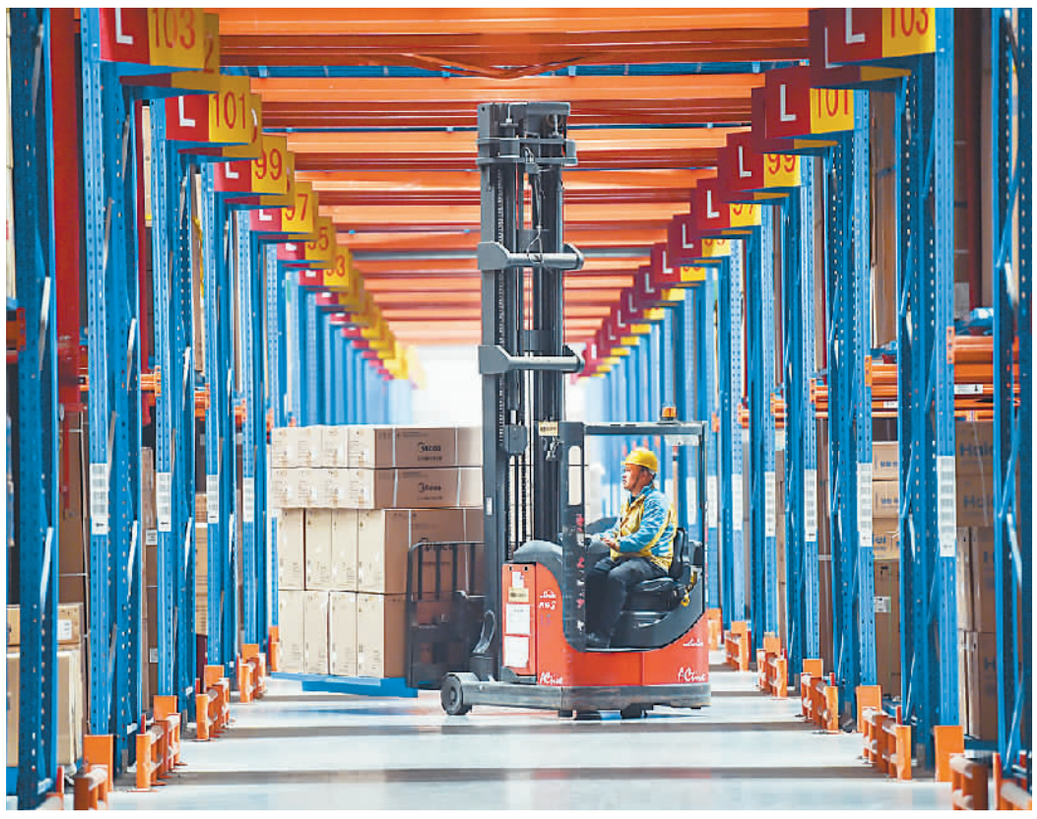
消费者“到家需求”攀升、商家纷纷布局线上，推动即时零售迎来快速发展。苏宁易购提供的数据显示，截至11月11日，苏宁易购在美团平台上的订单量超6万单。美团平台数据显示，今年参与“双11”的数码3C门店数量较去年增长了2倍。10月30日至11月1日，美团上来自本地实体门店的电脑品类销量比去年同期增长了73倍。《2022年中国即时零售发展报告》指出，业内人士普遍认为未来几年即时零售复合增长率将保持高位，预计到2026年，即时零售相关市场规模将超1万亿元。

如果说“上线外卖”、开启即时零售模式是不少街头小店、传统商超抵御困境、打开销路的帮手，那么进入即时零售赛道，则对店铺运营能力提出了更高要求。拿生鲜店李老板来说，做好外卖生意，门店得匹配专门的订单分拣、配送力量，还需要加强售后服务，以保障销售、运输全程不影响消费者的购物体验。而对于商品体量更大的卖方而言，将触角伸至线上更是一次互利共赢的创新尝试。

“美团拥有专业的本地化运营和服务能力，且具备海量的年轻用户群体。通过合作，我们能共享双方的资源优势，也能共同提升服务效率。”苏宁易购智能互联公司有关负责人说。

在中国连锁经营协会秘书长彭建真看来，即时零售不仅是业态发展需要，更是云计算、大数据、物联网、智能化科技发展的结果。即时零售为线下商家带来了线上流量，而只有在经营和服务特色等方面多下功夫，线下商家才有望把更多线上流量转化为实际销量。

“即时零售模式不仅仅是企业入驻线上，更要求企业进行供应链体系的数字化改造，缩短线上需求和线下供应的匹配时间，提升供应效率和质量。”洪勇说。中小企业应积极完善数字化系统，吸引、培养数字化人才；行业领军企业则应加大对即时配送技术和无人车、前置仓、智能柜等基础设施的投入，以此提升企业数字化运营管理能力，真正打开即时零售销路。



