

# 即时零售水饮品类销售热力 图谱分析

O2O在线

01

# 即时零售与水饮品类概述

# 即时零售的定义与发展

## 即时零售的概念

即时零售是以即时配送体系为基础的高时效性到家消费业态，聚焦于“本地商品”，其核心特征为在线上完成订单，线下30分钟内送达。

## 发展历程

中国零售业发展经历了传统零售、快递电商，才走到了当前风口上的即时零售。

## 市场规模与增长趋势

据商务部课题组测算，2024年中国即时零售规模达7800亿元，同比增长20.0%，占网络零售额的4.2%，预计2030年即时零售规模将突破2万亿元。2025年京东618期间，京东提及“即时零售爆发”，京东外卖日订单量突破2500万单，京东七鲜线上订单同比增长超150%，自有品牌商品销售同比增长340%；6月23日，淘宝闪购联合饿了么宣布日订单数量已突破6000万；美团6月中旬开始日单量持续破9000万。

# 水饮品类在即时零售中的地位

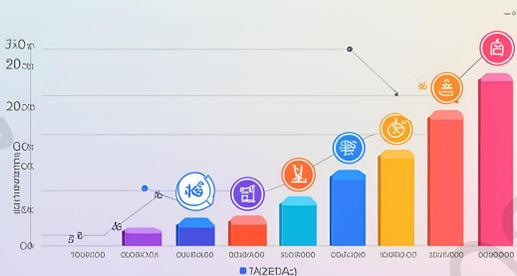


## 销售占比

随着即时零售业务的不断发展，水饮品类成为即时零售赛道中重要的品类之一，消费者对水饮品类商品需求多样，包括网红商品和区域特定商品等。

## 增长情况

在即时零售确定性趋势下，水饮品类需求显著提升。如2025年夏季京东超市电解质水销量同比激增150%。可口可乐通过与美团闪购合作，实现了即时零售运营的闭环管理，在活动期间销售增速高达70%+，保持全年生意销售50%+高增长速度。



## 需求变化

消费者对水饮品类的需求从单纯的解渴需求，逐渐向多元化、场景化需求转变，对商品的丰富度和个性化要求提高。

# 即时零售水饮品类的消费特点



## 消费场景

即时零售水饮品类的消费场景丰富，如天气变热、赛事期间，饮料、酒、冰杯等品类销量显著增长。2024年大暑期间，饿了么平台冰杯订单量同比上涨350%；欧洲杯夜间赛程拉动后半夜（0 - 5点）美食需求，冰杯外卖量同比增长10倍。非运动时段消费占比高达65%，办公室、通勤、户外活动等场景成为核心消费场景。

## 消费频率

水饮作为高频消费品，消费者在即时零售中的购买频率较高，能够满足消费者的即时需求。

## 品牌偏好

消费者在即时零售购买水饮品类时存在一定品牌偏好。如在2025电解质水十大品牌综合实力榜中，外星人凭借三条核心产品线覆盖全场景需求，2022年已成为电解质赛道销量第一；脉动2024年销售额同比增长12%等。

