

东方甄选推出“小时达” 即时零售市场竞争激烈

■中国城市报记者 张亚欣

东方甄选又有新动作。

日前,东方甄选正式推出“小时达”服务,并在抖音“东方甄选小时达”账号开播。据悉,东方甄选“小时达”业务首先针对北京市场,已与17个前置仓建立合作,配送范围覆盖北京五环内80%区域,未来将覆盖更多城市。

在业内看来,“小时达”服务或将是东方甄选切入即时零售赛道的“投石问路”。“半路出家”的东方甄选面对激烈的市场竞争,分得即时零售“蛋糕”的胜算究竟几何?

市场潜力大 持续加码即时零售

不久前,“东方甄选小时达”账号开播,主播天权化身配送小哥,为用户将产品配送到家。目前,“小时达”产品仅可在抖音APP下单,中国城市报记者在抖音APP“东方甄选小时达”账号发现,该账号主要销售其自营产品,推荐栏有螺蛳粉、黄油鸡蛋卷、白黄糯玉米等,均标有“甄选自营”字样,首批上线约50款产品。

“东方甄选小时达”的抖音账号吸引了众多粉丝,截至记者发稿前,已超过12万粉丝。另据蝉妈妈数据分析平台公布,东方甄选小时达直播间开播首日,累计销售额为5万—7.5万元。

事实上,今年2月下旬,东方甄选就曾试水该项业务。试水阶段,该业务仅面向北京市十里河区域和上海市虹口

区、徐汇区的部分街道开放。

此举也被业内认定为是东方甄选切入即时零售赛道的尝试。

去年2月,《中共中央国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》正式发布,在“加快发展现代乡村服务业”相关内容中,文件首次提及了即时零售,明确“大力发展共同配送、即时零售等新模式”。同年7月,商务部等13部门联合发布的《全面推进城市一刻钟便民生活圈建设三年行动计划(2023—2025)》又提出,支持发展线上线下融合的即时零售模式,赋能实体门店,拓展服务半径。

国家层面的鼓励为行业带来重大利好。研究即时零售的概念不难发现,其本质是零售外卖化,即时零售高效的供给满足和快速应答也让它成为当下社会消费者购物的主力渠道。

需求大增,涌现出巨大的市场机会。去年10月,中国国际电子商务中心联合京东消费及产业发展研究院和达达集团研究院发布的《“即时+”2023即时零售发展趋势白皮书》(下称《白皮书》)显示,2023年即时零售行业进入提质升级新阶段,未来超大规模市场奠定即时零售潜在空间。预计2023到2030年,即时零售市场规模年均复合增长25%,到2030年有望增至3.6万亿元,相当于同期社会消费品零售总额6%。

万亿元市场规模的蓝海,再加上高增长速度,吸引了各

大企业持续加码即时零售赛道,东方甄选作直播带货的后起之秀自然也不例外。

合作共赢提升服务质量

现阶段,即时零售已经成为人们日常生活中的重要组成部分,“万物到家”的时代已悄然来临。不过,消费者对于即时零售模式的服务质量也提出了更高的要求,从“小时达”到“分钟达”,各大平台已经将配送效率卷到了极致。配送的效率和准确性成为消费者关心的重点,也是“小时达”服务的核心竞争力。

就在东方甄选正式推出“小时达”服务后,京东物流和达达集团先后宣布,此次东方甄选“小时达”的商品入仓在京东物流的北京前置仓,末端配送则由达达快送承接。

此次合作,京东物流针对直播电商的供应链需求,为东方甄选提供灵活的前置仓供应链解决方案。该方案依据历史及实时销售数据对商品进行分仓管理,优化库存模式,以提升配送时效和消费体验。

实际上,双方已于2022年开展供应链合作,借助京东物流的全国配送网络,东方甄选实现了更高效的分仓配送模式。据业内人士透露,未来,京东物流计划将此类“前置仓+小时达”的模式推广至全国,继续服务直播电商平台,助力降低成本、提升行业效率。

