

饿了么 × 淘宝闪购 × NIQ 联合发布

2025

即时零售全时段消费新场景
趋势洞察





序言 Preface

当数字技术破译了当代人「此刻就要」的消费密码，零售业正上演一场关于「时空自由」的大改造！即时零售变身「时空便利店」，揣着「线上下单→就近发货→即刻送达」的魔法口袋，把传统零售的「等待时差」压缩成手机屏幕上的「已送达」提示音。

现在，凌晨2点追完剧突然嘴馋的薯片、世界杯直播时集体沸腾的冰啤酒、网红奶茶店刚出新品的「首杯尝鲜权」，还有下班路上突然想起的「今晚火锅食材」——这些曾被「营业时间」、「配送时长」框住的需求，如今跳出了时空牢笼，在24小时不打烊的「即时宇宙」里闪着光。只要你此刻想拥有，动一动手指，就有骑手带着你的快乐加速赶来，让「想买就买」的爽快，瞬间从愿望落进「拆开包装」的现实。

就在这场消费革命如火如荼之际，饿了么×淘宝闪购和尼尔森IQ联合推出《2025即时零售全时段消费场景新趋势》。报告深度剖析消费行为数据和零售行业动态，精准捕捉全时段消费浪潮下的新趋势、新场景、新需求，更通过详实的数据洞察与鲜活的案例解读，为行业从业者提供战略参考，助力行业在“速度与温度并重”的新竞争格局中持续领跑。

1.1 年轻人“下班后”情绪效应，驱动消费从“早八晚六”迈向“全天候”

随着职场生态变革与消费需求升级共振，年轻人“下班后”情绪效应加速释放时间红利，重构全天候消费版图。

保障休息休假权益 释放时间红利

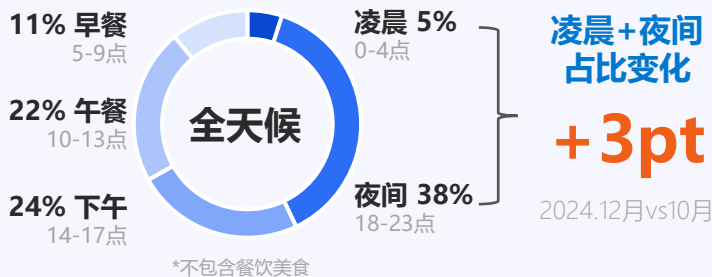
2025年3月16日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《提振消费专项行动方案》强调：

“

严格落实带薪年假制度……鼓励带薪年假与小长假连休，实现弹性错峰休假。依法保障劳动者休息休假权益，不得违法延长劳动者工作时间。”

推动消费场景多元化升级

饿了么订单量占比及占比变化 2024年12月



数据来源：饿了么订单数据，来源于饿了么平台；品牌观点引用，来源于尼尔森IQ品牌专家访谈，2024年10月；
数据说明：TGI为样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该人群较总体人群对该事物的关注度更高，TGI=样本占比*100 / 总体占比

品牌深耕时段营销赛道 助推全天候消费起势

为了突破增长边界，品牌聚焦时段消费特征，打造契合不同时段需求的产品矩阵，创新分时段场景化营销策略，成为推动全天候消费热潮的核心驱动力之一。

“

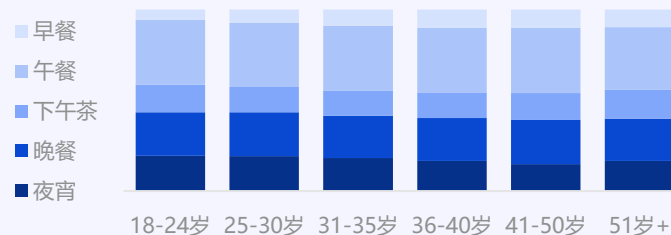
O2O可能会更多的还会去满足一些消费者细化类分类的场景，像早餐、下午茶这种场景，包括像晚上夜宵性的场景，更多在于细化消费者需求里的一些碎片化需求，在O2O上更适合深挖。”

