

# 2023年手机即时零售行业研究报告

## CONTENTS

# 目 录

---

### 01 手机即时零售行业发展现状及趋势

---

### 02 手机即时零售行业用户洞察

---

### 03 手机即时零售行业典型案例与未来展望

# 01 / 手机即时零售行业发展 现状及趋势

# 即时零售行业规模三年内有望破2.5万亿

“配送万物”的消费者心智逐渐成熟，“即时”消费成为消费者体验便捷生活和享受舒心服务的新选择；即时零售业态以快速增长趋势向好发展，未来有望进入万亿市场。

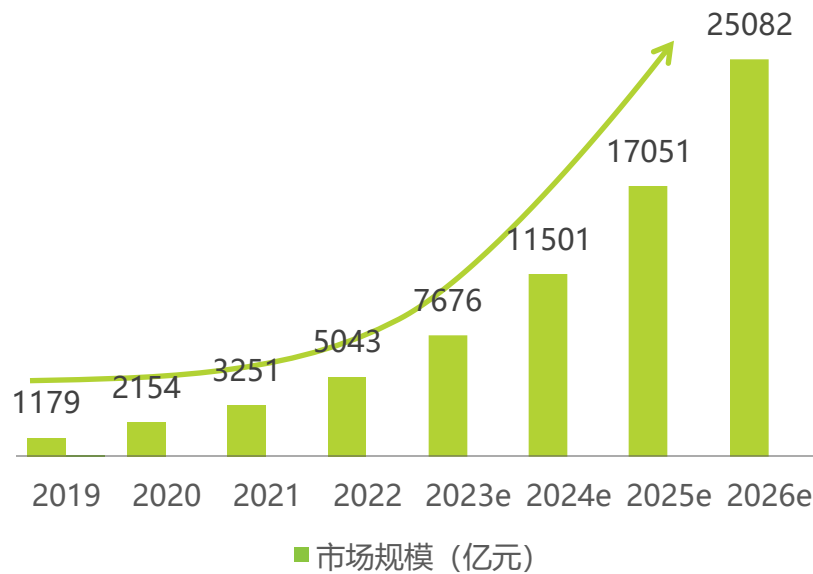
## 需求侧：“即时”消费成为新风尚

疫情期间，连接本地供给和本地消费的即时零售成了畅通供需的主要方式；后疫情下，宅家消费成为更多年轻人选择的生活方式，外卖骑手的送餐箱逐渐变成可以即时响应各种消费需求的“百宝箱”，“万物皆可到家”已成为势不可挡的新趋势。

## 供给侧：实体店积极寻求数字化转型

近年来，受电商和客流量减少的冲击，线下实体门店纷纷寻求转型，借助线上平台，实体门店成为即时零售的前置仓，门店商圈大幅扩大，从而增加门店业绩。

中国即时零售市场规模及预测



# 即时零售行业正迈向全面发展新阶段

随着技术的不断升级和完善，即时零售正在由特殊场景、高线城市、少量品类向**全场景**、**全地域**、**全品类**方向发展；随着国家对下沉市场商业体系建设的政策支持，即时零售也将在下沉市场显示出较大发展潜力。

## 即时零售业态步入新阶段

### 品类

- 从生鲜、食品饮料拓展至**手机数码、家电产品、美妆产品**等

### 场景

- 由到家消费逐步向**其他场景延伸**，如办公室、学校、酒店/旅馆、医院、行政楼

### 地域

- 由一二线逐步向**低线城市及县域**等下沉市场拓展

## 即时零售下沉市场政策支持

2023年中央一号文件：加快完善县乡村电子商务和快递物流配送体系，提出要“**全面推进县域商业体系建设，大力发展共同配送、即时零售等新模式。**”

商务部等九部门《县域商业三年行动计划（2023-2025年）》：**在县域积极发展即时零售，鼓励电商平台等企业主体依托自建物流或者第三方物流体系，对接本地零售业态**，精准匹配周边消费订单需求，为居民提供高效便捷的到家服务。