靠直播带货起家的东方甄选在即时零售方面具备一定的优势。“东方甄选作为一

家专注于精选商品的电商平台,其推出‘小时达’服务的优势在于其对商品质量和供应链管理的严格把控。”天使投资人郭涛在接受中国城市报记者采访时指出,通过与前置仓的合作,东方甄选能够确保商品的快速配送并保持商品的新鲜度和质量。再加上,东方甄选在品牌建设方面的积累也为其提供了良好的市场认知度,有助于吸引消费者尝试其即时配送服务。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇在接受中国城市报记者采访时也透露出:“借助庞大的粉丝基础、严格的产品品控和高效的物流网络可以让东方甄选有能力迅速推动‘小时达’服务的发展和普及。”

因此,在业内看来,东方甄选与京东物流的合作明显发挥了各自所长,比如东方甄选自带流量和忠实用户,京东前置仓则需要稳定、可观的订单量覆盖每日运营成本。

竞争激烈 挑战与机遇并存

尽管东方甄选在即时零售业务上有一定优势,但并不意味着这将是条坦途。

首当其冲的自然来自该赛道上已存在的企业之间的激烈竞争。即时零售市场上,平台、自营等模式百花齐放,即时零售配售服务主要由美团闪购、饿了么、京东到家等平台提供。

上述平台的特征各有不同。美团闪购与饿了么从外

卖履约切入,相对完备的物流履约让其顺利过渡到“送其他”,京东到家则更强调自己是唯一具备“B2C+O2O”数字化和供应链整合能力的企业;而抖音小时达则拥有最丰沛的流量,从新需求供给侧切入。

从东方甄选“小时达”的业务布点来看,面对北京当地有深耕多年的美团、京东以及盒马等即时零售服务商,东方甄选能否在竞争激烈的市场中分一块蛋糕,仍面临不小的挑战。

除此之外,洪勇认为,物流基础设施建设、服务时效与成本平衡、品类扩展与合作伙伴关系等方面的考验都需要东方甄选在战略规划和执行中予以克服。

郭涛还指出,用户习惯的培养也是东方甄选“小时达”要面临的一大挑战,即需要通过优质的服务和用户体验来吸引和留住消费者。

对于东方甄选能否搅动竞争激烈的新零售市场,部分业内人士仍持谨慎乐观的态度。郭涛坦言,东方甄选的人局可能会带来新的竞争动态,尤其是如果它能够在商品差异化和服务体验上做出创新。“虽然东方甄选是‘半路出家’,但在商品精选和品质控制方面的专业能力可能会成为其吸引用户的亮点。”郭涛表示,长期来看,东方甄选是否能够在即时零售市场占据一席之地,还需要观察其服务的实际执行情况和用户反馈。

《白皮书》指出,即时零售消解了长期以来线上线下零售非此即彼二元对立困局,是线上线下未来五到十年内最具潜力增量市场。“即时零售的核心要素主要包括强大且集成的线上线下能力,高效物流网络,精确库存管理,以及优质消费体验。”洪勇分析,未来,即时零售预计将向个性化、智能化的方向演进,强化数据分析能力,拓宽服务边界,注重环保可持续性,并在商品多样性、价格竞争力以及商家生态建设等方面取得进一步突破。

“未来,随着技术的不断进步和消费者需求的不断变化,即时零售市场将朝着更加智能化、个性化和便捷化的方向发展。”贝恩全球商品战略总监、东华大学客座教授潘俊在接受中国城市报记者采访时称,即时零售企业应继续关注市场趋势和技术创新,不断优化服务和产品,为消费者带来更加优质的购物体验。

北京: 平谷桃花亮相王府井

4月11日,北京王府井步行街,平谷桃花怒放。近日,200株来自平谷的桃花被搬到了北京王府井大街,拉开了“王府井桃花季”的序幕。“香”遇王府井系列活动集赏花、休闲、购物于一体,带来美景、美装及特色活动相互融合的新消费体验,将持续至10月底。

中国城市报记者 全亚军摄