——某乳制品品牌 新零售负责人



从元气早餐到惬意下午茶，再到治愈夜宵 全天候饮食正在重新定义生活仪式感

饿了么订单量占比 2025年1-4月



31岁+泛中年群体，以正餐开启元气整日

饿了么订单量占比TGI指数

31岁+

早餐 TGI > 100

41-50岁

晚餐 TGI > 100



年轻人借下午茶、夜宵畅享惬意时光

饿了么订单量占比TGI指数

18-30岁

下午茶 TGI > 100

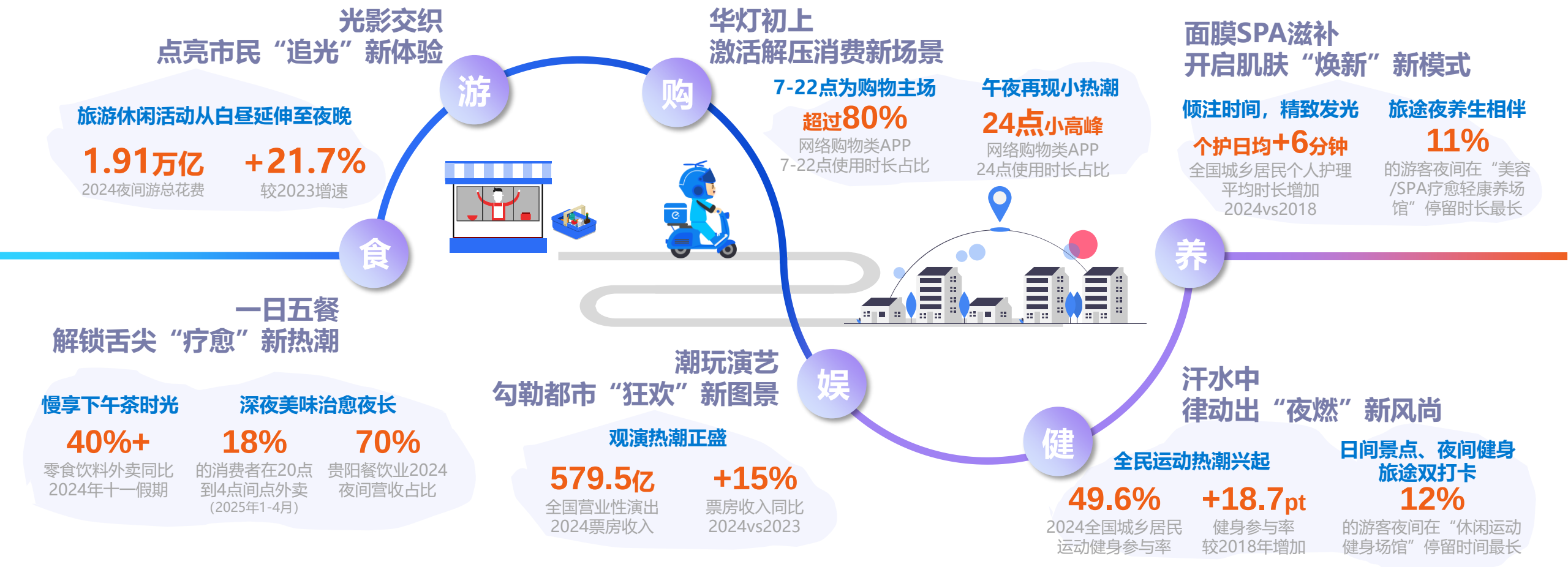
25-30岁

夜宵 TGI > 100



1.2 全天候消费新图景：消费场景“花样绽放”，全天候活力“不打烊”

晨曦微露，早餐外卖唤醒味蕾；午后时光，精致下午茶氤氲惬意；夜幕降临时，狂欢夜场、暖胃宵夜、酣畅健身与放松养护轮番上演；直至午夜24点，购物狂欢再度点燃热情。多元消费场景似繁花盛放，全时段惊喜不断，活力永续，让每个瞬间都化作沉浸式消费体验的高光时刻。



数据来源：零食饮料外卖数据和20点-4点外卖数据，来源于饿了么平台；贵阳餐饮业夜间营收占比，来源于贵阳网；夜间游总花费及同比、游客夜间停留时间最长场所占比，来源于中国旅游研究院《2024年中国夜间经济发展报告》；演出票收入数据，来源于中国演出行业协会；网络购物类APP使用时长占比，来源于CNNIC的第55次《中国互联网络发展状况统计报告》；全国城乡居民个人护理时长、运动健身参与率，来源于国家统计局第二次（2018）和第三次（2024）全国时间利用调查公报；