更加智能化的物流设备，为网购家电提供了支撑。图为不久前，在位于江苏省南京市江宁区的苏宁华东物流中心，工人正驾驶叉车搬运商品。**方东旭**摄（**新华社**发）

中国首列齿轨列车下线

本报成都电（记者**王明峰、王永战**）中国首列齿轨列车（电客车）日前在中车资阳机车有限公司成功下线，这是国内首创、拥有完全自主知识产权的新制式车辆，填补了中国在齿轨列车领域的空白。

齿轨列车是一种运用于登山铁路的新型轨道交通车辆，通过在车辆走行部配备一个或多个齿轮的方式，在爬坡时与安装于轨道中间的齿条啮合，借助齿轮齿条的咬合力稳步行进，特别适宜山区或旅游景区的观光线路。此次下线的齿轨列车，未来将运用于国内首条齿轨铁路——都江堰至四姑娘山之间。列车创新采用了“轮轨+齿轨”双制式的牵引模式，在轮轨段最高运行速度可达120km/h，在齿轨段最高运行速度可达40km/h，爬坡能力较国内干线铁路机车提升10倍以上。此外，列车采用4节编组，额定载客数145人，具有国内最大面积曲面观光玻璃窗，可实现车内游客与自然景观的深度交流。

据介绍，“都四”线路预计首段2023年底开通运营，2026年全线通车，建成后，两地出行时间将由原来的5小时缩短至2小时。

云南：

新增22项“跨省通办”事项

本报昆明11月28日电（记者**叶传增**）日前，云南省人民政府办公厅下发《关于扩大政务服务“跨省通办”范围进一步提升服务效能的通知》（以下简称《通知》），要求加快推进实施22项新增政务服务“跨省通办”事项。

新增的22项政务服务“跨省通办”事项涵盖临时居民身份证办理、子女投靠父母户口迁移、城乡居民养老保险参保登记、城乡居民养老保险待遇申请、住房公积金汇缴、异地电子缴税、灵活就业人员社会保险费申报、城乡居民社会保险费申报、5种门诊慢特病相关治疗费用跨省直接结算等高频政务服务事项。

《通知》明确，县级以上政务服务中心要全面设立“跨省通办”窗口，有条件的地区可在乡镇（街道）便民服务中心、村（社区）便民服务站开设“跨省通办”窗口。

山东：

沾化冬枣持续扩大出口

本报电（**贾海宁、李树伟**）山东省滨州市沾化区是著名的“冬枣之乡”，沾化冬枣年产量达6亿斤左右。一颗小冬枣，让百姓过上了甜甜的日子，成了富民强区的特色产业、支柱产业。如今，沾化冬枣不仅闻名全国，更是远销美国、加拿大、新加坡、泰国等国家和地区。

全利冬枣农民专业合作社沾化冬枣种植园是公布的第七批粤港澳大湾区“菜篮子”生产基地，2020年获得中国海关总署审核批准注册出口美国资质。该合作社是沃尔玛沾化冬枣直接采购基地，每年出口美国的冬枣达到1400多吨。玉华果蔬进出口有限公司2021年获得鲜枣输美资质后，每年出口冬枣都超过1000吨。今年，该公司积极与加拿大、新加坡、迪拜等国家和地区对接，获得了1200吨的冬枣订单。目前，沾化全区建有沾化冬枣出口备案基地7处，种植面积2667亩，今年以来沾化冬枣出口3000多吨。

沾化区委书记袁志勇表示：“沾化冬枣是滨州乃至山东的一张名片。下一步，我们将继续做好‘冬枣出口’这篇文章，持续提高冬枣质量和品牌影响力，扩大出口规模，拓展沾化冬枣海外‘朋友圈’。”

世行项目支持的广西博白三桦公司的沃柑喜获丰收

世行项目支持的靖西市鑫晟茧丝绸车间

广西

聚焦世界银行贷款项目实施
推动农业高质量发展

在推进农村高质量发展进程中，广西农业外资项目管理中心以推进农业外资项目实施为抓手，通过利用好世界银行结果导向型贷款项目（简称“世行项目”），以发展地方农业特色产业为目标，为农村发展输入资金和技术，为农民生产生活水平改善注入强大活力，助力广西巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，打造宜居宜业新乡村。

2018年9月至2021年12月，世行项目在各级各部门的大力支持和项目办人员的通力合作下，全面完成八个与成果领域相关联的支付指标任务，通过核验，按时按量完成4亿美元的提款，实现农村人口收入水平提高、农村基础设施改善、改进项目实施中的交叉衔接等三个成果领域目标，为广西28个项目县提供了4亿美元的贷款支持。

项目直接效益明显，量化数据突出。带动超过10万名农民获得增收，培育超过4万名农民农业技能提升，认定100余家扶贫龙头企业，改组500余家农民专业合作社并达到规范化运行标准，实现100条村道路通达与硬化。项目管理效益彰显，信息管理系统得以较好应用。广西28个项目县均采用世行审定的模板建设了项目库系统，完成统筹整合涉农资金年度预算规划和支出报告，自治区建立了统一的大数据平台，有效整合相关部门数据，并完全投入运行使用。

数据来源：广西农业外资项目管理中心

·广告·