# 各方入局重注，手机即时零售发展迅猛

手机即时零售赛道近三年发展迅猛，品牌与各大平台纷纷加码投入，行业市场迎来爆发，且维持迅猛增长势头，未来发展可期。

## 手机品牌商及商家抢跑即时零售

## 2021-2023年手机即时零售快速发展



### 2021年6月

作为传统3C电商，京东率先入局手机即时零售，由一二线城市开启业务落地



### 2021年9月

美团宣布在全国498家官方授权门店同步发售iPhone13系列，为用户提供小时达服务



### 2022年8月

经历多年合作探索后，苹果中国区上线闪送服务，亲自下场即时零售



### 2023年9月

饿了么宣布携手官方授权店对iPhone15系列新机进行平台同步开售，最快半小时达；至此各大平台已悉数卷入手机即时零售



2020年底至2022年底两年期间，各大手机即时零售平台从一二线城市逐步向下沉区域拓展，完成了**全国95%县级市覆盖**。



2022年，京东手机小时达订单量**同比增长100%**，合作店铺数量**同比增长3倍**。



2023年618期间，京东手机小时达**下单用户数同比增长60%**；美团闪购Apple、华为、小米、OPPO、vivo等品牌**销售额均过亿元**。

# 手机即时零售模式与典型玩家分析

手机即时零售模式依托线下授权店面联动，满足了用户快速购机的核心诉求；虽然当前不同平台的商业模式趋近，但各自也具有差异化的竞争优势。

## 手机即时零售模式

链接匹配供需双端需求，惠及双端

- 提升运营效率
- 助力销售增长

- 极致配送效率
- 优化购物体验

### 即时零售平台



**流量优势**

商家借助平台广阔的线上用户池导入大量商机，并增强自身曝光



**配送优势**

商家借助平台覆盖全国不同区域的海量骑手资源，实现就近高效履约



**技术优势**

商家借助平台成型的数字化管理系统和大数据积累，更有效匹配用户需求、实现精细化运营

## 典型平台玩家的优势分析



京东



### 品类优势：

背靠京东强大的3C品类优势，京东小时达在货源、质量保障、用户心智方面有天然优势。除小时达外，消费者还可以通过自营等模式下单购机，形式更为灵活。



美团



### 流量池与融合经验：

依托美团/美团外卖平台，在餐饮、百货即时外卖配送方面积累广泛用户，到店体系建立的丰富线下融合经验也能为美团闪购的新业务所用。



抖音



### 内容生态：

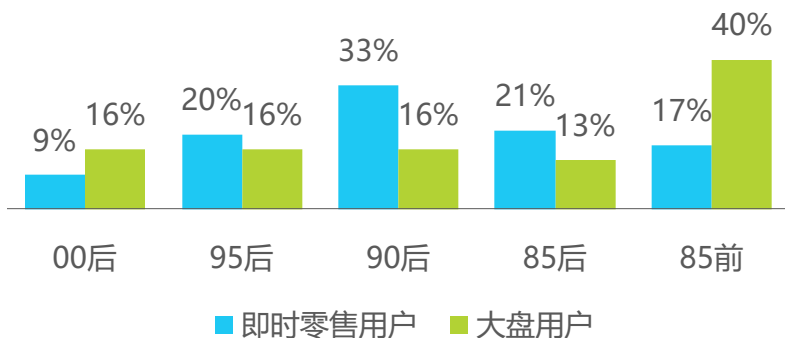
具有强大的内容资源加持，在营销前链路高效捕捉用户关注、影响用户心智，直播带货的存在弥补了线上临场感、共鸣感的不足。