2.1 当“即需即达”遇见“不打烊”，即时零售让24小时消费潜力加速释放

便捷与时效双轮驱动

即时零售全天候增长势能爆发

便捷性

55%

的消费者选择购物渠道时注重便捷性

配送准时及速度快

首要考虑因素

消费者选择即时零售平台时

“即时满足”培养了消费者对**即时零售全天候服务**的依赖
为品牌开辟了第二增长曲线

快消品 零售额同比
2024年vs2023年

全渠道 +3%

便利店 +4%

饿了么订单量增速 2024

欧洲杯
期间0-5点
咖啡汉堡等
美食外卖同比超过
100%

十一假期

0-3点
7-10点
13-16点
外卖量周环比均在
30%上下

即时零售与便利店**生态协同**，构建全时段消费场景的
数字增长引擎

饿了么 | 截至2024年7月

提供24小时营业服务的便利店 24小时营业的便利店数量同比

达到**三分之一****+52%**

(高于便利店整体门店数同比)

即时零售×便利店：**全天候**营业模式也正在**向二、三线城市扩张**

线上24小时营业的便利店门店数同比

饿了么 | 截至2024年7月

昆明、佛山、
南通和无锡等同比超过
100%杭州、福州、南京、
武汉、成都等省会同比超过
65%

即时零售×便利店 24小时消费潜力的深度掘金

数据来源：消费者选择购物渠道时考虑的因素，来源于尼尔森IQ《2025年生鲜购物者趋势报告》；快消品全渠道及便利店同比增速，来源于尼尔森IQ零售数据研究；饿了么订单量数据，来源于饿了么平台；

2.2 即时零售×便利店创新全天候场景：24小时消费链的无限延伸与多元裂变

即时零售凭借高效配送体系与便利店24小时营业模式的深度融合，为品牌开拓全天候消费场景创造了全新可能。通过搭建精细化分时段商品矩阵，精准覆盖不同时段多元场景的消费需求，搭配即时配送服务实现“即买即享”的消费体验，全面推动24小时消费生态的创新升级，为品牌生意增长注入强劲动力。

POINT

01

即时零售×便利店：发力夜间场景，拓展增长新空间



深夜便利店亮着的灯，温暖都市夜归人的人间烟火

夜食

#解不开的心结，都被深夜关东煮的热气悄悄熨平#

#深夜的泡面，比米其林大餐更治愈#

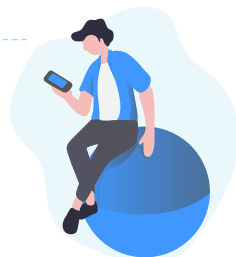
#熬夜观赛追剧上头，撕开零食咔嚓一口，幸福感瞬间爆棚#

#微醺后的深夜便利店，弥散着成年人独处的浪漫#

#夜晚啤酒翻涌的泡沫里，每声碰杯，都是对生活的热望#

#所有值得纪念的故事，都需要一口苦尽的甜，才酿成永恒#

夜酒



便利店速食和酒类零售稳定增长

便利店渠道零售额同比 2024年8月vs2023年8月



即食面

+10%



酒类

+1%

夜间观赛带动后半夜消费热潮

饿了么 | 订单量同比 2024年欧洲杯赛期

后半夜
0到5点

便利店
活跃商户数

+30%

酒水
订单量

超过40%

即时零售×便利店：指尖轻点美食即达，释放速食夜消费势能

方便面等经典速食品类借力即时零售×便利店实现24h一键即达，从应急食品变成一种生活方式符号，持续引领“快速而不将就”的饮食潮流。

饿了么 | 品牌订单同比增速

康师傅方便面

2024年8月活动期订单同比

+50%

活动爆发期

+100%

在重点合作便利店（均）

即时零售×便利店：瞬启微醺畅享无碍，点燃酒饮夜消费热情

即时零售、便利店与品牌正共酿酒饮市场新「酒局」，将社交碰杯的喧嚣、独酌小聚的情调，尽数装入「微醺即开瓶」的消费体验——每个街角便利店都化作随叫随到的「移动酒吧」。