# 02

## 热力图基础与应用

# 热力图的定义与核心价值

## 热力图的定义

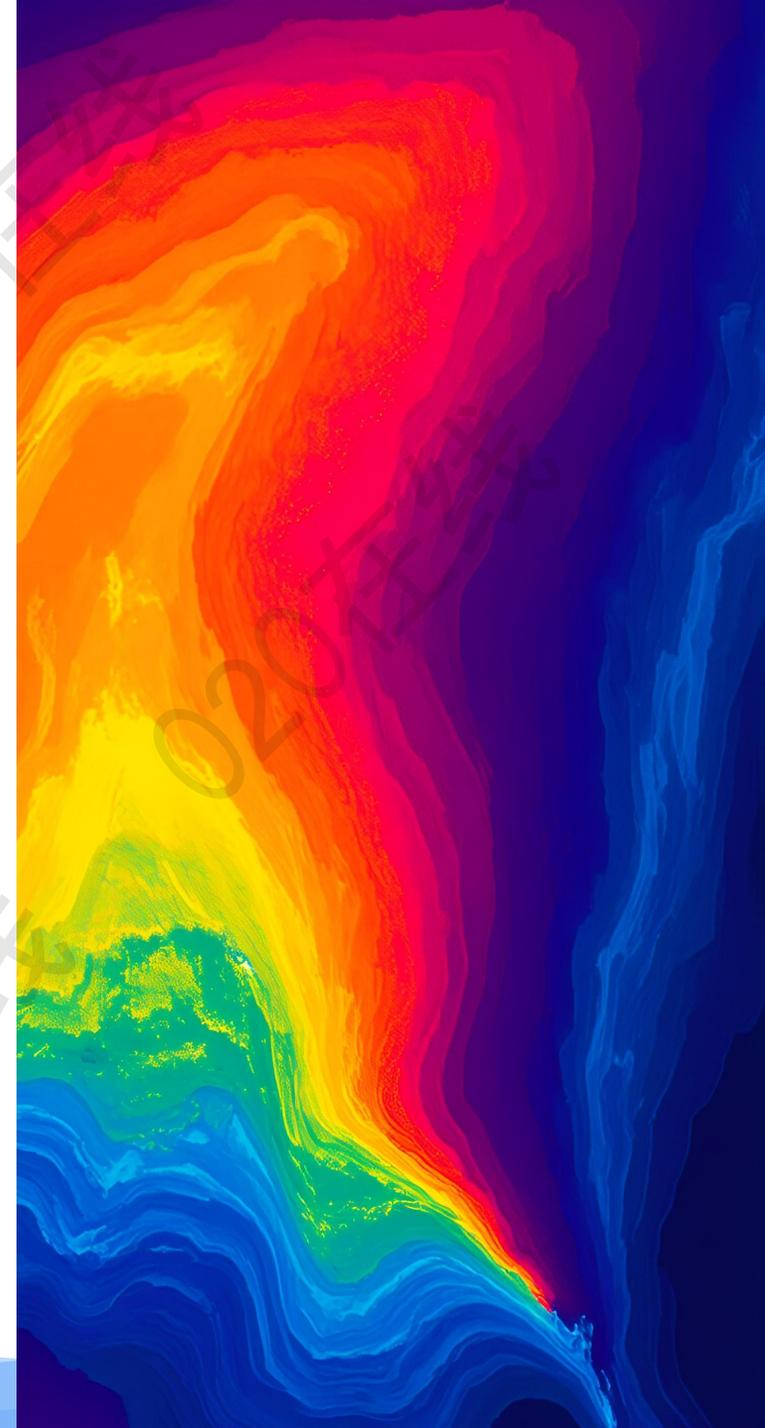
热力图是一种将数据密度通过颜色变化进行可视化的工具，通过颜色的深浅来表示数据的大小或密度，把抽象数字转化为视觉可感知的“温度场”。

