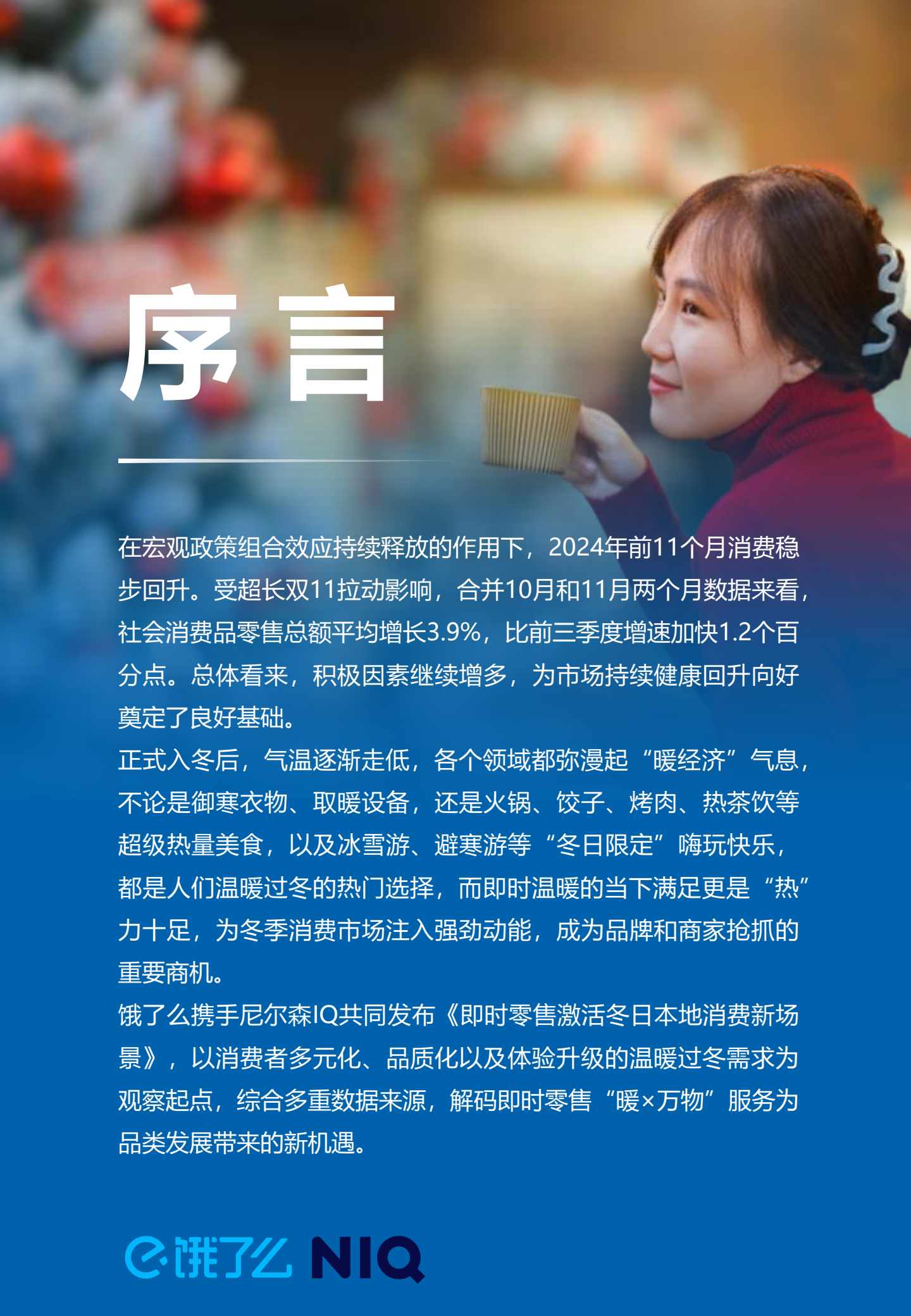




即时零售 激活冬季本地消费新场景

2025.01



序言

在宏观政策组合效应持续释放的作用下，2024年前11个月消费稳步回升。受超长双11拉动影响，合并10月和11月两个月数据来看，社会消费品零售总额平均增长3.9%，比前三季度增速加快1.2个百分点。总体看来，积极因素继续增多，为市场持续健康回升向好奠定了良好基础。

