

即时零售从“看不上”到“不能拒”？

从“看不上”到“不能拒绝”，这场由消费端倒逼的供应链革命，正在重塑酒类流通的每一个环节。而能否在这场变革中完成仓配体系的重构，将决定酒类连锁企业在下一个竞争周期中的座次。

本报记者 张瑜宸 发自北京

“之前是真没看上即时零售，但当下，确实要拥抱它。”近日，一位河南的酒类零售连锁大商在2026中国酒类零售连锁供应链发展大会上的坦言，道出了不少同行的心路历程。同样感到紧迫的，还有在全国布局了四百余家门店的一名上海连锁酒商，如今，其所有新开的门店都开通了线上即时零售业务，为线下引流。

事实上，这一转变并非个案。

中国酒类流通协会零售及连锁专业委员会副主任委员郭宏利分析指出，即时零售是当前中国零售业增长最快的赛道之一，绝大多数酒类零售连锁企业正在主动拥抱这一模式。他判断，即时零售将从赛道模式变成酒类零售连锁的“必备能力”。从过去的“看不上”到现在的“不能拒绝”，酒商们态度转变的背后，不仅是消费逻辑的深层位移，更是酒类流通供应链的系统性重构。

消费定义产业：供应链从成本中心到价值引擎

“行业的深度调整不是周期性波动，而是商业逻辑的根本性改变，行业已进入‘消费定义产业’的新阶段。”天士力数智健康产业集团副董事长、国台数智酒业营销公司执行董事长、国台销售公司董事长刘宏伟给出了一个根本性判断。

他认为，企业破局之道在于重新定义产业链上每一个角色的功能：厂家从生产商转变为数字化创新服务商，经销商从渠道商转变为数字化供应链服务商，终端门店从坐店销售转变为数字化精准服务消费者，消费者则从被动买单者转变为价值共创者。

这正是即时零售从“看不上”变为“不能拒绝”的深层逻辑。当消费者用手机下单、三十分钟内收货的行为习惯逐渐固化，整个产业链的价值流向就被重新书写了。

中国酒类流通协会零售及连锁专业委员会副主任委员朱海虹则从供应链视角，对这一变化作出了具体阐释。

她指出，供应链正在从成本中心变成价值引擎，这一转变直接决定了未来三年连锁企业的竞争格局。

在她看来，连锁企业的竞争本质是供应链效率的竞争，库存周转天数、仓配响应速度、SKU动销率等后台指标，正在直接决定前台利润。与此同时，商家的选品逻辑也

在发生根本性变化，选品不再只看品牌，更要看动销节奏、价格刚性、渠道适配度，供应链自身的能力比品牌自身的声量更重要。换言之，谁能在更短的时间内把对的产品送到对的人手中，谁就掌握了定价权和客户黏性。

“线上电商、线下门店、社交新零售等多渠道并行，消费场景高度碎片化，这对供应链的全渠道响应与协同能力提出了远超以往的要求。尤其是节日促销与季节更替导致产品销量剧烈震荡，传统经验式库存管理模式已无法精准匹配市场需求，导致缺货流失与库存积压两种风险并存。与此同时，消费者对配送速度的要求日益严苛，即时配送已成为行业标配，倒逼供应链全链路必须具备极高的响应速度和履约效率。”四川奥博克软件公司总经理潘晓东从技术落地层面，剖析了当前供应链面临的现实挑战。

归根结底，“消费定义产业”的本质，是供应链主导权的转移。

过去，酒类流通的主控权在生产端和渠道端，品牌铺货到哪里，消费者就买什么；如今，消费者随时随地发起需求、选择品牌、比较价格、验收服务，整条供应链必须在数十分钟内完成响应闭环。

这一变化使供应链不再是后台的“成本项”，而是前台决定企业生死的能力底座。



三级仓配体系：重构酒类流通的底层基础设施

然而，供应链主导权的转移，最终还是要落到基础设施的承载能力上。传统以大货物流为底座的仓配体系，在分钟级履约的新规则下，暴露出根本性的结构短板。而补上这块能力短板，正是酒类连锁从“拥抱即时零售”走向“承接即时零售”的关键一跃。