## 展现宏观趋势与微观异常

热力图能在宏观层面展示整体趋势，微观层面捕捉异常点。如电商大促时，可显示流量“火山喷发点”，发现潜在热点区域。

## 发现变量间隐性关联

通过交叉分析，能发现变量间隐性关联。例如教育平台发现“凌晨3点刷题党”与课程退费率呈负相关，为课程设计优化提供依据。



# 热力图的类型及适用场景

## 点击热力图

适用场景：主要监控按钮、链接等交互元素的点击频次，常用于电商详情页CTA优化。注意事项：需过滤机器人点击等无效数据，避免干扰分析结果。

## 滚动热力图

适用场景：聚焦于页面浏览深度的监控，适用于长图文内容留存分析。注意事项：设备尺寸差异会影响用户滚动行为，分析时需考虑该因素。

## 眼动热力图

适用场景：用于呈现用户的视觉焦点轨迹，在广告素材A/B测试等场景有重要价值。注意事项：使用依赖专业设备和数据采集，成本相对较高。



# 热力图的类型及适用场景



## 地理热力图

适用场景：主要展示区域密度分布情况，广泛应用于门店选址、疫情传播分析等领域。注意事项：要避免人口基数等因素对数据的影响，防止分析偏差。

## 时序热力图

适用场景：用于监控数据的周期性波动，适用于交通流量高峰预测等场景。注意事项：分析时需排除节假日等特殊因素的干扰，确保数据反映真实周期性规律。



## 热力图在水饮品类销售分析中的应用

### 点击热力图分析点击偏好

通过点击热力图，可直观了解用户对不同水饮商品的关注度和点击频率，从而优化水饮商品在页面的布局和展示方式。

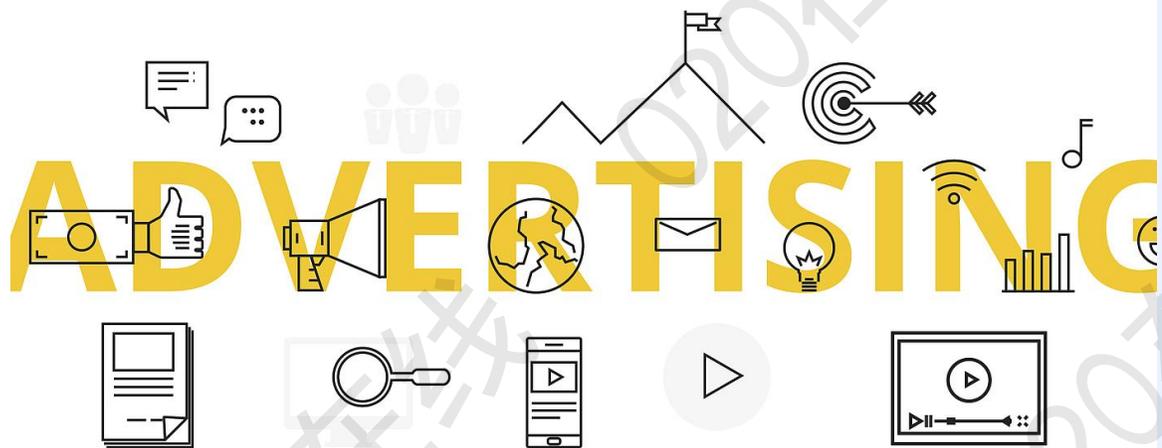
### 地理热力图了解销售热度

利用地理热力图，能清晰呈现不同地区水饮品类的销售热度差异，为水饮企业的市场拓展和资源分配提供参考。

### 滚动热力图优化内容展示

借助滚动热力图，分析用户对水饮品类相关内容的浏览深度，进而优化水饮商品介绍、促销活动等内容的排版和结构设计。

# 热力图在水饮品类销售分析中的应用



## 眼动热力图评估广告效果

运用眼动热力图，了解用户在浏览水饮广告时的视觉注意力分布，评估广告设计的有效性，提升广告吸引力和转化率。

## 时序热力图预测销售周期

通过时序热力图，分析水饮品类销售数据的周期性波动，提前规划库存管理和营销策略，以应对销售高峰和低谷。

ADVERTISING



03

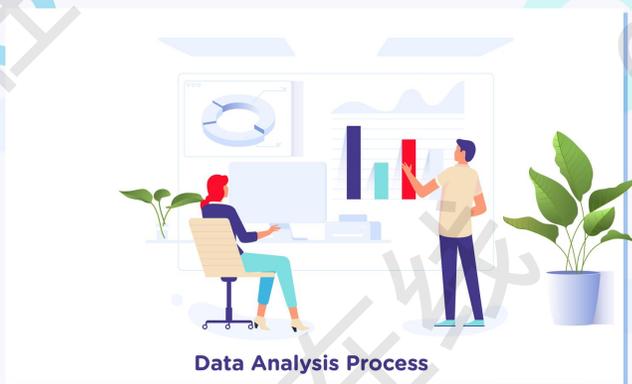
即时零售水饮品类销售热力图  
谱构建

# 数据采集与准备



## 数据来源

构建热力图谱所需的数据主要来源于即时零售平台的销售数据，涵盖水饮品类的销量、销售额、销售时间等信息；还有用户行为数据，如用户的点击、浏览、购买等行为记录。



## 数据清洗

对采集到的数据进行清洗，去除重复、错误、缺失的数据。例如，剔除异常的销售数据，避免其对分析结果产生干扰。



## 数据整理

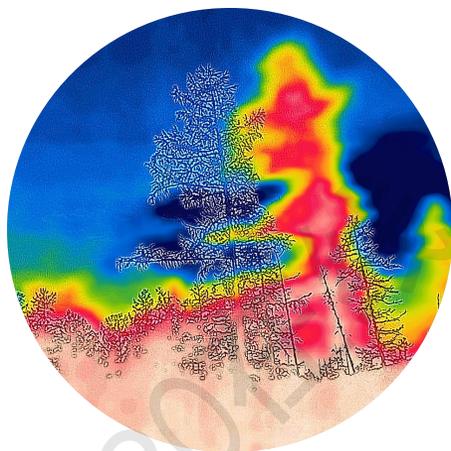
将清洗后的数据进行整理，按照一定的规则和格式进行分类和排序。比如，按时间、地区、水饮品类等维度进行整理，确保数据的准确性和可用性。