正式入冬后，气温逐渐走低，各个领域都弥漫起“暖经济”气息，不论是御寒衣物、取暖设备，还是火锅、饺子、烤肉、热茶饮等超级热量美食，以及冰雪游、避寒游等“冬日限定”嗨玩快乐，都是人们温暖过冬的热门选择，而即时温暖的当下满足更是“热力十足”，为冬季消费市场注入强劲动能，成为品牌和商家抢抓的重要商机。

饿了么携手尼尔森IQ共同发布《即时零售激活冬日本地消费新场景》，以消费者多元化、品质化以及体验升级的温暖过冬需求为观察起点，综合多重数据来源，解码即时零售“暖×万物”服务为品类发展带来的新机遇。

PART.01

冬季零售市场热点洞察

积极因素增多，跨年新春消费向好势头更加巩固

随着政策发力、宏观指标改善、经济基本面长期向好等多重积极因素相互叠加联动、相互赋能放大，市场预期和消费信心回暖态势逐步明显，为逐渐临近的跨年新春重要消费节点激发活力奠定了坚实基础。

积极消费政策助力市场回温

消费品以旧换新补贴

以旧换新
20%
补贴

商务部数据显示，截至2024年12月13日零时，**消费品以旧换新**政策整体带动相关产品销售额**超1万亿元**

多地发放多种消费券

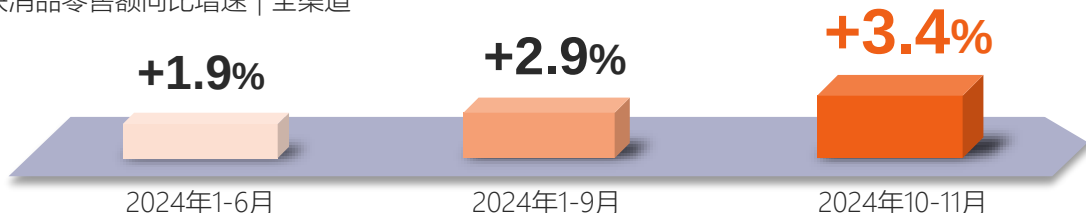
¥80 消费券
满300元减80元

消费券覆盖类型：

冰雪、旅游、住宿、餐饮、
外卖、电影、汽车、商超
百货.....

快速消费品零售正在加速回暖

快消品零售额同比增速 | 全渠道



酒水饮料、个护等悦己品类加速回暖趋势显著，家清稳定增长

快消品零售额同比增速 | 全渠道



数据来源：以旧换新和消费券信息来源于公开报道整理；快消品销售额同比来源于尼尔森IQ全渠道零售数据研究

岁末临近，过节情绪升温，“暖消费”新风向渐露头角

消费品零售额同比 | 线上渠道 2024年11月vs2023年11月

①冷空气带热避寒保暖消费



宅家“猫冬”
氛围暖搭子添新意

智能暖毯 家居无火香薰

+19% **+33%**

干冷要热补
高热量食品迅速起势

夹心巧克力 微辣方便火锅

+14% **+24%**

②年轻人以养御寒，打造健康暖，凭实力抗冻

增强免疫力

富含乳蛋白液奶

+12%

新中式滋补

含人参的养生茶

+24%

顺应季节时令更健康

适合煲汤的新鲜莲藕

+90%



③寒冷更需温暖治愈，悦己型消费多面开花



北上玩雪、南下避寒
释放“热”效应

护肤品旅行装

+37%

抓住节日秀场美美打扮自己
节前变美需求激增

含精华底妆

+12%

五色遮瑕膏/粉底

+33%

④过节暖心要仪式感，趣味个性、寓意美好的礼盒走俏

送人文情怀

纪念版礼盒装白酒

+19%

送健康

礼盒装高钙液奶

+73%

送好玩有趣

盲盒装巧克力

+49%



数据来源：消费品零售额同比数据来源于尼尔森IQ 线上渠道MyEcom产品

PART.02

即时零售冬季消费新场景涌现 焕发新活力，催生新机遇

即时零售的高效配送和优质购物体验 为冷空气下的“暖消费”激发更大潜能

尼尔森IQ《2024网络购物者趋势研究报告》显示，因为配送和服务而选择在即时零售平台下单的消费者占比分别达到86%、63%。相较于其他季节，寒冷冬季令消费者更需要高效的配送服务和优质的购物体验，更倾向于在即时零售点外卖和购买所需。在冬暖需求驱动下，即时零售平台成为激活冬季消费的重要引擎。