《2026酒类零售连锁供应链发展报告》中的数据显示，93.5%的连锁企业已开展即时零售业务，其中，56.5%的连锁企业已产生营收或实现常态化运营。在未来业务拓展方向上，即时零售以47.8%的选择率居于首位。

数据背后是一个清晰信号：即时零售已从“可选项”，变为酒类连锁的“必选项”。

但不可否认的是，即时零售的爆发对供应链提出的更大挑战，在于两套仓配逻辑之间的天然结构落差。传统酒类流通基于区域代理制形成的仓配模式，本质上是“大货物流”，即整车、整箱、批量、低频，服务的是渠道分销。而本地生活场景下的即时零售则是“小单高频”，即单瓶、分钟级、全时段，服务的是终端消费者。粗放的大货仓配模式无法直接承接小单高频的履约需求，这倒逼酒类连锁企业重新思考仓配体系的底层架构。

正是这一结构性矛盾，催生了酒类连锁仓配体系的新范式。《2026酒类零售连锁供应链发展报告》指出，即时零售的普及正在为酒类连锁确立“总仓+区域仓+店仓一体”的三级仓配体系。总仓承担集采集散和战略库存功能；区域仓承担区域调配和快速补给功能；门店则升级为“店仓一体”的前置履约节点，既是零售场所，又是面向周边三十分钟生活圈的微型仓库。

调研显示，96.7%的企业已建成区域仓及以上的体系化仓配能力，其中，39.1%的企业已实现多级仓布局并具备当日送达的能力。这表明，承接即时零售的物流基础设施已初步就绪，但基础设施的到位只是起点。

下一步，企业间的竞争将聚焦于三个更难的指标：履约密度决定了门店覆盖范围内订单的获取能力，履约时效决定了消费者体验的上限，履约成本则决定了这门生意的可持续性。三者之间的平衡，才是企业真正的竞争壁垒。

值得关注的是，三级仓配体系的建设考验的是企业对投入节奏的把握。仓配属于重资产投入，超前建设会拖累现金流，滞后建设则错失市场。因此，企业合理的路径是“以单养仓、以密定仓”，即依托即时零售订单密度的增长，

滚动加密履约节点，先在优势区域做深、做透，形成区域性的密度堡垒，再向外围复制。这条路径的本质，是用订单增长的确对性对冲仓配投入的不确定性。

由此来看，未来酒类连锁的重要竞争维度之一，将是新型供应链仓配履约网络。门店数量的比拼，被普遍认为是上一个时代的竞争叙事。如今，门店多不代表履约能力强，覆盖广不代表配送时效高。

酒类连锁下一个时期的竞争逻辑，归结起来有三点：订单来了接不接得住，接住了送不送得到，送到了赚不赚得到钱。履约网络的密度、时效与成本，三项指标共同构成连锁企业在即时零售时代的承接能力和盈利能力。

正如郭宏利所言，即时零售已不是要不要做的问题，而是怎么做、做多深的问题。从“看不上”到“不能拒绝”，这场由消费端倒逼的供应链革命，正在重塑酒类流通的每一个环节。而能否在这场变革中完成仓配体系的重构，将决定酒类连锁企业在下一个竞争周期中的座次。

欲了解更多美酒资讯，请关注华夏酒报微信公众号。



酒类信息及配套专版



洁净级不锈钢智能酿造设备/智能不锈钢酒罐/不锈钢管道/智能化调酒系统核心供应商

联系人：任德龙 联系电话：15705381189 地址：上海市闵行区集心路168号6号楼5层

上海朗脉洁净技术股份有限公司，是上市公司常铝股份(股票代码002160)的全资公司，公司注册资本3.4933亿元，主要从事于白酒、黄酒、葡萄酒、调味品、医药等食品级洁净工程总承包领域。是洁净级不锈钢酿造设备、不锈钢酒罐、不锈钢管道及智能化调酒系统核心供应商。

部分业绩如下：



您的位置