

“线上买生鲜”订单爆发 生鲜零售商如何利用数字化突围？



线上消费模式给传统生鲜行业带来挑战

►随着移动生态与消费升级在河南本土市场加速渗透,数字化全景消费发展进入全面爆发期,随之而来的是生鲜等传统行业迎来增长新“引擎”。在河南市场,区域消费也表现出了更加踊跃的消费热情。

□东方今报·猛犸新闻见习记者 王琳/文图

河南线上生鲜订单量超全国整体水平近六成

近日,阿里巴巴旗下口碑饿了么联合媒体发布的《2019线上生鲜消费发展趋势报告》(以下简称《报告》)显示,2019年上半年,河南的订单同比增速是全国市场同期平均水平的1.55倍,其中,洛阳、商丘、新乡等城市的生鲜外卖需求出现爆发式增长,同比增幅分别超过1000%、480%、470%,而全省增幅较全国整体水平超出

55%。外卖已成为河南生鲜消费的主要场景之一。

“通过这些数据,我们可以清晰看到,河南的生鲜市场已经迎来了数字化风口,并且这个风口首先表现在井喷的线上消费服务提质需求。”饿了么副总裁郭力表示。

报告显示,在持续增长的消费需求带动下,河南线上生鲜市场的供给侧也在加

速繁荣。以口碑饿了么平台为例,近半年来登录平台的生鲜用户同比增速超过了150%,这一数字是全国平均水平的1.15倍以上。

从头部商户的TOP5排名来看,河南目前线上生鲜的优势品牌多以生鲜专营店和传统商超品牌转型而来,这与全国其他区域被近些年在线上诞生的众多生鲜品牌所主导,形成了鲜明的对比。

前7个月河南高复购用户规模增幅超六成

随着市场整体发展的持续升温以及消费体验的不断完善,河南消费者对于线上生鲜消费模式的认可不断加强,进而也拉动了市场对新模式黏性的快速增长。

数据显示,今年以来河南生鲜高复购用户(每周均有消费用户)数较去年同期增长超过60%,其中郑州的一位用户以153单生鲜水

果高居全省生鲜个人订单量榜首,平均每周消费达5单以上。

另外,除了消费频次的不断提升,从价格分布来看,河南线上生鲜消费者的购买力也在不断增强。今年前7个月,河南线上生鲜市场整体购买力表现弱于全国同期水平,其中0到25元的订单占比约为

42%,高于全国平均水平近8个百分点,而25到50元的订单占比则低于全国平均水平值近8%。不过需要注意的是,随着消费者对于线上消费模式的认可,河南市场整体已在快速向全国水平靠拢。在今年7月时,25元到50元的订单占比就已增长至47%,接近全国平均水平。

生鲜用户近八成来自“网生一代”

与传统线下生鲜消费形成鲜明对比的是,线上消费的主力军是80后、90后等“网生一代”,在互联网浪潮下成长的他们,早已熟悉使用互联网产品享受更加便捷

的生活服务,这与传统线下年龄偏大生鲜消费群体构成形成鲜明对比。

差异化的用户群体,也挖掘出了河南生鲜市场所潜藏的更多发展潜力。

具体来看,在河南,今年以来有近八成消费是由80后、90后和00后贡献的;而在性别方面,女性仍然是消费的主导者,其对市场的贡献高出男性近8个百分点。

中远距离订单占比近七成

在消费的时间层面上,与外卖餐饮的消费不同,线上生鲜消费的时间分布相对平均,除去午餐、晚餐时段会有小高峰外,夜宵、下午茶等消费时段也会有不错的市场表现,两者订单占比分别超过了21%和20%。互联网化的服务体验,让消费者的日常消费更加随心所欲,即便是在深夜时分,也会有两成的消费者在选购生鲜蔬果。

在消费空间层面上,

终端物流配送能力的加入,帮助消费者足不出户货比全城。数据显示,今年7月,一公里以上的订单占比较去年同期增长了10个百分点,这一变化反映出河南消费者在线选购生鲜产品时,即时性需求有所弱化,他们愿意为了选择购买更高品质和更好性价比的产品等待更长的时间,距离和空间已经不再成为其为生鲜消费决策的重要因素。

河南学校订单规模高于全国水平

数据显示,自2019年以来,随着手机支付越来越方便,除了爱在家中购买生鲜产品外,河南线上生鲜消费者还越来越爱在公司、学校乃至医院、酒店等场景进行在线消费。

对比全国市场来看,河南消费者在家中消费的比重较全国低8个百分点;而河南消费者明显偏爱在学校消费,这一场景的份额占比超过全国水平的5%。换言之,在河南,学生对于线上生鲜发展的贡献明显高于其他地区。

另外,数据还显示,前

7个月,越来越多的河南消费者在线购买生鲜产品时,会通过订单备注的方式提出对消费服务的增值要求。

其中订单备注关键词排名前三位的依次是切块、开口/打开以及新鲜,而甜、硬等对商品的品质要求备注数量则明显少于对服务要求的数量。

由此可以看出,生鲜在线化竞争与传统线下场景有了鲜明区别,除了重视产品的品质外,消费者对于增值服务的品质也越来越重视。

本地生鲜零售商如何利用数字化突围

随着移动互联网的全面爆发,越来越多的消费者开始适应线上消费模式,这也给包括生鲜在内的许多传统行业发展,带来了更多的机遇和挑战。从当前市场已不难看出,在移动消费爆发于消费全面升级叠加的背景下,碎片化、品质化、多元化等全新的消费新需求层出不穷。那么,河南本地的生鲜零售商该如何利用数字化突围呢?

报告建议,传统生鲜零售商在转型时,第一,要加强与成熟数字化平台的合作,加速线下优势资源与线上场景的对接;第二,开发内部专有消费者数据体系,逐步转型为数据驱动、以消费者为中心的数字化企业,提升运营效率;第三,充分挖掘消费者数据资产,洞悉

市场动态,适应当下全场景生鲜消费的新赛道;第四,迎合区域消费新趋势,探索数字化运营模式,开发高性价比在线爆品;第五,为消费者提供更多无缝衔接的全场景购物体验,满足日益增多的服务型消费需求。

“随着河南数字化消费市场的日益成熟,本地消费者已快速习惯通过先进的互联网技术享受更加便捷高效的生活,所以想要在这个新消费时代取胜的企业,就必须加快了解市场发展的步伐。”在业内人士看来,“未来,消费数据的洞察价值将被不断放大。同时只有那些用数据分析了解并融合新的商业模式,以及专注于以消费者为中心的企业,才能在这场零售变革中赢得更多的机会。”