越冷越香

即时零售成为怕冷星人过冬利器



快消品零售额环比2024年1月vs2023年12月

最冷1月	全渠道	线下现代渠道	即时零售
快消品	+11%	+18%	+43%

即时零售“暖×万物”服务，全面温暖“随时随地随买随到”

饿了么订单量占比及变化、订单量环比 | 环比为2024年12月日均vs2024年10月日均

全品类	全时段	全场景
向全品类扩展 保暖套装 +141% 热水器 +164% 生活电器 +170% 平板电脑 +134%	24小时购物 夜间+凌晨 (18:00-04:00) 订单量占比及变化 +3pt 40% → 43% 2023年12月 → 2024年12月	多场景即刻满足 冷冬火锅食材 送到购物场所 +79% 节庆用品 送到商务楼宇 +115% 生活电器 送到酒店住宿 +148%

避寒
日常刚需

保暖
暖×头
暖×手
暖×身
暖×心
暖×脚

应急



数据来源：快消品零售额环比来源于尼尔森IQ全渠道零售数据研究；饿了么订单量数据来源于饿了么平台；

即时零售“暖×万物”服务加持下 创新消费场景精彩纷呈，不断涌现

顺应冬季消费者个性化、多样化的“暖”需求，即时零售“暖×万物”服务为消费者提供24小时随时随地送到指定地点的购物便利，激发了冬季消费场景加速多元化的创新活力，丰富的即时购物场景层出不穷，共同撬动了冬季市场的增长新机遇。

1 气温骤降易有突发情况，应急守护即刻满足

#昨天穿短袖今天羽绒服，还没买羽绒服冻死我#

11月16日起，全国多地分别迎来降雪
断崖式降温，开启“一夜入冬”模式

11月17日，长沙一夜入冬
11月18日，贵州一夜入冬
11月20日，武汉一夜入冬
11月28日，上海一夜入冬.....

怕冷星人保暖即时救急，从头暖到脚

饿了么订单量环比 2024年12月日均vs2024年10月日均

南方人对抗湿冷黑魔法
取暖神器一触即达



暖风机/取暖器

+872%

久坐打工人工位抗寒
暖呼呼说有就有

电暖手宝/电暖脚器

+336%

户外撒野保暖又酷感
即时搭配，随时Ready

羽绒服/棉服

男士

女士

+321% +183%



#气温起伏大，多种疾病进入高发期#

我国大部地区冷暖起伏大，气温反复横跳
流感和普通感冒、呼吸道及心脑血管疾病等进入高发期

突发急症或日常防治，健康即时守护

饿了么订单量环比 2024年12月日均vs2024年10月日均

急症半夜突袭
24h即时暖心守护

夜间
送医疗器械

凌晨
送感冒用药

+57%

+77%

无惧风雪勇敢出行
一路即时相伴

感冒用药
送商务楼宇 送酒店住宿

+110%

+59%

日常护理防治急需补货
随时买即时送

腰肩
护理用具

防冻治裂
非处方药

+74%

+165%

数据来源：饿了么订单量数据来源于饿了么平台；

2 不出门也能即时温暖“宅家猫冬”的幸福时光

在冬天宅家“暖”需求的带动下，不论是一天五餐的日常消耗和零食，还是团聚欢庆的火锅食材、酒水饮料，以及装扮居家氛围感的用品，不用顶着凛冽寒风出门，在即时零售下单一键直达的购物模式正活力爆发。

饿了么订单量环比 2024年12月日均vs2024年10月日均

早八打工人一日三餐，升温能量包即时送达



正餐开胃解腻
少不了实力随餐伴侣

冲饮奶茶 蓝莓类
送商务楼宇

+104% **+217%**

拯救冬季特“困”生
高能养料一步到“胃”

