168飞艇开奖官网开奖

EMCm7DuGMf9IBRLV

168飞艇开奖官网开奖京东大战美团，库迪赢麻了

京东挑战美团，第一战略目标是冲单量。

谁能想到，京东和美团这场外卖大战，赢麻的居然是卖咖啡奶茶的。

以前我以为饮料大战，打到九块九这个价格，已经是很离谱了，但是现在在京东，一杯库迪生椰拿铁，只卖3块9，古茗的百香双重奏，只要4块8，书亦烧仙草的茉莉奶绿也只要3块8。

蜜雪冰城甚至出现了到手价1元的饮料，恐怕雪王自己都难以想象。

美团这边，也祭出了「瑞幸7.9元配送到家」和「霸王茶姬23元双杯」，跟京东针尖对麦芒。

要知道，这个价格可不是门店自取，是送到家的外卖。

于是这几天，在恐怖的低价面前，饮料商家们纷纷爆单。

许多库迪加盟商出来表示，自从外卖大战打响，它们的单店杯量就翻了一番，多的能达到单店一天800杯，少的也有四五百杯，负责打咖啡的店员忙得一分钟都停不下来。

而这些多出来的订单，大部分都来自京东外卖。

数据也显示，截至4月23号，库迪在京东的月销量就已经突破了3000万单，另外，古茗的月销量也突破了700万单。

这期内容，我们来聊聊，为什么京东大战美团外卖，奶茶和咖啡赢麻了。

01

先说库迪为代表的咖啡和奶茶品牌们。

它们自然是要开香槟庆贺了。

在这场外卖大战之前，现制饮料行业其实已经进入了漫长而无聊的垃圾时间。

库迪没能撼动瑞幸，雪王一家独大，古茗、茶百道、霸王茶姬只能争一争老二，市场格局差不多就快定下来了。

资本和加盟商的钱都烧不动了，九块九就是一个平衡点了，门店数也密得不能再密了。再卷下去，大家都赚不到钱。

但京东的入局，相当于给了这场饮料战争一个全新的变量，给所有玩家灌了一大口十全大补汤，对着整个行业喊了一句：

老王，加时了！

于是，那些奶茶品牌，尤其是还没有拿到行业老大位置的大玩家们，又开始动起了心思。想借着京东这个新渠道，看看有没有机会逆袭。

要知道这次京东对美团发起冲锋，各种大额补贴和免佣金，完全是平台买单，商家不需要为补贴支出任何费用。原先九块九这个平衡点，就这么轻易地被打破了，各种三五块一杯的饮料在京东上铺天盖地。