# 算法选择与模型建立



## 密度计算算法

可选择核密度估计 (KDE) 算法, 它能平滑数据点, 避免因数据点过于集中而导致的误判, 更准确地反映水饮品类销售数据的分布情况。



## 模式识别算法

采用DBSCAN算法自动识别热区边界, 用孤立森林算法定位反常识冷点, 通过这些算法发现水饮品类销售数据中的隐藏模式和异常点。



## 分析模型建立

根据水饮品类的特点, 如季节性需求、不同品牌的市场份额等, 结合所选算法建立合适的分析模型, 以深入挖掘数据背后的规律。

# 热力图谱的可视化呈现



## 颜色编码选择

选择合适的颜色编码增强热力图谱的可读性，避免使用可能导致误解的颜色组合。优先遵循WCAG 2.1标准，选择色盲友好型调色板。



## 图表样式调整

根据实际需求对热力图的颜色范围、图例、标题等进行调整，确保图表信息清晰易读。例如，合理设置颜色的深浅来表示数据的大小或密度。



## 可视化效果优化

通过调整图表的布局、字体大小等细节，进一步优化热力图谱的可视化效果，使其更直观地展示水饮品类类的销售情况。

04

即时零售水饮品类销售热力图  
谱分析

# 宏观趋势分析

## 01

### 不同时间段销售热度变化

通过热力图谱可看出，即时零售水饮品类在夏季等高温时段销售热度明显提升。如2025年夏季，京东超市电解质水销量同比激增150%。此外，赛事期间也是销售高峰期，欧洲杯夜间赛程拉动后半夜（0 - 5点）冰杯外卖量同比增长10倍。

## 02

### 不同地区销售热度变化

不同地区的水饮销售热度存在差异。一些高温地区或人口密集的城市，水饮销售热度较高。例如在全国多地遭遇持续高温，部分地区气温突破40°C时，当地即时零售水饮品类销售显著提升。

## 03

### 销售高峰期与热点区域总结

综合来看，夏季、赛事期间为销售高峰期；高温地区、人口密集城市为热点区域。企业可在这些时段和区域加大库存和营销投入。

# 微观异常分析

## 特定商品在特定地区异常销售

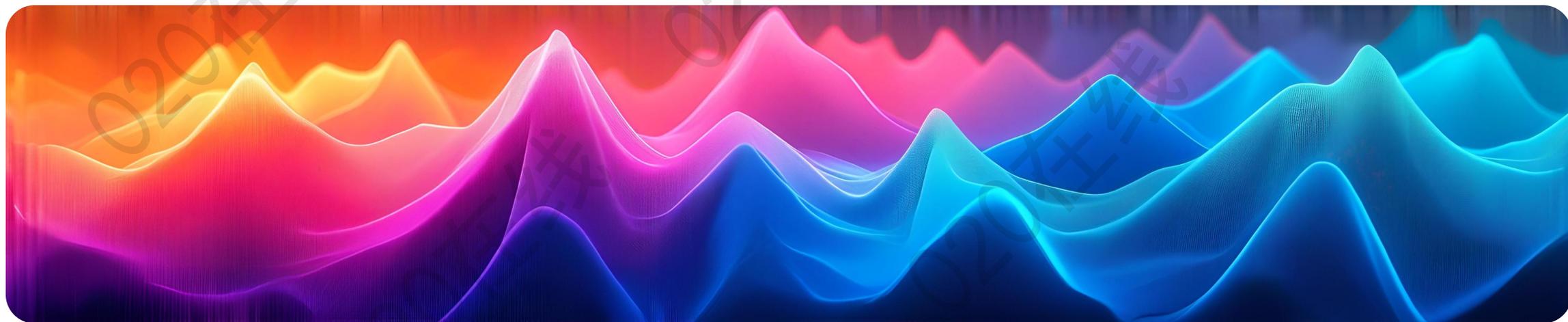
某些特定水饮商品在特定地区可能出现异常销售情况。比如在一些旅游景区，特色水饮的销量可能远超其他地区。可能是因为景区游客对特色商品的需求较大。