松露巧克力 咖啡
送到工厂

+128% **+82%**

围炉疗愈局相聚，暖场法宝即时赴会

烫一锅沸腾的烟火
暖一番欢聚时光

火锅饺 火锅
鱼虾等滑类

+48% **+45%**

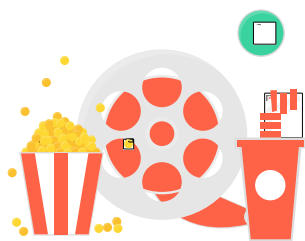
围炉煮酒，岁月入喉
畅聊不尽深冬温柔

红葡萄酒 米酒
送酒店住宿

+41% **+377%**



宅家看电影追剧，零食搭子即时乐享



酸甜与剧情共存
皆是人生滋味

山楂制品 水果罐头

+54% **+52%**

纵情视听与味蕾双重盛宴
也要守护营养在线

香榧子 核桃

+248% **+150%**

氛围大师冬季造梦，布景道具即时配备

节日一有满满氛围
年感即刻对味

装饰用花 节庆用品

+87% **+82%**

装扮温热冬色
幸福具象化更好宅

足浴盆 电热杯

+47% **+69%**



数据来源：饿了么订单量数据来源于饿了么平台；

3 寒冬风冷心不冷，犒赏自己、关爱家人都要即时

天寒地冻、冰天雪地既是冬季专属特色，同时也为人们带来冬日限定快乐。在悦己消费趋势下，积极入冬的年轻人一边解锁冬日花式玩法，一边不辜负每一个当下，不论是犒赏自己还是关爱家人朋友，都即刻行动，装备、用品、礼品等通过即时零售“随时随地、即买即送”成为购物新选择。

饿了么订单量环比 2024年12月日均vs2024年10月日均

户外狂人冬季撒野狂欢，装备即时就位



冰雪自由滑快乐出道 装备即买即走

溜冰/滑板/轮滑用具
送商务楼宇 送酒店住宿
+81% **+69%**

不做温室的花朵 即刻开启寒冬淬炼

骑行 户外用
穿戴装备 温度计
+40% **+79%**

精致生活家唤醒冬日元气，养生护理即时行动

趁着冬季滋补好时节 刷新身体系统

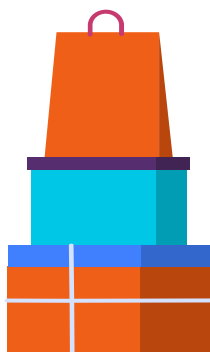
滋补酒 养生/保健/
煮茶壶
+128% **+90%**

把握夜晚修护良机 打开自带变美开关

夜间送达
面部护理 身体护理
+51% **+36%**



潮流新生代送爱心表孝心，心坎礼由即时出使



美味当前，幸福即临

糖巧礼盒 零食类礼品
+157% **+52%**

童心未泯，萌趣拿捏

八音盒类玩具 手办/模型
+79% **+45%**

爱意美礼，即刻闪耀

彩妆套装 潮流饰品
+50% **+47%**

满心满意，健康至上

智能手环 水果礼盒
+98% **+475%**

数据来源：饿了么订单量数据来源于饿了么平台；

PART.03

即时零售谋冬季暖消费增量的创新探索

基于即时零售用户全时段需求特性 升级全天候场景营销

「24小时·福利夜」全天候场景营销加速激活冬季“夜间消费”潜力

饿了么从用户需要全品类、全天候的购物便利出发，推进营销升级，打造「24小时·福利夜」营销IP，聚焦全天24h分时段营销玩法，服务于一日三餐的日常需求，突发应急需求，洗护、出行、养生等悦己需求，及送心坎礼的社交需求等，**不仅覆盖传统日间消费时段，更将服务时间拓展至夜间和凌晨。**

针对12月密集的节日节点和临近年终跨年情绪高涨的热点，饿了么联合高频品类代表品牌和零售商家一起定制「24小时·福利夜」年终季专属活动，为用户冬日避寒保暖消费带来了全天候便捷与贴心的购物体验，更为品牌和商家开启了冬季增长新通道。

「24小时·福利夜」通过“**小夜灯**”周边培养用户「逛」的心智，吸引复购和下单

搭建场景
【24h小超市】
【24h小酒馆】
【24h养生馆】
.....



冬日「**夜间消费**」需求增长
用户逐步建立线上平台“逛夜市”的心智

饿了么24h福利夜于12月开启后

传播周期内，会场人均停留时长

实现 **3倍增长**



心智显著提升

12月饿了么平台「夜间消费」订单环比显著提升

饿了么平台夜间时段(18:00-04:00)订单量环比
2024年12月日均vs10月日均

	滋补保健	水果品类
夜间时段 订单环比	+21%	+28%



数据来源：饿了么订单量数据、人均停留时长数据来源于饿了么平台；

品牌、商家和即时零售平台跨界联合 因时因地制宜，推进更加精细化的运营

即时零售平台精准到街区的网格化管理能力和大数据算力，让分时段、分区域、分场景更精细化的运营成为可能。透过每个网格的供需数据分析，把握不同区域差异化的供需缺口，能帮助品牌和商家更有针对性的挖掘机会潜力。饿了么持续升级迭代平台工具，开放更多数据和营销能力，推出了升级版“OAIPL”全链路消费者资产运营模型，在冬日“暖”和“跨年”消费火热之际，基于用户全天候分时段需求，联合多家品牌和商家利用模型挖掘细分场景新机会，因时因地制宜进行更加精细化的运营，在「24小时·福利夜」专属会场以创意场景内容引流和吸引用户停留，以丰富产品和创新营销玩法助力转化，帮助品牌和商家放大生意机会。