有东哥这个恩公出钱，商家什么都不用做，在家里躺着，翻倍的订单量就从天而降砸到头上。

在那些不甘寂寞的老二品牌们看来，这是天赐良机啊。订单量大了，原先亏钱的加盟商能赚到钱了，原本已经很密集的门店数，就又可以再增长一倍。

库迪又能挑战瑞幸了，古茗霸王茶姬和茶百道又能多方混战了，品牌们又能多赚一笔加盟费、管理服务费和原材料费。

这是一个所有人都获得幸福，只有东哥钱包受伤的世界啊。

让我们说：谢谢东哥。

但东哥真的就是这么个燃烧自己，照亮整个行业的大善人吗？

不，京东有自己的考量。

京东挑战美团，第一战略目标是冲单量，或者说是订单密度。

订单密度大了，骑手跑一趟能带的订单就多，既能把骑手的运力用到极限，也能降低他们的工作难度，让他们赚到更多的佣金，更能摊薄平台的运营成本。

02

美团当年能打掉饿了么，靠的就是更大规模的单量，以及更强的算法优化骑手的送货路径，让他们每一趟能配送更多的外卖。

后来美团重点投入拼好饭，不惜牺牲利润，也要保证把单量冲高。

可以说，单量，是外卖市场最重要的指标，没有之一。至于每一单的客单价，以及每一单能不能少亏一点，都是次要的。

而京东外卖在冲单量这个任务上，完成得很好。过去2个月爆发式增长，每日订单量已经冲到1000万左右，拿下10%的市场份额了，相当于三分之一饿了么。

为了完成这个目标，必须把战略重心放到饮品咖啡赛道上来。

为啥是饮品？

首先是高频，这个就不用多说了。

其次是客单价低，原先就都是九块九一杯，平台再出点血，稍微一补贴，就能达到三四块，坐一趟地铁的钱罢了。大家购买起来毫无门槛，订单量刷刷刷的就拉上去了。

想想看，同样的补贴给到正餐外卖，25钱的外卖打到18块，能有这么好的效果吗？很难的啦。

第三就是消费弹性大。咖啡奶茶不占肚子，原本大家可能一天一杯，有了补贴换成一天两杯，对大多数人也没啥负担。不像快餐，哪怕你再补贴，一日三餐就是一日三餐，不太可能为了一点补贴改成一日四餐。

最后，也是最重要的一点，连锁化率高。谈下一个库迪，就一口气能引进覆盖全国一万多家门店。谈下一个古茗，也是一口气引进几千万家门店。很多本地小型奶茶咖啡品牌，在单一城市也可能有数十家甚至上百家连锁店。

连锁化率高，就能让京东以最快的速度，最低的商务拓展成本，大量引入商家。

去年，京东开始试水外卖，「秒送」频道上线的第一个板块就是咖啡奶茶。京东外卖的首月爆单榜，TOP5分别是瑞幸、库迪、古茗、茶百道和霸王茶姬，被卖甜水的公司包圆。

到了今年，京东启动「品质堂食商家招募计划」，给各大饮料品牌免佣金，一口气吸引了200家小型茶饮品牌入驻。

而这一切的结果就是，现在的京东外卖，几乎就是一个奶茶启动器。

我按照现有的数据，做个非常粗糙的估计。

京东外卖每日订单量1000万单，那么月订单量至少3亿单，而光是那两三个饮品品牌，每月就要创造接近5000万个订单，那么我估计整体饮品市场，恐怕每个月能创造一亿订单。

这个平台，三分之一的订单量都靠饮品撑起来。

可见咱们东哥是真的是很偏爱咖啡奶茶了。

03

所以说，京东这次挑战美团外卖，之所以能引发全民关注，不止是因为互联网行业已经很久没有这种大规模的商战了；更重要的是，这场大战的外溢效应非常剧烈，直接受影响的餐饮行业，又是真正的百万漕工衣食所系，与每个人的日常生活切身相关。

而在肉眼可见的未来几个月，美团一定不会坐以待毙，一定会拿出更大力度的补贴向京东发起反击，饿了么也不会坐等「老大和老三打架，老二死了」这样的剧情上演，补贴必然也是在路上了。

随着天气日渐转热，饮品市场真正的旺季即将到来，这场外卖大战注定会裹挟更多的商家，海量的资本和补贴。

作为消费者，我只想说：撕得好，再撕响些！

关注IC实验室视频号

B站：IC实验室

微博：IC实验室

公众号：IC实验室

全网同名，欢迎来撩？

商业世界的有趣就在这里。

关注大众消费，互联网商业和流行文化，分享拙见与观察。

澳洲幸运10冠军人工计划专业的

幸运5怎么玩赢钱几率大

澳洲幸运10群实力群

澳洲10的计划

澳洲幸运10十句口诀

绝密公式算单双准确率99

澳洲5开奖官网168

澳洲幸运10精准计划走风冠军位

澳洲幸运8开奖最新纪录

澳洲幸运10六码计划

168飞艇官网开奖结果记录数据

极速赛车计划数据大全

澳洲幸运10有没有公式算出下把出啥

导师带计划赚钱一对一回本

澳洲幸运10全天计划精准版软件特色

168幸运飞开艇官网开奖记录

澳洲幸运5开奖官网开奖168

168飞艇免费计划入口

168澳洲5开奖结果历史