## 特定商品在特定时间段异常销售

特定时间段也会出现异常销售。如在某个节日期间，某款限量版水饮的销量突然大增。这可能是由于节日氛围和促销活动的影响。

## 异常销售原因分析

异常销售背后的原因主要包括当地消费习惯、特殊事件、促销活动等。企业需深入分析这些原因，以便调整营销策略。



# 变量间隐性关联分析



## 与天气的隐性关联

天气对水饮品类销售影响显著。高温天气会促使水饮销量大幅增加，如2025年大暑期间，饿了么平台冰杯订单量同比上涨350%。企业可根据天气预报提前做好库存和营销准备。



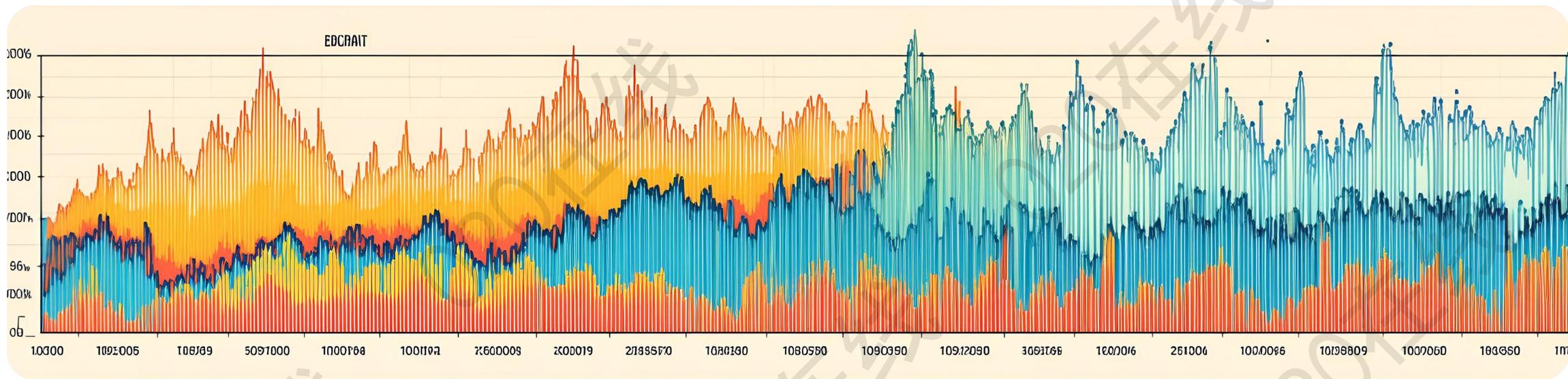
## 与赛事的隐性关联

赛事期间水饮销售也会出现明显增长。欧洲杯夜间赛程拉动后半夜美食需求，冰杯外卖量同比增长10倍。企业可针对赛事进行精准营销。



## 与促销活动的隐性关联

促销活动能有效提升水饮销量。可口可乐通过在美团闪购开展商品活动，实现了即时零售运营的闭环管理，活动期间销售增速高达70%+。企业应合理规划促销活动。



## 不同水饮品类销售对比分析

### 电解质水销售情况

电解质水在即时零售中需求显著提升。2025年夏季，京东超市电解质水销量同比激增150%，非运动时段消费占比高达65%。外星人电解质水凭借科学配方和多元化产品矩阵，市场份额快速提升。

### 包装水销售情况

包装水市场对于即时零售的依赖在加强。即时零售能满足消费者“快”的需求，增强品牌黏性。但市场竞争激烈，各品牌需优化供应链提升本地化服务能力。

# 不同水饮品类销售对比分析



## 饮料销售情况

饮料品类丰富，不同类型饮料销售情况受多种因素影响。如在赛事期间，冰杯等饮料销量大增。企业需根据不同饮料特点和市场需求制定营销策略。



## 各品类优势、劣势与市场竞争态势

电解质水优势在于功能差异化，劣势在于市场教育成本较高；包装水优势是需求稳定，劣势是竞争激烈；饮料优势是品类丰富，劣势是受季节和潮流影响大。各品类竞争激烈，企业需不断创新和优化。