## 02 / 手机即时零售行业用户洞察

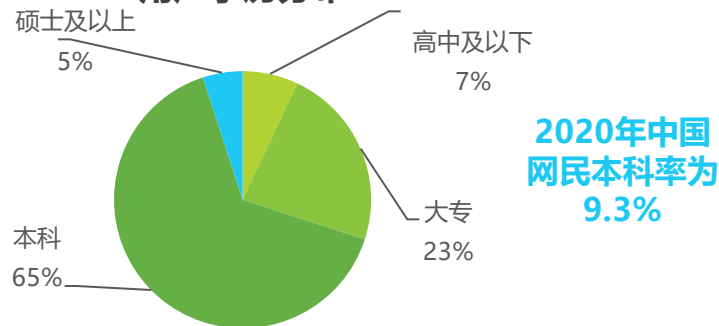
# 即时零售购机用户结构更加年轻、高知化

对比手机大盘用户，即时零售更受作为未来消费主力军的年轻一代青睐，90后群体占比已超6成；用户结构同时还呈现出集中高线区域、受教育水平更高的特征，人群价值潜力更大。

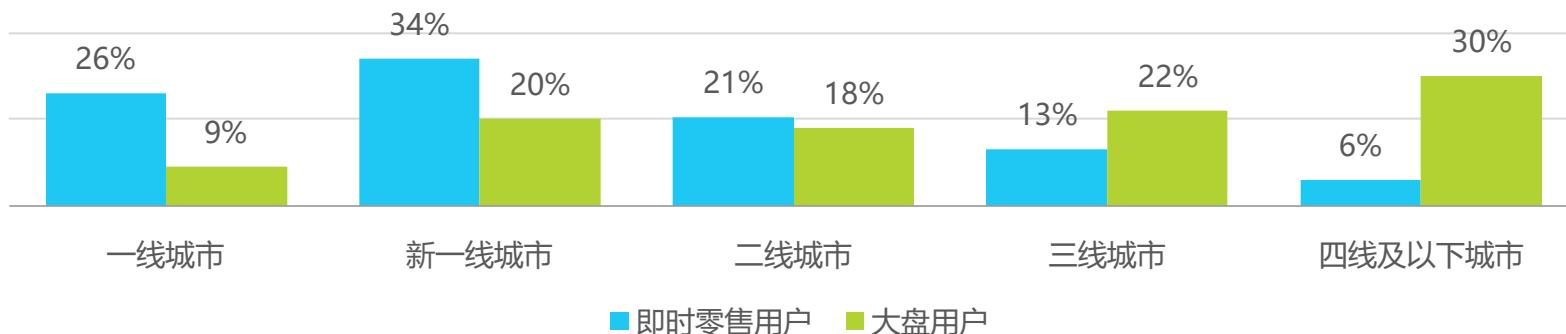
用户年龄分布



用户学历分布



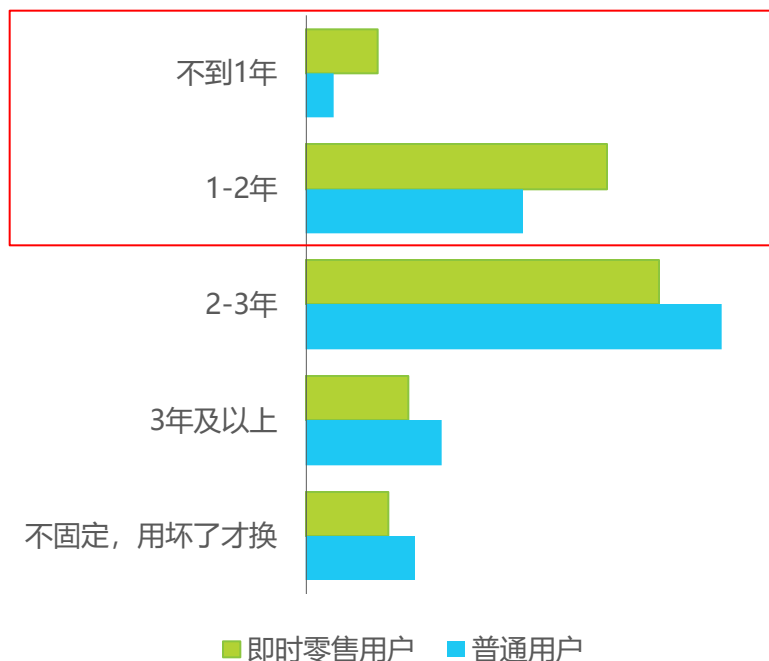
用户城市等级分布



# 用户换新不犹豫，Z世代尝新换新最积极

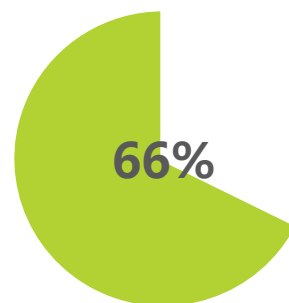
相比普通用户，即时零售购机用户特别是其中的Z世代年轻人群展现出追求新潮、拒绝延迟满足的消费特征，换机频率显著更高；即时零售用户中Z世代年轻人群有近七成会选择在1年内换购手机。

用户换购机频率

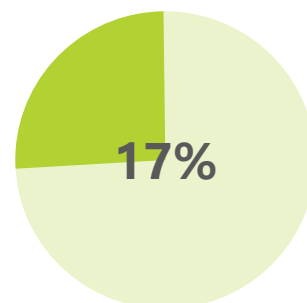


“Z世代”用户1年内换机比例

即时零售“Z世代”用户



普通“Z世代”用户



Z世代的即时零售用户热衷追随前沿潮流  
近7成坚持手机“一代一换”

