

更多线下零售商开始积极进入

# 即时零售升温 多方争相布局

即时零售正在升温。商务部《2022年上半年中国网络零售市场发展报告》明确提及即时零售，并将其作为新消费场景之一。记者了解到，美团、京东、达达集团等加力布局即时零售市场，连超、便利店等传统线下零售商也在积极进入即时零售市场。

根据中国连锁经营协会等发布的《即时零售开放平台模式研究白皮书》，作为O2O(Online To Offline 线上到线下)到家业务的重要组成部分，即时零售风口已至，或将迎来快速增长。预计到2025年，即时零售中的开放平台模式规模将达到1.2万亿元，引领并拉动O2O整体市场规模增长。

## 即时零售市场高速增长

小刘在北京通州经营一家80平方米的平价百货超市，伴随着柜台电脑不断传来的新订单提示音，每天有数百个外卖订单从这里送出，一个月的销售额近100万元。依托零售平台的骑手，小刘经营的超市能在30分钟内满足周边居民的用百货需求。

从“次日达”“当日达”到“30分钟达”，线上下单，线下极速送达上门，这样的消费体验已从“送外卖”拓展至更多领域。

“新零售业态不断发展，线上便捷性和个性化推荐优势逐步放大，线下渠道智能化水平持续提升，线上线下渠道趋向深度融合。在此背景下，即时零售、无接触消费和直播带货等新消费场景正加速布局并保持发展势头。”商务部《2022年上半年中国网络零售市场发展报告》称。

即时零售是指消费者线上交易平台下单，线下实体零售商通过第三方(或零售商家)物流执行配送上门服务，提供的产品包括食品饮料、蔬菜生鲜、医药健、数码3C等商品，配送时效通常在30



图为上海市杨浦区的美团买菜逸仙路站点内，工作人员在分拣货品。

至60分钟。

多地即时零售业态快速发展。零售平台美团的数据显示，今年1至7月，湖北各类市场主体的即时零售消费稳步增长。其中，便利店的即时零售订单同比增长40%，饮料酒店的即时零售订单同比增长111%，宠物用品店的即时零售订单同比增长150%，夫妻杂货店的即时零售订单同比增长309%。今年1至7月，云南菜市场的即时零售订单同比增长51%，杂货店的即时零售订单同比增长162%。

“即时消费需求一直存在，以前只存在于一些应急性的场景和小部分人群。近期，由于无接触消费的兴起、消费者消费能力的提升、即时消费市场环境的完善、即时消费习惯的养成，即时消费市场步入高速增长。”商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇对记者表示。

## 各路资本争相布局

根据美团2022年第二季度及半年度业绩报告，二季度美团实现营收509亿元，同比增长16.4%。即时配送订单增至41亿笔，包括餐饮外卖、美团闪购业务在

内的核心本地商业板块季度收入增至368亿元。平台年活跃商户增至920万，创新高。

本地即时零售和配送平台达达集团2022年第二季度业绩报告显示，二季度达达集团总营收23亿元，同比增长55%。

今年第二季度，京东小时购延续高速增长态势，GMV(成交总额)同比增长超过2倍。京东到家在线营销收入同比增长超过80%。京东明确要将现有的5.8亿主站活跃用户转化为即时零售用户，并针对业务层面给出阶段性具体目标。

抖音电商、阿里等互联网平台也在瞄向即时零售市场。

值得注意的是，即时零售已不仅仅是传统电商竞逐的领域，更多的线下零售商开始积极进入这一市场。

全国门店数超过2.8万家的本土便利店品牌美宜佳已将即时零售定位为公司战略，外卖等即时零售业务由公司整体统筹管理，目前专门负责外卖业务的团队就超过100人。

中国连锁经营协会会长裴亮表示，即时零售是全渠道零售的重要组成部分，不单纯依靠线上流量，而是通过对线

下资源的整合，使得平台和线下零售商合作形成一种“1+1>2”的能力。

《即时零售开放平台模式研究白皮书》说，随着新型商业模式基础设施和城市配送服务网络的快速完善，以小时达、分钟达为特征的即时零售已经成为零售模式创新的新风口。

## 即时配送能力成关键

业内认为，即时零售是数字经济与实体经济融合发展的典型业态，我国即时零售还处于发展的初级阶段。随着越来越多的消费者采用即时零售的购买方式，配送成本将大幅降低，配送效率将有所提高，即时零售将保持加速发展态势。

