



传媒互联网行业周报：美团优选品牌定位调整 字节跳动变更集团 LOGO



走势概览:

本周 (2022.10.10-2022.10.14), SW 传媒板块指数上涨 2.30%, 上证指数上涨 1.57%, 恒生科技指数下跌 9.41%, 恒生中国企业指数下跌 7.33%, 恒生指数下跌 6.50%, 纳斯达克中国科技股指数下跌 10.32%。

重点事件跟踪:

【美团优选品牌调整为明日达超市】10 月 11 日, 据美团优选官方公众号发布文章称, 其社区团购品牌美团优选品牌定位调整为 “明日达超市”, 品牌宣传语由 “便宜有好货” 调整为 “真的真的省”。

点评:

美团优选品牌定位调整, 显示公司将加强下沉市场开拓。从消费者角度, 美团优选当下定位社区, 采取每天以社区为单位将用户购物需求汇总给团长, 用户在第二天到团长处自提。而在实际业务拓展中, 美团优选已经覆盖国内超过 2000 多市县, 其中有相当比例的自提点在乡镇等下沉市场, 社区氛围相对较弱。相比 “美团优选”, “明日达超市” 新品牌定位淡化社区, 强调超市, 对下沉市场的消费者而言, 更为明晰和接地气。另一方面, 下沉零售市场空间广阔。根据弗若斯特沙利文报告, 下沉零售市场规模已由 2015 年的 9.9 万亿元增至 2020 年的 15.1 万亿元, 复合年增长率为 8.8%, 预期 2025 年下沉零售市场将达到 20.6 万亿元。我们认为, 本次美团优选品牌升级, 意味公司将加强县乡镇等下沉零售市场的开拓,

满足下沉市场的消费者买到便宜、优质的产品的需求。

社区团购模式或能解决下沉市场最后一公里配送难题。国内下沉市场零售市场目前仍然存在数字化水平偏低，运输和物流基础设施欠发达，交付成本高且经常延误等问题，最后一公里配送仍是巨大的挑战。当前，美团优选在已经开拓的县域市场，主要采取代理商模式，由代理商负责团长招募、团长运营、网格站建设；美团优选负责物流网络和供应商召集等工作。我们认为，美团优选“预购+次日自提”的模式，相比天猫超市、京东超市等竞争对手，进一步靠近用户，缩短用户取件距离，成为解决下沉市场最后一公里配送方案之一；另一方面，随着美团优选业务规模的进一步扩张，将吸引更多品牌入驻美团优选，供应链中上游的物流网络规模效应也将进一步增强。

行业其他重点动态：

腾讯推出社交 App “喵更”，定位年轻化潮流表达社区；字节跳动变更集团 LOGO。

风险提示：宏观经济波动、行业竞争加剧、政策监管变化等。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_47451