05

案例分析：可口可乐即时零售  
水饮品类销售

# 可口可乐与美团闪购的合作背景

01

## 即时零售发展趋势推动

随着即时零售日趋普及，销量、规模逼近现代电商领域。2024年中国即时零售规模达7800亿元，同比增长20.0%，预计2030年将突破2万亿元。水饮品类成为即时零售重要赛道，双方合作顺应此趋势。

02

## 满足消费者多元需求

消费者对水饮品类需求丰富多样，既对网红商品有诉求，也会关注区域特定商品。可口可乐与美团闪购合作，可丰富门店产品，满足消费者随时随地的消费需求。

03

## 双方优势互补目标一致

可口可乐有强大分销体系，美团闪购有线上数字化运营工具和众多覆盖门店。双方共同目标是提升线下渠道商品覆盖与供给，提升品牌曝光与商品动销。

# 可口可乐即时零售销售热力图谱展示



## 销售热点区域分析

通过热力图谱可清晰看到可口可乐在即时零售中的销售热点区域，如在人口密集的城市中心、商业繁华地段等销量较高，反映出这些区域消费者对可口可乐的即时消费需求旺盛。



## 销售高峰时间段洞察

分析热力图谱能发现销售高峰时间段，例如夏季的午后、晚上娱乐时段等，这些时段消费者对饮料的即时需求大增，可口可乐的销量也随之达到高峰。



## 不同场景销售情况

在不同场景下，如赛事期间、聚会场合等，可口可乐的销售情况在热力图谱上也有明显体现，这些场景会刺激消费者的即时购买欲望，带动销量增长。

# 可口可乐销售策略分析与启示

01

## 商品供给优化策略

可口可乐通过美团闪购的线上数字化运营工具洞察商品供给优化机会点，以河南省为试点，推动重点门店100%上翻，满足消费者需求，提升了商品覆盖与供给。启示其他水饮品牌要利用平台工具精准优化商品供给。

02

## 品牌推广策略

双方联动开展商品活动，提升品牌曝光与商品动销。可口可乐借助美团闪购的平台优势，扩大品牌影响力。其他水饮品牌可借鉴此模式，通过与平台合作开展营销活动推广品牌。

03

## 全链路闭环运营经验

可口可乐与美团闪购形成了品牌、商品、渠道销售全链路闭环，在消费者体验端打造良好品牌形象，实现销售高增长。其他水饮品牌应注重全链路运营，提升整体运营效率和消费者满意度。

06

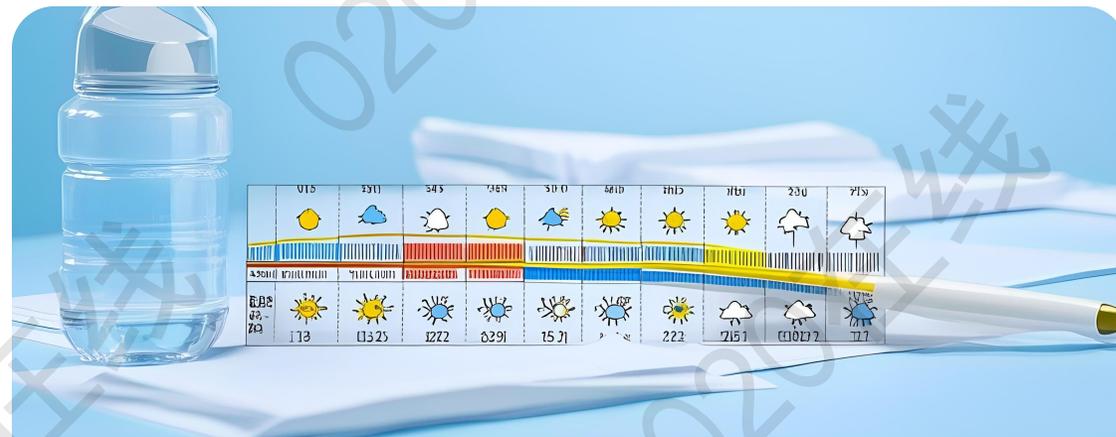
即时零售水饮品类销售的挑战  
与机遇

# 面临的挑战



## 配送成本居高不下

即时零售追求短时间送达，对配送时效性要求极高，这使得配送成本成为一大难题。为实现快速配送，平台需投入大量人力、物力，导致成本增加。例如，在订单高峰期，可能需要额外聘请骑手，进一步拉高了成本。



