



相关调查报告显示：

相比价格， 消费者更看重便利性

今年4月以来，电商们在“买菜”领域动作不断。

信息时报记者 潘敬文 摄

又见新风口：
上网买菜

根据麦肯锡的

一份调查报告显示，越来越多消费者对“便利性”、“品种”的需求都在“价格”之上。业内人士普遍认为，买菜“在线化”已是大势所趋。

互联网买菜平台 4月批量上线

进入4月，各大电商巨头都在“买菜”这个领域动作不断。苏宁小店近日宣布，将于4月下旬在小店APP平台上线商品预售和苏宁菜场两大重点功能模块。目前，苏宁小店线上商品预售功能已在南京开启测试，并将于近日在全国范围内正式上线。

据苏宁广州一位负责人向记者表示，目前位于广州昌岗地铁站上盖的“苏鲜生”是3公里范围内配送，而苏宁小店的菜场产品要到苏宁小店自提，而非菜场菜品则三公里范围内免费送。除了苏宁小店，盒马菜市首家店近日在上海五月花广场开业。盒马鲜生相关人士称，菜场会比标准店更小、更灵活，且专注于消费者一日三餐的食材，更亲民。在广州，尽管盒马菜市尚未进入，但盒马鲜生正计划大规模扩张门店数量。“目前我们在广州中心城区的盒区房覆盖率只有11%，远低于上海西安等城市。今年我们计划在广州再开十家店，大幅提升广州的盒区房覆盖率。”广州盒马鲜生总经理尚大春表示。

阿里旗下的“饿了么”宣布，4月初，叮咚买菜全面接入饿了么平台，饿了么将为其提供物流、售后、营销的服务。

网上买菜，今年4月动作多

- 1.首家盒马菜市在上海开业
- 2.罗森进军社区生鲜便利
- 3.谊品生鲜获腾讯领投的20亿元B轮融资
- 4.4月初，叮咚买菜全面接入饿了么平台，饿了么将为其提供物流、售后、营销的服务

互联网买菜的玩家

- 1.阿里系：盒马、饿了么
- 2.腾讯系：美团，京东到家，每日优鲜
- 3.苏宁系：苏鲜生，苏宁小店
- 4.新兴：小区快点、叮咚买菜、U掌柜、朴朴超市

商超：在线买菜优惠更大

一方面是电商巨头们不断向互联网买菜渗透，另一方面则是线下商超也积极结盟、加入互联网买菜的序列，并不断推出优惠超过线下超市的促销措施。

“早在去年的五六月份公司就开展了线上业务，我们不仅是在京东到家开设了门店，美团上也有同样的门店，日后也会继续扩大线上的业务。”华润万家内部人员告诉记者，如今不管是在京东还是美团的门店，都有很多大额的满减活动，有的蔬菜价格甚至比到超市购买还

要便宜。

华润万家内部人士表示，虽然说线上增加了不少订单，但不会影响线下的购买销量。以华润万家客村店的线上销售为例，每天线上订单就有三四百单，多的时候能达到五六百单。

“关于线上销售菜品的质量和平台配送产品的速度，我们做过相应的问卷调查，顾客的反应还是不错的，因为菜品与超市都是同步的，所以在质量的把控上，与亲自去超市挑选差别不大，我们规定

的是一小时内送达，这个时间基本在所规定的范围都可以按时送到”，该工作人员表示。

据了解，目前商超中除了华润万家大力开展线上配送业务外，家乐福、百佳、沃尔玛也同样在多个平台开通了自己的门店，其中，家乐福在2018不仅推出了自己的APP“家乐福网上商城”，现已覆盖全国51个城市，还联手美团、饿了么及京东到家等外卖平台，推出1小时速达服务。

“线上化”已是大势所趋

互联网买菜兴起，缘于消费者全新的消费观——便利性比价格更重要。

“越来越多的人开始在线上购买生鲜商品。他们大部分是20多岁或30岁出头的年轻人，收入高，身居一线城市。与商品质量相比，他们更看重线上丰富的商品种类，以及便利的购物体验。”麦肯锡在今年3月发表的一份报告显示，中国18-24岁的消费者最看重“便利性”和“品种”，而“价格”只排到第六位；35岁到44岁的群体最看重“质量”和“品种”，而价格同样只排到第六位；55岁到65岁的群体最看重“品种”和“质量”，即使在这个经常买菜的群体中，价格也只排到

第三位。

此外，麦肯锡在调查中还显示，有一些关键质量商品（Key Quality Items，简称KQI）最能左右中国消费者的看法，如果零售商能提高这些产品的质量，客户满意度就会显著提高。

麦肯锡报告显示，在全国范围内，蔬菜类KQI是绿叶蔬菜和西红柿；水果类是橙、苹果和香蕉；肉类是禽肉和猪肉。而在广东所在的中南部地区，绿叶菜对零售商质量最高，其次是黄瓜和番茄。换句话说，只要在线卖菜的商家能确保这三样产品的品质，就能给消费者最好的观感。

据达达-京东到家创始人蒯佳祺向记者介绍，实体店与线上渠道合作，目前看就是双赢局面，“以京东到家和沃尔玛的合作为例。最初一个订单到了沃尔玛的门店，可能需要30分钟才能够完成拣货。而今天我们和沃尔玛的合作，已经可以做到从顾客下单到门店完成拣货，过程只需要3分钟，时效有了10倍的优化，而且还在不断的优化中”。

目前已经有不少线上渠道看上了包括“买菜”在内的生活线下项目，蒯佳祺认为，零售行业无论是电商还是传统零售，本质上都是在为多快好省而做事。目前线上线下合作负责这一趋势需求。

“不愿买菜”的痛点得以解决

在“网上买菜”、“互联网买菜”新鲜概念的背后，也浸透着当代年轻人“没空买菜”、“不想买菜”、“不想煮饭”等无奈。

广州盒马鲜生总经理尚大春分析，“比如家住大石这一带的居民，不少是在广州市区上班的年轻租户，每天通勤时间长、购物时间集中一次购买量较多，同时熟悉网购情景；通过手机APP在下班前下单，回家即送到已加工完的海鲜蔬果，极大节省了他们以往在购物及准备饭

菜时所需的时间”。

网经社电子商务研究中心主任曹磊向记者表示，从目前的生鲜市场来看，本地菜市场有时效性，超市覆盖不够密集，加上一二线城市生活节奏加快，一些居民特别是上班族，买菜难问题突出。

从外地来广州工作的陈小姐向记者表示，他们楼盘只有一个小超市，再加上自己下班晚，此前通常是在地铁站上盖的超市买菜，或者干脆不煮，在外面吃了就

回家。

网经社分析师陈礼腾则表示，“菜市场”战略意义在解决大部分80、90后年轻人不愿或很少去菜市场买菜的痛点。“提起家楼下那个脏兮兮的，到处是污水的菜市场，我就没了买菜煮饭的欲望。”市民赵小姐向记者表示，她本来对做饭就缺乏兴趣，肮脏的小菜市场更让她对买菜退避三尺。而有了网上买菜这个功能后，她才在上面买蔬菜。