洪勇表示，即时零售与即时配送效率紧密相关，消费者更加关注即时配送效率，因此需要在前置仓等方面加大投入。“对企业而言，要准备好资金、人力、技术等资源，并加大对无人机、无人机等无人配送的科技投入，做好即时零售商品品控和品牌管理工作，完善前置仓布局，优化配送大数据系统，缩短配送时间。”

中国连锁经营协会秘书长彭建真认为，即时配送是业态发展的需要，更是云计算、大数据、物联网、智能化科技发展的结果。对于线下商家来说，即时配送是一种新的商业模式，带来了线上流量的红利。只有在经营和服务特色方面多下功夫，线下商家才有望把更多线上流量转化为实际销量。

《即时零售开放平台模式研究白皮书》指出，线上流量导入、店仓一体化改造、全链路数字化管理、全渠道用户运营、全渠道整合营销以及线上线下销售服务打通，成为零售商和品牌商做好即时零售的关键。

(经济参考报)

## 江苏动态

### 南通农商行体育产业贡献金融力量

本报讯 (记者 汪宏胜 □卢林)近日，“全民健身 幸福南通”——“全民健身日”系列活动开幕式在江苏南通体育馆举行，一场场精彩纷呈的文体表演盛宴和由南通农商行冠名的江海新秀搏击比赛，共同奏响了全民健身、幸福南通的精彩乐章。

南通素有“体育之乡”“世界冠军的摇篮”的美誉，作为主城区唯一一家本地法人银行，南通农商行充分发挥本土金融优势，积极探索“金融+体育”的跨界合作，为打造“江海体育”特色产业发挥了积极作用。除了为南

通体育产业企业提供信贷支持，该行还积极助力本地特色体育赛事活动，先后冠名赞助了首届南通国际马拉松赛、首届沪苏通武术节、“奥运文化进校园”等活动。

作为本次活动的主办方之一，南通农商行党委书记、董事长余俊表示，该行将始终致力于弘扬奥运精神，激发全民健身活力，并将进一步加大对地方体育事业发展的金融支持，为体育爱好者带来更加优质便利的金融服务，为南通市体育产业提质增效和持续发展贡献“农商”力量。

### 昆山农商行成功落地跨境人民币项下再贴现业务

本报讯 (记者 汪宏胜 □郭鹏杰)为进一步推动稳订单、稳外贸、稳经济工作，人民银行苏州市中心支行在江苏昆山市范围内开展了再贴现支持跨境人民币项下外贸企业融资的专项行动。昆山农商行积极响应人民银行号召，充分利用政策工具助企纾困，于7月份成功落地700万元的首笔跨境人民币项下再贴现业务。

昆山农商行通过积极组织外汇产品团队开展政策学习及营销方案设计，梳理行内跨境人民币客户清单分发支行，结合网格化营销走访达，寻找有需求的客户，送上更优惠的金融产品。

“昆山某电子工业企业，是一家专注于电阻器、线圈、二极管等电子元器

件生产与销售的工贸一体型企业。今年3月份以来，受疫情影响部分订单回款有所延迟，企业应收账款金额有所增长。在后续的复工复产过程中，资金周转出现紧张。”昆山农商银行客户经理在网络走访中了解到这一情况后，及时和总行国际业务部沟通联系，为企业筛选匹配了跨境人民币项下再贴现业务。仅用1天时间，700万再贴现资金就到达企业账户上，以更优惠的利率、更快捷的效率、更优质的服务缓解了企业短期流动资金的困难。

