

即时零售激活酒水消费新势能：情绪、健康与猎奇驱动增长

即时零售正以“高效配送+精准运营”重塑酒水市场格局。未来,随着品类创新与生态协同的深化,夏季酒水消费潜力有望进一步释放,这一趋势或将为行业开辟更广阔的增长蓝海。

本报记者 刘雪霞 发自北京

当下,悦己赛道持续升温,而冰品酒饮凭借其独特的产品属性与场景适配性,正乘风而上,成为快消品市场中一股不可忽视的增长力量。

近日,尼尔森IQ联合淘宝闪购、饿了么发布《2025夏季即时零售冰品酒饮消费洞察报告》(以下简称《报告》),旨在解码夏季冰品酒饮的趋势走向,深度挖掘即时零售场景下的品类、人群、区域、时段和商家机遇,全方位剖析增长潜力。

情绪价值主导,低度酒与果酒需求激增

当前,消费需求的底层逻辑正在悄然进化——消费者依然愿意为健康、情绪等买单,但更要求“落地”。在这一趋势下,酒水品类成为社交与疗愈的载体。数据显示,6月淘宝闪购及饿了么平台上,0卡/低卡啤酒订单环比增长144%,果啤/茶啤订单环比增长64%,低度预调酒订单环比增长42%。这表明,消费者越来越注重饮酒的健康属性,他们既想享受微醺的快乐,又不愿承担过多身体负担。

值得注意的是,预制调配酒和果味啤酒等低度酒饮也呈现爆发式增长。饿了么平台数据显示,这些产品的主要消费群体为25岁-35岁的都市女性,她们更倾向于在居家休闲、朋友聚会等场景中小酌。

《报告》显示,在新渠道的激活下,夏季冰品酒饮市场正迎来多维驱动的消费升级浪潮。情绪价值、健康属性与猎奇体验构成三大增长引擎,解压消暑的冰镇饮料酒品,成为都市人的“情绪调节剂”,低卡/轻卡配方精准匹配健康消费趋势,而季节性限定及创意风味则持续激发尝鲜风味。这种复合型价值主张正在重构夏日消费场景,也为行业开辟出新的增长曲线。

么平台数据显示,这些产品的主要消费群体为25岁-35岁的都市女性,她们更倾向于在居家休闲、朋友聚会等场景中小酌。《报告》显示,在新渠道的激活下,夏季冰品酒饮市场正迎来多维驱动的消费升级浪潮。情绪价值、健康属性与猎奇体验构成三大增长引擎,解压消暑的冰镇饮料酒品,成为都市人的“情绪调节剂”,低卡/轻卡配方精准匹配健康消费趋势,而季节性限定及创意风味则持续激发尝鲜风味。这种复合型价值主张正在重构夏日消费场景,也为行业开辟出新的增长曲线。

“冰杯+”创新模式引爆消费场景

今夏酒饮市场的另一大亮点,是“冰杯+”创新搭配的走红。《报告》显示,6月,“冰杯+酒”组合的订单量同比增速达321%,成为即时零售平台增长最快的品类之一。

这种创新模式也催生了新的消费场景。工作日晚间的“居家小酒馆”和周末午后的“阳台微醺时光”成为最受消费者欢迎的两个消费场景,而提供“冰杯+”服务的商家类型,已从传统便利店扩展到精品超市、酒类专营店等多元业态。