饿了么 | 品牌订单同比增速

青岛啤酒

2024年8月活动期订单同比

+50%

活动爆发期

+200%

在重点合作便利店

数据来源：便利店渠道零售额同比，来源于尼尔森IQ零售数据研究，同比为2024年8月vs2023年8月；品牌订单同比数据，来源于饿了么平台；

一日三餐的自由律动：年轻人以美食丈量生活维度



漫游族用“一日三餐”的仪式感，书写旅途的幸福手账

- 早** #在城市漫游，CHILL的早晨，一定要吃一顿CHILL满满的早餐#
#把疲惫泡进热汤，让阳光洒在桌上，路再赶，也要停下来好好吃饭#
- 午** #旅行途中偷个懒，让茶点甜过攻略打卡清单，让午后慢过导航步数#
#当酒杯碰碎异乡月：你我把各自奔波的风霜，焐成这桌相逢的温暖#
- 晚** #一日跋涉的句点，是微醺在杯中摇曳，佐以山川入味的零食和卤味#

2024年十一长假期间，从便利店送往酒店的外卖量同比 +100%
饿了么 | 订单同比增速

即时零售×便利店：打造早餐“自由随心配”供给新图谱，重构晨间消费想象空间

都市人的早餐不再止步于“吃饱”。即时零售与便利店携手，推出早餐“自由随心配”：年轻人随手点单的“蛋糕+咖啡”，宝妈一键下单的“三明治+酸奶”，每份餐食都是独属生活态度的注脚。在异地旅行的晨间，即时零售以“所想即所得”，让每位旅者都能自由定制便利早餐方案，开启消费场景的全新想象。

便利店渠道零售额同比
MAT2503vsMAT2403

酸奶 +3%
儿童牛奶 +2%

饿了么 | 品牌订单同比增速

君乐宝酸奶

2024年9-10月活动期订单同比

+60% +150%
活动全周期 武汉城市表现

伊利金典鲜牛奶

2025年6月活动期订单同比

+450% +400%
活动爆发期 长沙城市表现

数据来源：便利店渠道零售额同比，来源于尼尔森IQ零售数据研究，MAT2503为2024年4月-2025年3月，MAT2303为2023年4月-2024年3月；品牌订单同比数据，来源于饿了么平台；

饮料是年轻人日常「舌尖上的情绪调味瓶」,出行时化作「行程中的快乐追光灯」

#徒步中的每口吨吨,都给双腿注入「能量代码」#

#露营地的下午茶,喝出天高地阔的仪式感#

#本地特色美食的江湖气,在气泡水的爆破声里变得清透#

#在异地的每一天,也要从一杯咖啡开始#

#草莓饮品在舌尖炸开粉色小宇宙
——把脚掌的刺痛都变成酸甜记忆#

即时零售×便利店：与便利美食分时段场景化组CP，触发水饮即时消费活力

即时零售×便利店，把一日三餐变成美食与饮品场景化搭配的密钥，每一次点开都是味蕾的密码破译。当水饮不再是单独的商品，而是与三明治、包子、蛋糕等便利美食组成『即时快乐CP』，那些藏在三餐四季里的即时消费活力，正像被按下加速键的便利店暖柜，随时滚烫开启。

饿了么 | 品牌订单同比增速

统一水饮 2024年9-10月活动期订单同比 +40% 活动全周期 +88% 在重点合作便利店		脉动 2024年9-10月活动期订单同比 +50% 活动全周期 +50% 在重点合作便利店		百事可乐 2024年12月-2025年1月活动期订单同比 +40% 活动爆发期 +100% 在重点合作便利店		可口可乐-怡泉 2024年12月-2025年1月活动期订单同比 +50% 活动全周期 +70% 在重点合作便利店	
---	--	---	--	--	--	--	--