## 库存管理难度增大

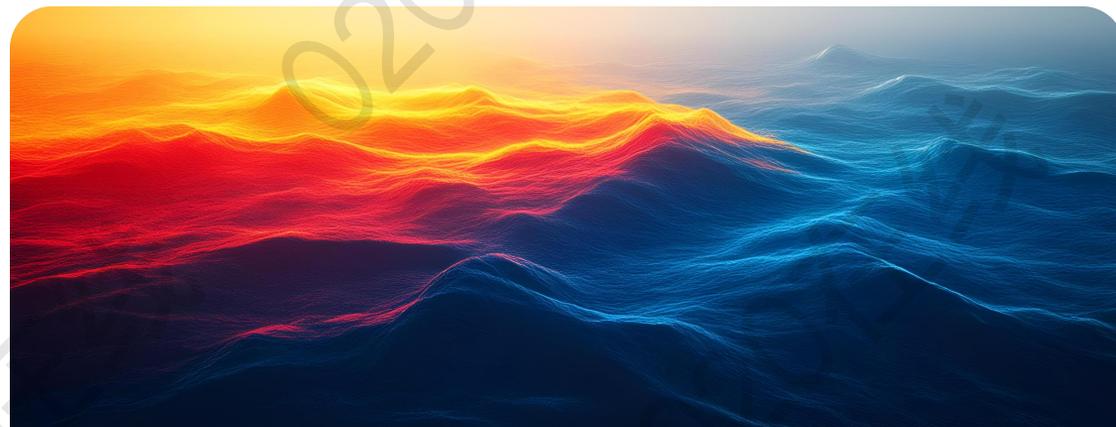
水饮品类需求波动大，受季节、天气、促销活动等因素影响明显，准确预测需求十分困难。库存过多会造成积压浪费，增加仓储成本；库存过少又无法满足消费者需求，影响销售和品牌形象。如夏季高温时，水饮需求激增，若库存不足，将错失销售良机。

# 面临的挑战



## 市场竞争异常激烈

众多电商巨头纷纷入局即时零售市场，竞争白热化。各平台不仅比拼履约速度和SKU数量，还通过补贴、营销等手段吸引消费者。如“618”期间，各平台投入大量资金和资源展开竞争，导致市场竞争压力巨大。



## 平台补贴逐渐减少

有消费者发现“补贴的外卖券不如此前来得猛烈了”，补贴减少会使商品价格优势降低，对消费者的吸引力减弱，进而影响订单量和销售额。

# 面临的挑战

## 平台运力偶尔吃紧

部分消费者吐槽平台偶尔会运力吃紧，担心等外卖时间变长。这会降低消费者的购物体验，导致消费者流失，影响水饮品类的销售。



# 潜在的机遇



## 消费需求升级

消费者对时效性的要求更加“常态化”，对生活便利性和品质感有了双重诉求。即时零售能够精准响应并即时满足用户的真实需求，如天气变热或赛事期间，即时零售平台的饮料销量会显著增长。2024年大暑期间，饿了么平台冰杯订单量同比上涨350%。



## 技术创新提升效率

电商平台通过技术迭代和物流基建完善，大幅降低履约成本，提升覆盖密度，支撑起“小时达”甚至“分钟达”的服务能力。如AI精准预测需求、动态定价优化库存等技术，可提高运营效率，为水饮品类销售带来机遇。

# 潜在的机遇

## 多业态协同发展

多业态协同发展已成为各大电商平台竞争的核心。例如，淘宝天猫C2C/B2C的电商业务、饿了么的餐饮外卖、飞猪的本地生活业务，以及即时零售业务将形成更加高效的协同效应，为水饮品类创造更多销售场景和机会。