下阶段，昆山农商行将继续贯彻落实助企纾困的金融政策，担当起助力实体经济的责任感，以更优质的产品、更贴心的服务，为广大外贸型企业保驾护航，助力外贸经济稳中向好。

### 昆山农商行多措并举助力审计质效提升

本报讯 (记者 汪宏胜)2022年以来，昆山农商行内部审计更加注重审产品、审风险、审制度、审流程、审内控，通过提升优化审计项目管理与审计质效，奋力助推全行稳健发展。

该行强化审计问题分析，促进审计成果更有效。设定问题词条，对审计发现问题进行业务渠道、问题种类、管理条线、业务流程、重要性水平等维度归类，为问题成因分析、查找问题源头、优化全行管理做好基础性工作。

同时优化审计评价维度，促进审计评价更客观。对审计评价更注重充分利用数据全面多维度客观反映，多角度客户评价支行业务发展、内控管理、风

## 动力电池需求高涨 二线厂商为何受资本青睐？

过15家。

与资本热捧形成鲜明对比的，是二线动力电池厂商尴尬的市占率数据。根据中国汽车动力电池产业创新联盟发布的动力电池装车量数据，今年1月至7月，宁德时代、比亚迪仍位居前两位，市场占比分别高达47.59%、22.25%。排名3位至5位的中创新航、国轩高科、欣旺达装车量之和尚不足15%，市占率远低于前两大头部厂商。

随着车企对供应链多元化的日益重视，以国轩高科、欣旺达为代表的二线动力电池厂商不断受到资本追捧。今年以来，二线动力电池厂商资本动作频频。中创新航3月向港交所递送招股书，在此之前的三轮融资已经将其估值推至580亿元，投资者中不乏广汽资本、小米等企业。蜂巢能源今年1月与中信证券签订上市辅导协议，计划寻求科创板上市。亿纬锂能拟向特定对象发行A股股票募集资金90亿元，国轩高科在瑞士证券交易所正式上市。

资本“抢筹”，在更早之前已经开始。2020年5月，大众集团宣布入股国轩高科，成为国轩高科的第一大股东。同年，戴姆勒大中华区投资有限公司出现在了孚能科技IPO战略投资者名单中。据不完全统计，在近两年获得融资且融资额已披露的动力电池厂商中，单笔融资过10亿元的厂商超

过15家。

与资本热捧形成鲜明对比的，是二线动力电池厂商尴尬的市占率数据。根据中国汽车动力电池产业创新联盟发布的动力电池装车量数据，今年1月至7月，宁德时代、比亚迪仍位居前两位，市场占比分别高达47.59%、22.25%。排名3位至5位的中创新航、国轩高科、欣旺达装车量之和尚不足15%，市占率远低于前两大头部厂商。

随着车企对供应链多元化的日益重视，以国轩高科、欣旺达为代表的二线动力电池厂商不断受到资本追捧。今年以来，二线动力电池厂商资本动作频频。中创新航3月向港交所递送招股书，在此之前的三轮融资已经将其估值推至580亿元，投资者中不乏广汽资本、小米等企业。蜂巢能源今年1月与中信证券签订上市辅导协议，计划寻求科创板上市。亿纬锂能拟向特定对象发行A股股票募集资金90亿元，国轩高科在瑞士证券交易所正式上市。

资本“抢筹”，在更早之前已经开始。2020年5月，大众集团宣布入股国轩高科，成为国轩高科的第一大股东。同年，戴姆勒大中华区投资有限公司出现在了孚能科技IPO战略投资者名单中。据不完全统计，在近两年获得融资且融资额已披露的动力电池厂商中，单笔融资过10亿元的厂商超

过15家。

与资本热捧形成鲜明对比的，是二线动力电池厂商尴尬的市占率数据。根据中国汽车动力电池产业创新联盟发布的动力电池装车量数据，今年1月至7月，宁德时代、比亚迪仍位居前两位，市场占比分别高达47.59%、22.25%。排名3位至5位的中创新航、国轩高科、欣旺达装车量之和尚不足15%，市占率远低于前两大头部厂商。

与