数据来源：便利店渠道零售额同比，来源于尼尔森IQ零售数据研究，同比为2024年vs2023年；品牌订单同比数据，来源于饿了么平台；

现代年轻人“随时随地”吃零食已成新常态
出行中的零食，承载着年轻人的即时疗愈与社交破冰

#爬山累了嚼颗糖，车程无聊嗑瓜子，都是生活滋味#

#分享辣条的瞬间，陌生驴友秒变饭搭子#

#行李开箱躺平仪式：空调26°C+追剧+薯片气泡水#

#逛吃逛吃，带来身体和精神的双倍充电#

随手可得的便利店零食稳步增长



数据来源：便利店渠道零售额同比，来源于尼尔森IQ零售数据研究，同比为2024年vs2023年；品牌订单同比数据，来源于饿了么平台；

即时零售×便利店：24h极速达兑现「每日快乐即享」，开启零食全天候消费新热潮

24h极速达，将晨光揉进甜软糕点的绵密肌理，让午夜馋意撞上薄荷口香糖的冰爽爆破。即时零售与便利店编织「零时差补给网」：早餐咖啡旁酥脆的曲奇正簌簌掉渣，熬夜追剧时瓜子、薯片的咔滋声与剧情同频，不论是宅家还是异地，每款零食都踩着准时配送的节点，把馋嘴时刻酿成穿越昼夜的快乐盲盒。

饿了么 | 品牌订单同比增速



每天24h×N种个护需求 年轻人以灵活应变hold住全场

#绵密泡沫和清新香气就位，精致晨间即刻唤醒#

#吃火锅也不脱妆的秘密：吸油纸和湿巾随需在手#

#下班从容赴约，清爽口气随需而至，时刻绽放自信气息#

#白色裤子危机时刻，几米外的便利店就是诺亚方舟#

#拆开行李发现没带最爱的香氛润肤乳，即刻下单拯救肌肤状态#

#凌晨关灯前，来一次SPA和熬夜签下和解书#

用“即时解决”取代“完美规划”
年轻人在就近购买的便捷中锚定生活掌控感

便利店渠道零售额同比 MAT2503vsMAT2403



香皂/沐浴露

+4%



卫生用品

+4%

即时零售×便利店24h守护，时刻待命

从清晨通勤包中的独立包装湿巾，到午后会议间隙的吸油纸；从下班电梯间旋开的胶囊漱口水，到午夜即时补货的泵式牙膏——这种「全场景即时响应」的个护新范式，不仅以高效配送精准咬合碎片化生活节奏，突破时间与空间的物理限制，更让个护从功能刚需蜕变为生活仪式的自然延伸：晨妆前的泡沫是唤醒序曲，生理期通勤时的卫生巾成为隐形铠甲，睡前的护理化作与自己对话的时刻。当每一次「随需取用」都演变为情感连接点，品牌正通过全时段场景化解决方案，在用户24小时生活图谱中，织就细密的需求网络，开辟出兼顾功能性与情感价值的增长蓝海赛道。

饿了么 | 品牌订单同比增速

李施德林

2025年4月活动期订单同比

+53%

活动期间

+75%

在重点合作便利店

苏菲

2024年12月-2025年1月活动期订单同比

+36%

活动爆发期

+42%

在重点合作便利店

高露洁

2025年6月活动期订单同比

+77%

活动爆发期

+89%

在重点24h合作商户

杜蕾斯

2025年6月活动期订单同比

+47%

活动爆发期

+195%

在重点24h合作商户

数据来源：便利店渠道零售额同比，来源于尼尔森IQ零售数据研究，MAT2503为2024年4月-2025年3月，MAT2303为2023年4月-2024年3月；品牌订单同比数据，来源于饿了么平台；

深耕24h基础需求 卡位长假等消费热点焕新产品 借即时配送×便利店网络撬动增长

为撬动24h消费潜力，个护品牌精准洞察细分场景开发限定商品，依托即时配送×便利店网络，以“永远在线”体验为支撑，借假期等热点流量触达消费者，凭差异化供给与便捷履约实现增量突破。

品牌案例

2024年9-10月活动期间，针对国庆长假出行需求，联合利华推出适配旅行场景的便携洗护系列——力士小苍兰香氛旅行装、多芬修护随心装等。从宅家休憩到跨省远行，让每一位用户的肌肤和秀发随时随地都能保持理想状态，以精致姿态邂逅旅程中的每一刻美好。