## 挖掘细分场景需求

电商平台可挖掘细分场景，如夜宵、宠物即时需求，推出差异化服务。针对水饮品类，可根据不同场景推出相应的产品组合，满足消费者多样化需求。



# 潜在的机遇



## 开放生态赋能中小商家

平台开放生态赋能中小商家，降低接入门槛，可丰富水饮品类的供给，为消费者提供更多选择，促进销售增长。

07

即时零售水饮品类销售的策略  
建议

# 基于热力图谱的精准营销



## 热点区域精准推广

依据热力图谱找出销售热点区域，针对这些区域加大营销资源投入。例如在高温催生电解质水需求大增的时期，对需求旺盛的区域重点投放广告，提高品牌曝光度，促进产品销售。



## 目标客户群体营销

通过热力图谱分析确定目标客户群体特征，制定个性化营销策略。如针对办公室场景消费占比较高的情况，可向办公人群推送定制化的促销活动，提高客户转化率。



## 商品组合优化

结合热力图谱反映的不同场景需求，优化商品组合。比如在赛事期间，将饮料、冰杯等商品进行组合销售，满足消费者的一站式需求，提升销售额。

# 供应链优化策略



## 提高库存管理效率

利用数据分析和预测技术，根据热力图谱反映的销售趋势，合理调整库存水平。如对于动销慢的商品，减少库存积压；对于需求旺盛的商品，增加库存储备，降低缺货风险。



## 加强与供应商的合作

与供应商建立紧密的合作关系，实现信息共享和协同运作。例如共同制定补货计划，确保商品及时供应，提高供应链的响应速度。



## 提升配送服务质量

优化配送路线和配送时间，提高配送效率。如采用即时配送体系，确保商品在30分钟内送达，提升消费者的购物体验。

# 技术创新与应用



## 订单管理技术投入

加大在订单管理系统的技术投入，实现订单的自动化处理和实时跟踪。例如通过系统自动分配订单，提高订单处理效率，减少人工错误。



## 智能客服系统升级

引入智能客服技术，为消费者提供及时、准确的服务。如利用人工智能客服解答常见问题，提高客户满意度，降低客服成本。



## 物流追踪技术应用

应用物流追踪技术，让消费者实时了解商品的配送状态。例如通过手机APP推送物流信息，增强消费者的购物安全感和信任度。

08

即时零售水饮品类销售的未来趋势



## 市场规模预测

### 当前市场规模基础

据商务部课题组测算，2024年中国即时零售规模达7800亿元，同比增长20.0%，占网络零售额的4.2%。水饮品类作为即时零售重要品类，也随整体市场增长。

### 未来规模增长预测

预计2030年即时零售规模将突破2万亿元。随着即时零售市场扩大，水饮品类市场规模也将同步增长，其增长潜力巨大。

### 增长潜力分析

即时零售以其高时效性满足消费者即时需求，水饮作为高频消费品，在即时零售渠道需求旺盛。消费者对即时获取水饮的需求增加，将推动水饮品类市场规模持续扩大。

# 消费趋势变化



## 健康需求增加

消费者对健康关注度提升，对水饮产品健康属性要求提高。如外星人电解质水0糖版本不含蔗糖，添加维生素E与维生素B6，满足特殊人群健康需求。

## 个性化需求凸显

消费者追求个性化，水饮产品也呈现多样化。脉动有七种果味，满足多元需求，体现个性化趋势。

## 消费场景多元化

京东超市数据显示，2025年夏季电解质水非运动时段消费占比高达65%，办公室、通勤、户外活动等场景成为核心消费场景，消费场景更加多元化。

# 行业竞争格局演变



## 电商平台竞争加剧

2025年“618”电商大战，京东、淘宝、美团等电商巨头纷纷投入大量资金和资源竞争即时零售市场。如京东外卖日订单量突破2500万单，淘宝闪购联合饿了么日订单数量突破6000万，美团日单量持续破9000万。



## 品牌差异化竞争

各水饮品牌通过产品创新、精准定位实现差异化竞争。外星人电解质水凭借科学配方和多元化产品矩阵突围；健力宝提出“天然等渗5个0”概念，形成差异化优势。



## 多业态协同竞争

电商平台多业态协同发展成为竞争核心。如淘宝天猫C2C/B2C电商业务、饿了么餐饮外卖、飞猪本地生活业务及即时零售业务协同，阿里从电商平台升级为大消费平台。