

电商巨头推“千亿补贴”，白酒能否借势而起？

酒业在原本就致力于“挺价”的同时,又不得不参与“补贴”，这虽然带来了短期销售的高涨,但是对其价格体系的长期冲击,却是不得不面对的问题。

本报首席记者 杨孟涵 发自北京

2025年,除消费品“国家补贴”之外,电商巨头针对即时零售业务的“补贴大战”也在同步上演。

网经社电子商务研究中心发布的《2025年电商“三巨头”千亿补贴押宝即时零售》显示:以阿里、美团、京东为主的即时零售竞争正进入到白热化阶段,三大巨头为在流量、声浪上压倒对手,不惜投入巨资“补贴”——预计未来一年内向市场投放超过1000亿元的补贴。

这场针对消费品领域的“补贴大战”,围绕着“即时零售”这一新兴业态而展开,在具体做法上,采用平台补贴、让利消费者的形式而推进。

白酒业同样不可避免地卷入“补贴大战”,但是,基于诸多白酒类产品正处于“挺价”之中的现实,其难免有左右无法兼顾的尴尬。

今年618电商节庆期间,多个电商平台针对名酒类产品给出所谓“百亿补贴”的优惠,严重冲击了白酒业的既定价格秩序。

在此期间,飞天茅台受关注度最高。在今年飞天茅台价格动辄在2000元左右徘徊的情况下,电商平台如何售卖?

据了解,618期间,几大电商平台所售卖的53度500毫升飞天茅台,其标示零售价多在2099元至2200元,加上电商平台的“百亿补贴”后,其售价接近甚至击穿2000元/瓶的价格线,部分平台补贴后价格为1970元/瓶。

与即时零售相关的外卖平台,也同样加入这种价格大战或者补贴大战,618期间,某外卖平台自营店铺飞天茅台53度/500ml单瓶售价为2000元以下;52度/500ml的第八代五粮液价格达到了900元/瓶以下。

为何电商平台将战场设定在了即时零售之上?中国广告协会学术与教育工作委员会、网经社电子商务研究中心主任曹磊指出,即时零售整体市场规模将接近20000亿元,是继零售电商、跨境电商、大宗商品电商、生活服务电商、私域电商之外,电商的最后一个“万亿级”存量市场。

正因为即时零售前景广阔,才吸引了电商巨头的巨额投入。据悉,今年以来,阿里、美团、京东三家平台累计将会投入近千亿元补贴,这几乎接近2024年8月上线至今消耗的国补。

对此,网经社电子商务研究中心特约研究员郑吉昌分析了几大巨头在即时零售领域上竞争力的短长,他认为,美团的优势在于长期深耕本地生活服务,其将通过补贴大战,稳固自身在即时配送领域的领先地位,强化“万物到家”的概念,将餐饮优势延伸至全品类即时零售。

阿里在即时零售领域的布局更多是为了修复电商基本盘,应对竞争挑战。借助整合饿了么、飞猪等业务,实现电商与本地生活服务的协同,打造“远场电商+近场零售”的全场景消费模式。

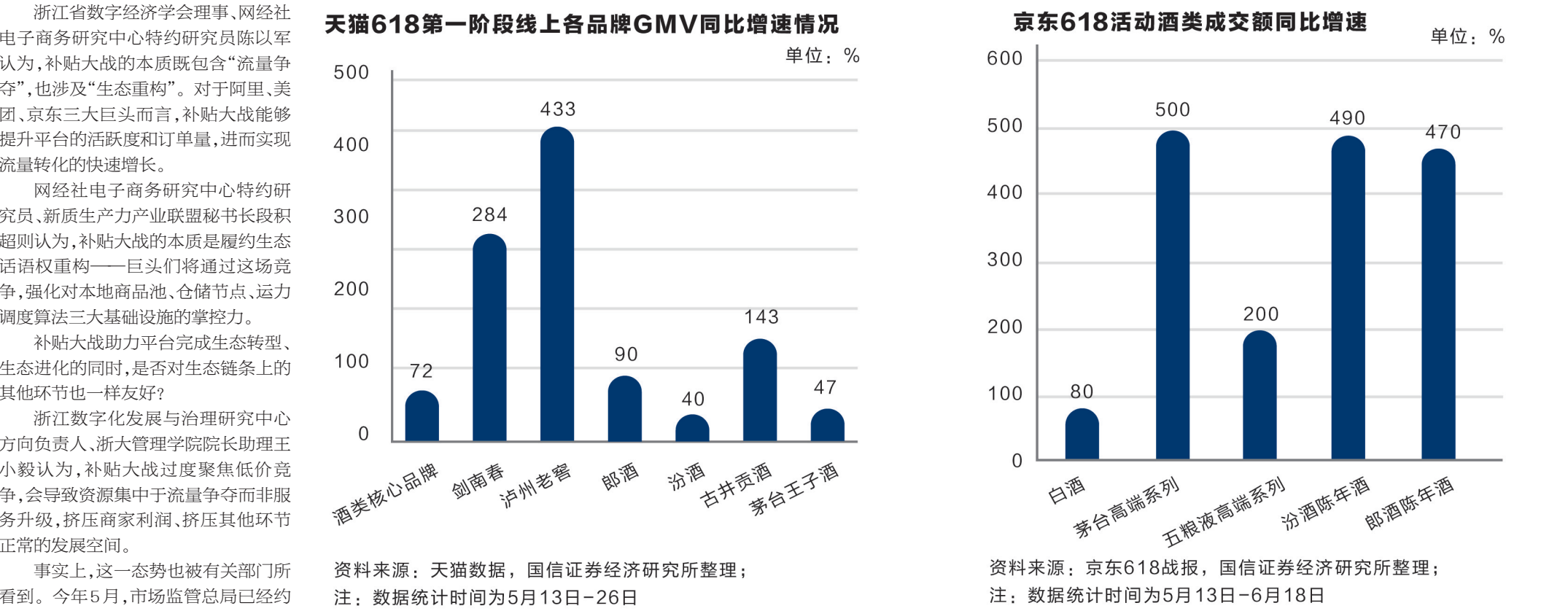
京东则依托自身强大的供应链优势,尤其是在3C家电等品类的供应链管理



管理经验,试图通过即时零售拓展新的业务增长点。

三家巨头平台各有所长,也各有所图。不过,巨额补贴的投入,为三家平台带来短期流量和校正即时零售模式的同时,也给合作企业、商家带来了不一样的影响。对酒业而言,在原本就致力于“挺价”的同时,又不得不参与“补贴”,这虽带来了短期销售的高涨,但是对其价格体系的长期冲击,却是不得不面对的问题。

补贴大战恐进一步冲击白酒价盘



短期流量是否能转化为“长期效应”也有存疑。以白酒业为例,在诸多主流名酒类产品价格承压的背景下,为了维护与商家的合作关系以及为各级合作伙伴留存足够的利润空间,也为了维系自身的品牌形象,名酒企业多采用“挺价”的形式来维护大盘。

厂家积极“挺价”,但商家则在“库存压力”下低价甩货、加速现金流,导致价格秩序逐渐不稳,价盘愈来愈向下。而如今,电商巨头推出“补贴大战”,以击穿价格线的极致低价来吸引消费者,更对线下秩序造成了新的冲击。

破了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

蘭陵王酒

王者归来

山东兰陵美酒股份有限公司

服务热线: 0539-5588998

中宣部宣教局 中国文明网

请勿行车抛物

你的随手一丢,有可能导致他人车毁人亡。