产品焕新

从产品焕新到营销破圈

品牌在即时零售×便利店玩法的双维进阶

营销破圈 跨界玩混搭



基于以新姿态迎接新一年的清爽洗护、微醺宴饮、酷爽陪伴等需求的洞察，多方联合打造全新跨年体验。

饿了么 | 2024年12月-2025年1月活动期订单同比

锐澳

+40%

活动期

+200%

在重点合作便利店
(均)

元气森林

+130%

活动期

+150%

在重点合作便利店
(均)

联合利华

+170%

活动爆发期生意

+90%

活动爆发期订单

锚定全时段场景，强劲驱动品牌增长势能

饿了么 | 2024年9-10月活动期订单同比

联合利华

合作便利店
渠道增速

+31%

全渠道增速

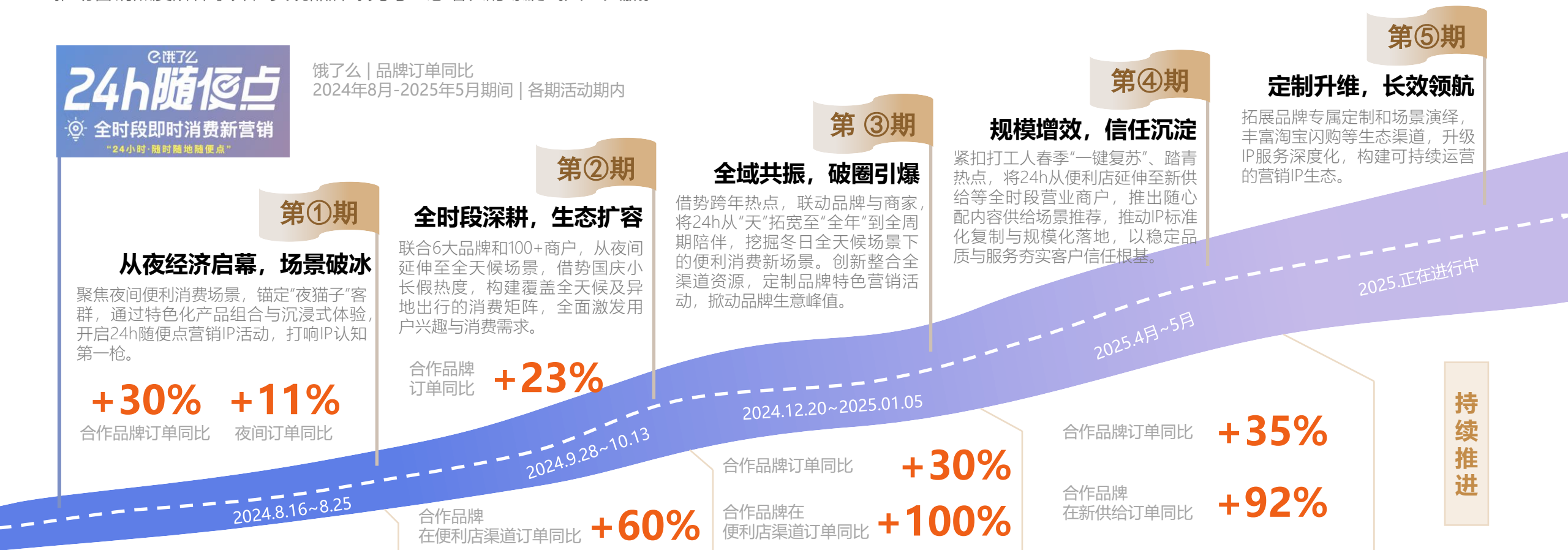
+4%

借势跨年热点，玩转跨界混搭
即时零售×便利店全天候承接，驱动品牌生意强势突围

数据来源：品牌订单同比数据，来源于饿了么平台；

3.1 定制特色营销IP, 以五阶段梯度运营策略, 驱动营销热度和品牌生意螺旋式增长

基于用户全时段差异化即时零售需求与品牌分时段营销诉求, 饿了么打造了『24h随便点』全时段营销IP。锚定各时段高频品类和品牌商品, 依托即时零售高效履约能力, 全天候响应“即需即得”需求。联合品牌、商家构建全时段趋势营销矩阵, 以场景破冰、生态扩容等五阶段策略为骨架, 精准调配资源节奏, 持续激活用户、蓄积声量, 推动营销热度阶梯攀升, 实现品牌曝光与生意增长的螺旋式共生共赢。



