

香港COD物流专线 跨境COD物流专线

产品名称	香港COD物流专线 跨境COD物流专线
公司名称	深圳浩亿达国际物流有限公司
价格	7.00/kg
规格参数	跨境电商:COD小包 跨境电商:COD物流 跨境电商:物流专线
公司地址	深圳市宝安区福海街道塘尾社区凤塘大道福洪工业区讯源智创谷1栋102
联系电话	15874277716 15874277716

产品详情

本地生活真正的红利在哪里

此次饿了么和抖音的合作，其服务模式被双方描述为“即看、即点、即达”。

此前在本地生活服务领域，“即看”和“即点即达”分布在不同平台——以抖音为代表的平台更多提供“线上种草-团购订单-线下核销”的链路，背后基于优质内容，实现基于用户位置的本地内容和本地供给匹配；而包括饿了么在内的外卖服务平台则立足于“线上点单-线下即时配送”的服务链路。

从这个意义上说，如果仅仅把“即看、即点、即达”理解为流量交换，并不足以表述这个多商业链路协同的价值升级。抖音的长板在于海量的UGC优质内容、高效的内容分发推荐机制、以及高粘性客户群；饿了么的长板在于海量的优质商家和商品供给（尤其是餐饮）、完善的本地即时电商交

易服务能力、以及强大的局域物流履约能力网络。

对消费者而言，“即看、即点、即达”让消费者从内容种草到点单拔草的路径更畅通无阻，被优质内容激发的消费意愿可以即刻转化为简单便捷的消费体验，与此同时，更多商家也将从中收获更加直接、显著的增长空间，商家视频化内容运营将获得一条真正顺畅而直接的变现通路。

如果这样的服务体系完整实现，对本地生活行业而言，毫无疑问将是一次全局意义上的创新升级，也是可预期的真正红利所在。

看着视频，即刻点单就即刻收到外卖，甚至是看着直播种了草，直播还没结束外卖已经送到——当行业的天花板被提高，就给商家留出了可以发挥主观能动性和创造力的突破空间。在这些体验催生的过程中，本地商家也必将抓住新的机会风口，同步升级和创新服务。

“这是一项很高的体验要求，背后依赖饿了么和抖音双方在技术能力、商品供给能力和局域物流能力上的三重支撑。”有媒体分析认为。

03

突破闭环

本地生活相关的互联网平台如何逐渐摆脱低效、内卷的补贴依赖型发展模式，转而通过更好的商品供给和服务，更多的生态协同，带动消费体验的更大提升，后赢得更稳更好的高质量增长。饿了么和抖音的合作如能顺利推进，或将成为范例之一。

在过去的互联网发展历程中，建立闭环是一条众人都默认的规条，背后的真正逻辑是商业效率的大

化和服务体验的确定性。然而互联网发展到，消费行为已经事实上跨平台进行了，商家的运营也越来越需要多平台多环节并进，因此，突破闭环思维，通过多平台协同找到消费体验的优解、商家支持的优解，或将是考验互联网平台能否实现价值跃迁的关键。

本地生活市场的潜力需要新服务模式的释放。据艾瑞咨询数据，2020年中国本地生活服务市场规模为19.5万亿元，到2025年这一数字将会增长为35.3万亿元，年复合增长率达12.6%；同时，随着线上餐饮、线上团购等更多新场景的拓宽，本地生活服务的线上渗透率也将大幅增长，2025年预计将增长至30.8%。

与此对应，以餐饮企业为主体的本地生活商家的数字化水平尽管在加速，但根据红餐品牌研究院调研显示，仍然只有约28.0%的受访餐企表示有采取数字化运营手段。

通过数字化服务，帮助商户实现更低成本、更高受益的运营，如果更多本地生活行业玩家的加入，带来这方面竞争的高企，这才是行业真正的红利所在。

在双方合作的官宣中，抖音集团CEO张楠表示，希望通过与饿了么的合作，“为用户带来更丰富多元的信息、商品和服务”；而阿里本地生活服务公司CEO俞永福则表示，“相信合作将进一步提升商家数字化经营能力，为消费者带来本地生活服务新体验，为全行业的升级发展带来新空间”。

尤其是一段“双方一致认为”的表述说，“此次合作是双方共同探索未来、携手顺应商家数字化经营需求的重要一步，也将助力广大中小商家进一步提升经营效率，为实体经济发展添砖加瓦”。饿了么和抖音能否真正地做到这，我们等着看。