# 即时零售成为用户的购新换机新方式

当前用户使用即时零售的购机场景除了突发应急需求之外，已经更多集中在日常换机、上新追新方面，反映出即时零售购机模式已经被用户所习惯，成为购新换机新方式。

## 用户选择即时零售的主要消费场景

34%  
淘汰换新



淘汰焕新是最广泛、最日常的购机场景，用户会比选多个不同品牌、机型和配置。即时零售的正品货源有充分保障，满足了他们多样的消费诉求。

21%  
新品尝新



对以年轻人群为主的潮流极客，新品首发后总会希望第一时间到手尝鲜。即时零售与品牌官方合作，实现首发当天高效配送，给予了用户最极致的新鲜感。

14%  
突发应急



面对手机损坏、进水等特殊情况，用户需要最快速度得到备用机避免影响工作生活，是最体现即时零售效率优势的场景。

12%  
大促优惠

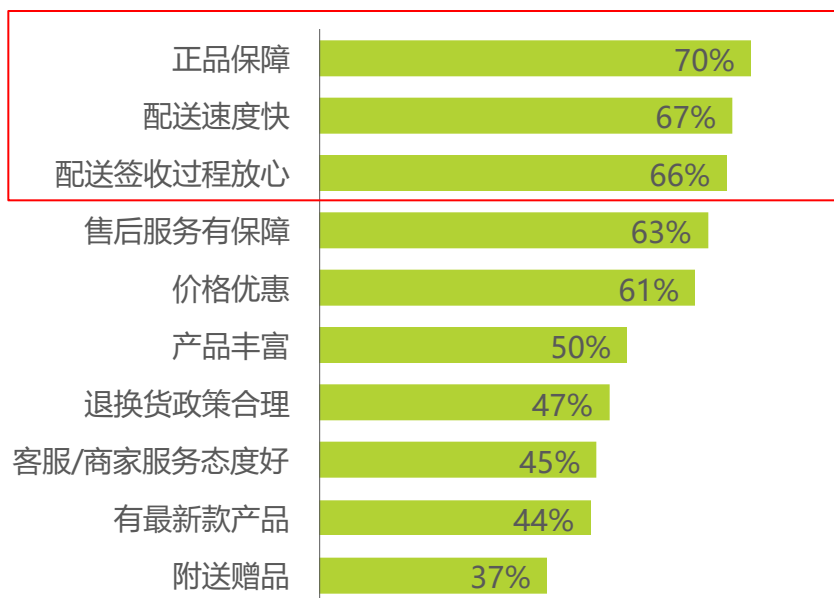


即时零售模式兼具线上优惠活动多样、优惠力度较大的优势，对注重性价比的用户而言，使用即时零售购机捡漏已经成为常态。

# 品质保障和配送速度最受用户关注

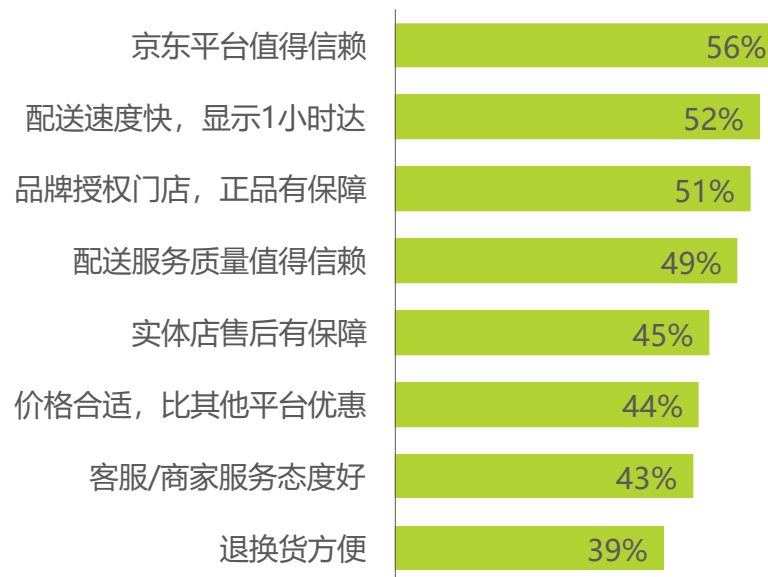
品质保障（产品正品保障、配送保障）和配送速度是消费者最关注的要素，由于手机作为贵重商品的特殊性，用户也不免存在中途丢货、替换货、货损等等顾虑，对配送过程的安全性、放心性自然提出更高要求，在选择渠道时进而也会更注重平台的品牌口碑。

即时零售用户购机考虑要素



■ 百分比 (%)

用户选择即时零售平台的因素——以京东为例



■ 百分比 (%)

样本：N=1020，于2023年10月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

# 即时零售需提升服务品质、做到安全安心

虽然即时零售整体满意度表现较好，但对比传统电商平台，其在配送与签收安全放心、包装牢固完好、售后服务保障方面的表现还有待提升。如何确保购机全流程安全放心将是未来平台争取用户青睐的关键。