数据来源: 品牌订单同比数据, 来源于饿了么平台;

3.2 精准瞄准核心客群深层需求，以场景化创新供给和互动玩法，高效抢占用户心智

基于大数据对年轻人消费行为与偏好的精准洞察，平台与品牌、商家深度协同，以『24小时·随便点』营销IP为核心，定制创新供给与互动玩法，分时段落地精细化场景消费解决方案。通过共创内容在社媒引爆传播声浪，全域流量滚动一体化承接，精准吸引年轻客群关注互动与消费转化，在创造超预期消费体验的同时，驱动品牌与商家生意的双向增长。

互动玩法+萌趣周边 玩转年轻范

聚焦追求高效便捷的年轻白领圈层，深度洞察其“夜猫子”作息特征与情感需求，创新互动营销玩法，以经典治愈的加菲猫IP为载体，匠心研发专属定制周边，精准唤醒都市青年的情感记忆，实现与目标客群的深度共鸣，从而快速破局白领消费市场，开辟全新增长赛道。



自由随心配 开创供给新范式

基于用户对即时零售“24h随时购”的核心需求，深度联动全时段营业商户，以其自有爆款与品牌尖货构建【时段化定制商品矩阵】，打造全天候即时消费生态场景。通过商户终端输出差异化时段特色货品，精准激活消费兴趣点，以场景化逻辑降低用户决策门槛，实现销售转化的高效提升。



双重跨界混搭 首发解锁消费新体验

联合商家和品牌，跨IP、跨品牌玩双重混搭，通过拆解核心符号、嫁接多元场景，品牌跨界打造“便利特调饮”形成特色用户场景推荐。推动锐澳、元气森林、联合利华一起跨年随便点，三大品牌生意增长均超100%以上，并突破品牌生意历史峰值。



商家品牌深度联动 共创内容爆破出圈

商家、品牌与饿了么深度联动，联袂打造B站深度内容视频与social社媒热点话题，涵盖公益服务场景、城市旅行特色漫游、社区生活便利等多元维度，整合站内站外、线上线下全域资源构建传播矩阵，通过共振实现声量裂变式发酵。



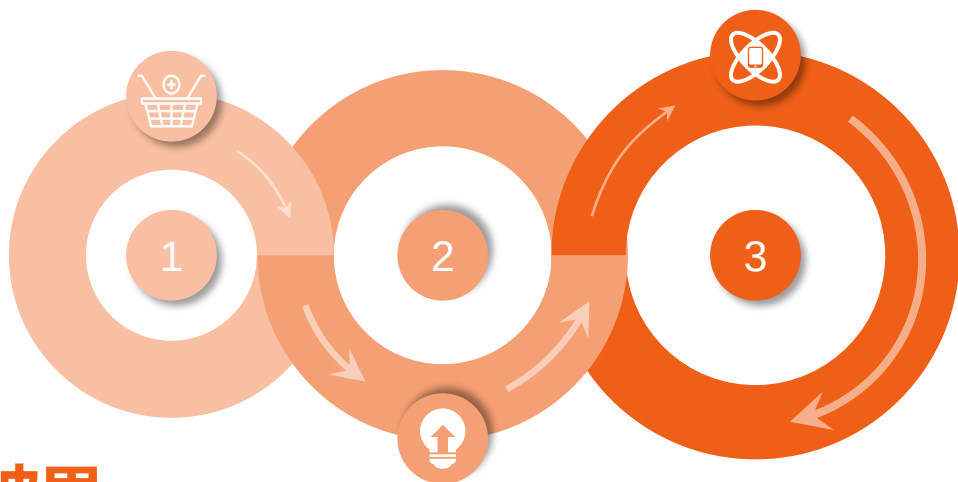
全域流量滚动 站内站外一体化承接

饿了么整合站内生态流量，联动合作商户私域，聚合央媒、行业媒体、重点城市主流媒体等站外权威渠道资源，叠加社交媒体投流、开屏曝光、达人种草及重点城市地铁/户外广告等立体传播矩阵，通过全域资源一体化联动运营，为商家与品牌构建生意增长的流量增效通路。