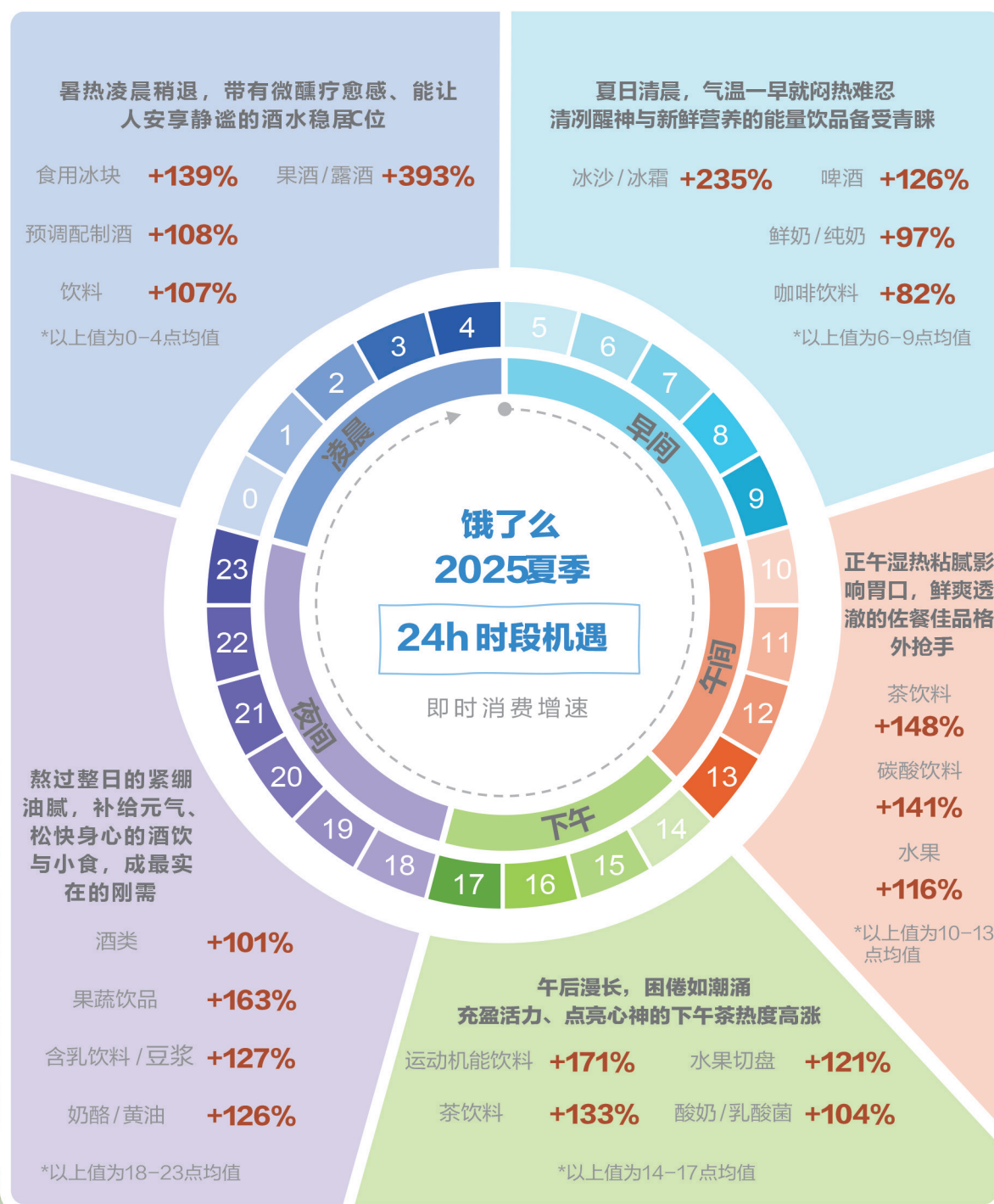
业内认为,这种创新模式成功的关键,在于精准抓住了当代消费者“既要专业体验,又要操作简便”的矛盾需求。随着冷链技术的持续升级和消费场景的不断细分,“冰杯+”有望从季节性爆款进化为常年性消费习惯,为酒水行业创造持续增长动能。

区域特色酒饮崭露头角

《报告》还揭示了一个现象:区域特色酒饮正在打破地域限制,通过即时零售平台走向全国,这为区域酒企提供了前所未有的发展机遇。

在西部地区,例如重庆、四川、贵州等省份的白酒订单量同比增长76%;在南部地区,广东、湖南、福建等省份的果酒/露酒订单量同比增长353%;而北京、天津、黑龙江、山东等北方省份的啤酒订单量同比增长97%。由此可见,线上平台冰品酒饮多品类增速迅猛,其对全人群、多地域及各类商家的渗透加深,为市场开辟可观增量空间。而通过人群、城市的精细化运营,品牌和商家能更精准捕捉增长新机遇。

2024年6月vs2025年6月饿了么×淘宝闪购夏季订单同比增速



数据来源:饿了么×淘宝闪购订单量数据由饿了么提供

即时零售重构酒水消费生态,配送能力成关键

即时零售的“随时随地”优势打破了酒水消费的时空限制。平台与商家通过“24小时福利夜”等IP联动,深度绑定夜生活场景。

此外,在这场酒饮消费变革中,配送能力成为各平台竞争的核心。消费者对酒水配送的时效性和保鲜度要求极高,不少消费者表示,会因为配送时间过长而取消订单。

“依托全场景渗透与即时情绪满足的优势,外卖平台在夏季为冰品酒饮放大‘看得见、摸得着’的多元复合价值:以‘即买即得’的便捷属性,精准卡位全时段‘可选消费场景’。因此,即时零售夏季生意跳起系数显著跑赢全渠道,展现出更强的爆发力。”尼尔森IQ中国数字平台战略合作负责人杨英表示。

综上,即时零售正以“高效配送+精准运营”重塑酒水市场格局。未来,随着品类创新与生态协同的深化,夏季酒水消费潜力有望进一步释放,这一趋势或将为行业开辟更广阔的增长蓝海。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。