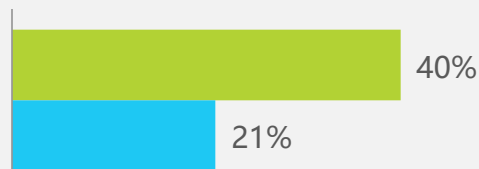
## 即时零售购机满意度

平均分：**4.6**分    4+5分比例：**99%**



## 消费者认为体验有待提升的环节

配送、签收环节服务专业，让人安心



包装牢固完好，无破损



售后有保障



■ 即时零售平台    ■ 电商平台

# 03 / 手机即时零售行业典型案例 与未来展望

# 商家通过即时零售实现数字化升级与增长 iResearch 艾瑞咨询

借助即时零售平台在企业数字化、营销与用户运营、运力配送等不同方面的能力资源优势，商家可以实现运营效率提升、促进有效拓新、达成更高业务增长。

## 门店数字化运营

依托数字化系统对接，围绕新店选址规划、进货选品、库存管理、汰换、销售数据分析等方面提供支持

## 履约半径和效率提升

开放运力资源能力，基于LBS进行智能就近分发，并向用户提供不同履约方式，提升门店的履约效能



## 营销与运营赋能

洞察本地用户画像，基于自身流量池和全域推广资源进行营销支持，帮助商家沉淀私域

## 资源扶持

平台为商家提供搜索上权等流量营销资源、大促低价补贴等方面的支持，同时还可帮助门店提前进行货品储备

# 商家合作案例：协同联动收获高质量增长 iResearch 艾瑞咨询

通过与即时零售平台的紧密合作，商家达成了短期爆点起量与长线精细运营两大重点场景的双赢，实现持续不断的高质量业务增长。

## 商家合作案例

### 关键节点引爆

针对新品首发、节日大促等关键营销节点，通过厂商与门店联动同步上新送新，快速拉升辐射区域的用户关注和购买行为，实现销售爆发增长

### 典型案例1：苹果新品发布

2022年9月，**iPhone14系列**发售，京东手机小时达在开售当天14点销售额突破**2亿元**，首单用户从下单到上手新机仅用时10分钟。

2023年，**iPhone15系列**上市，京东手机小时达联合**全国超4600家**Apple授权专营店同步首发预售。不止一、二线城市，鹤岗、喀什、腾冲、凉山等**偏远地区的四五线城市**消费者也能通过京东手机小时达体验手机Apple产品下单后小时送达的服务。美团闪购入驻Apple授权门店数量相较2022年**上涨4倍**，可为**覆盖全国321城**的用户提供最快半小时送达的服务。



### 日常长线运营

在日常平峰期，厂商牵头与平台进行深度共创共建，共享资源能力优势，为用户持续运营、私域构建、创新项目与机会试点等方面提供助益，增强商家自身的竞争壁垒



### 典型案例2：小米门店销售增长

截至2023年，已有超过4000家小米之家门店上线京东手机小时达，为米粉提供更好的追新体验。依托于京东的供应链能力和数字化管理能力，小米之家还可针对小时达提前进行货品储备，进行店面履约范围调整，优化新店铺位置的选择。

**2023年中秋国庆双节期间，小米之家通过京东手机小时达实现手机成交量同比增长超100%。**

# 展望未来，对手机零售商家的建言

手机即时零售将成为未来手机消费增长的重要动能，发展空间广泛可期，但随着行业走向成熟，未来商家需重点加强用户洞察和履约服务品质方面的提升，与成熟大型平台间的合作势必会更加紧密。

## 未来即时零售领域的主要趋势和商家对应建议

### 用户结构 年轻化下沉化

购机用户整体年龄和地域分布双重下移，更加考验商家对新消费群体的洞察力

01

商家和平台需要加强对更细分群体的画像建模与分析洞察能力，快速了解受众偏好，不断优化选址、选品、营销等方面的策略

### 消费需求细分化

用户消费场景更多元，将催生额外的履约模式、附加服务需求

02

消费场景的细化分化考验商家对用户触点捕捉能力、个性化需求响应力，未来销售+服务趋势将更加明显，如金融支付、手机维修、回收等业务将与即时零售进行融合

### 服务需求品质化

产品品质、供给能力趋同之下，用户更注重配送全流程服务的透明可控、安心放心

03

履约全流程服务的安全、可控、透明是关键，同时平台的信任口碑也会发挥更大影响，自身品类心智牢固、拥有高素质自营运力的平台会更好获取消费者的青睐

### 门店运营数字化

终端门店数字化进程将持续加快，商家需要通过新技术手段不断提升运营效率和竞争力

04

门店数字化工具能否有效匹配需求是发展难点。合作对象覆盖广泛的大型平台对一线商家的需求痛点把握更准确、技术能力更强，将成为赋能行业的主力军

BUSINESS  
COOPERATION

# 业务合作

联系我们



400 - 026 - 2099



ask@iresearch.com.cn



www.idigital.com.cn

www.iresearch.com.cn

官 网



微 信 公 众 号



新 浪 微 博



企 业 微 信



## LEGAL STATEMENT

# 法律声明

### 版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

### 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。



# THANKS

艾瑞咨询为商业决策赋能