数据来源：信息来源于饿了么平台；

未来，饿了么将持续联袂商家与品牌，以「时间×空间×需求」三维交叉定位体系为战略锚点，深度解构客群差异化需求图谱，以创新供给链响应多元场景需求，通过时段化运营逻辑打造全时域覆盖、全场景渗透的极致消费体验，推动商业生态向未来的无限可能纵深进阶。



1、破界

渠道合作的维度重构

锚定日均营业 17 小时以上的门店，以「时间×空间×需求」的立体化场景视角，构建精细化供给矩阵，拓展淘宝闪购等新渠道，深度激活每个时段的流量价值潜能。

2、拓维

品类合作的生态破圈

打破壁垒拓宽品类边界，精筛各赛道爆款商品，以「场景需求图谱」为纽带，搭建动态商品矩阵，驱动跨品类消费需求的协同共振与价值裂变。

3、数智

AI技术深度赋能运营

- **选品**：借助AI分析海量数据，预测不同时段消费需求，优化商品组合，精准上架畅销品
- **营销**：通过AI洞察消费者偏好，个性化推荐
- **智能仓储**：精准调度货物，优化配送网络



无限共创可能 正待解码

饿了么携手商家、品牌构筑开放生态，激活联动势能。三方以全时段场景共创为纽带，深度融合资源与创意，让每个协同的触点都成为创新试验场。这场协同共创将以乘数效应解码消费新需求，玩转出即时零售的 N 种新可能。

结语



精耕全时段场景·数智破局零售时空

当时间×空间成为新零售的竞技场，即时零售正以24小时不打烊的消费革命，重构商业世界的时空法则。Z世代对“即时满足”的极致追逐，让每小时都化作迸发消费活力的能量场。「24小时·随便点」营销IP以五幕递进式战略，以夜经济开启破冰之战，精准锚定全天候消费需求坐标，串联节庆热点与日常场景的价值脉络，最终构建起常态化运营的商业生态，将分时段精细化服务镌刻进用户心智。无论是晨曦初现时的元气补给套餐，还是午夜时分的微醺治

愈组合，每一场景都成为品牌与用户情感共振的超级触点。

依托与商家、品牌的深度战略同盟，饿了么化身消费创新的策略源发地：创新商品组合打破品类边界，跨界玩法重构消费体验，定制联名周边激发社交裂变，超值福利引爆消费热情，成功将即时零售从单次流量收割升级为长效价值创造的引擎。

未来，基于OAIPL人群洞察模型的智能导航，

饿了么「24小时·随便点」IP将向着规模化、生态化的商业新大陆全速进发。从昼夜交替的全时段覆盖，到四季流转的全周期运营，从节庆狂欢的爆发式增长到日常需求的精耕细作，饿了么全天候营销模式将持续自我革新。在此进程中，饿了么还将首次突破性联合淘宝闪购打造专属活动会场，将24h即时营销场景的辐射范围拓展至更多消费场景和用户群体，不仅为行业开辟前所未有的增长航道，更将“所想即所得”的消费理想照进现实，引领行业驶向浩

瀚蓝海。

当即时零售重塑消费时空的浪潮奔涌向前，饿了么×淘宝闪购与尼尔森IQ联合发布《2025 即时零售全时段消费场景新趋势》报告。以海量数据为镜，透视市场动态，解码全时段消费增长密码，为行业绘制战略蓝图，助力企业在“时效+体验”的新赛道上，抢占全时段消费生态高地。



【即时零售订单/生意数据来源】

数据来源

- ① 饿了么平台

时间周期

- ① 2023年8月-2025年6月，共计23个月
- ② 同比为每期活动时间对比上年度同期
- ③ 特殊说明除外

【不同渠道零售及调研数据】

数据来源

- ① 尼尔森IQ零售数据研究
- ② 尼尔森IQ《2025年生鲜购物者趋势报告》
- ③ 尼尔森IQ品牌专家访谈

时间周期

- ① 零售数据为2023年1月~2025年3月，共计26个月
- ② 专家访谈调研数据发生在2024年10月
- ③ 特殊说明除外

【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。

特别鸣谢