1 「品牌×商家×即时零售」联合，分时段全天候精细化运营 充分激发冬季“暖消费”更多细分场景活力

随着线上购物普及，24h购物模式逐渐融入生活日常，作为线上线下融合的即时零售渠道，其提供的全时段配送服务为消费者带来即买即到当下满足的购物体验，更是加速激活了全天候营业模式的增长潜能，在冬季多元化、个性化暖消费需求下，分时段精细化运营激发更多细分场景活力。

酒饮场景
【微醺调酒】
【火锅搭子】
【熬夜提神】
.....

养生场景
【呵护肠胃】
【气血充盈】
【年节好礼】
.....

休食场景
【夜间追剧】
【跨年欢聚】
【下午茶歇】
.....

洗护场景
【晚间养肤】
【节前变美】
【悦己暖心】
.....

保健药品场景
【突发应急】
【夜间养护】
【常用补货】
.....

2 「品牌×即时零售」跨界创新营销玩法 精确捕捉更多潜力细分场景

基于对年轻人夜消费需求的精准洞察，在年味儿越来越浓之际，饿了么24小时福利夜二期与《乡村爱情17》跨界联名，广泛吸引年轻消费者关注、参与互动和购买，在为年轻消费者带来超预期消费体验的同时，也助力品牌商和零售商生意增长。

组“意想不到”的IP跨界联名，过个不一样的冬天

结语

顺应冬季避寒保暖消费趋势，即时零售渠道凭借高效的配送服务和优质的购物体验，为冬季消费焕发新活力。饿了么积极把握冬季暖消费机遇，与众多品牌和商家跨界联合打造“24小时·福利夜”营销活动，串联12月核心的节日节点，根据“全天候场景”分时段精细化、差异化运营，既为即时零售渠道的消费者提供创新商品供给、互动玩法和优惠福利，也为品牌商家带来了直接的客群和生意增长。

在冬日“暖”和“跨年”消费热潮中，饿了么联合商家和快消品多品类品牌，聚焦全天24h分时段营销玩法，结合创意内容、跨界联合等多种方式构建创新场景，帮助品牌商家生意在全天候场景中获取更多有效转化机会。除此之外，饿了么24小时福利夜二期还将与《乡村爱情》跨界联名打造创新营销活动，推出定制联名周边和超值福利，突破圈层覆盖更多人群，充分撬动生意增长机会。

饿了么挖掘的潜力场景中，针对跨年和夜消费推出的24h小超市、24h小酒馆、24h养生局等也在其中。通过新的人群洞察模型OAIPL，饿了么帮助品牌识别出跟这些场景相关的机会人群，并借助跨界、营销等手段，让品牌找到了冬季生意的新增长。未来，人群、场景洞察和运营工具及能力会持续运用到与更多品牌商家之间的合作中，期待饿了么持续探索即时零售新模式、新路径，助力行业高质量发展。



【即时零售订单数据来源】

数据来源：饿了么平台

时间周期：订单量占比为2024年12月1-24日，订单量同比为2024年12月1-24日 vs 2023年12月1-24日，订单量环比为2024年12月1-24日日均 vs 2024年10月日均，主要考虑到双十一对生意的影响，且北方部分地区已经先一步进入冬季；（特殊说明除外）

【不同渠道零售数据来源】

数据来源：尼尔森IQ全渠道、线下渠道、线上渠道MyEcom产品、即时零售渠道O2O产品

时间周期：零售额同比有2024年1-11月 vs 2023年1-11月同比，以及2024年11月 vs 2023年11月同比；（特殊说明除外）

数据口径：尼尔森IQ全渠道品类包括，线下渠道79个标准品类，线上渠道69个标准品类，即时零售O2O渠道69个标准品类；

【声明】

本报告由饿了么、尼尔森IQ联合制作。

凡未经书面授权允许，不得对报告进行额外加工和改造。

欢迎转载或引用，在转载或引用时，请提前与我们联系，并注明出处。