

# 2021年新动力3C大奖评选揭晓

## 年度创新力量奖

阿里巴巴



**获奖理由:**12月21日,阿里巴巴集团宣布,阿里巴巴集团承诺到2030年实现范围1和范围21的碳中和,并以2020年的水平为基准,为范围32设定了到2030年碳强度降低50%的目标。阿里云将肩负更高的范围3目标,力图到2030年实现三个范围的碳中和。阿里巴巴表示将利用作为平台运营商的独特影响力,动员中国以至全球的消费者、商家及合作伙伴采取行动、改变行为,实现到2035年减碳15亿吨的全新“范围3+”目标。

阿里巴巴1999年9月10日成立,20多年来,阿里巴巴已由一家电子商务公司彻底蜕变为以技术驱动,包含数字商业、智慧物流、云计算、人地关系文化娱乐等场景的平台,服务数以亿计的消费者和数千万的中小企业。阿里巴巴致力于让天下没有难做的生意,开拓数字经济时代的商业基础设施,助力消费市场繁荣,推动各行各业走向数字化、智能化。

美团无人机配送



**获奖理由:**2017年,美团启动了无人机配送服务的探索。目前,美团已经初步完成了飞行器、地面设备及无人机交通管理系统的研发工作,其中90%以上部件为纯自研,合力打造一个全场景、全天候的城市低空物流网络。今年初,美团无人机已经在深圳完成了首个面向真实用户的订单配送任务,并在其后的深圳疫情中为深圳南山区抗疫建立城市物资运送“空中通道”,给隔离区居民配送紧急物资。截至目前,美团无人机已在深圳落地7个社区,覆盖8000多户居民。

今年11月,美团与上海市合作正式启动全国首个城市低空物流运营示范中心,预计明年上半年会在上海市金山区开通面向真实用户场景的常态化试运营配送航线。商业合作方面,今年7月,美团无人机与万科深圳SIC超级总部中心完成无人机配送商圈试点示范合作签约。

拼多多



拼多多

**获奖理由:**拼多多基于开拓性的分布式人工智能“农地云拼”体系带动农产品大规模上行,让偏远地区的农产品突破传统流通模式的限制,直连全国大市场,盐源苹果、丹东草莓、永定蜜柚等农产品一跃成为消费者口中的“爆品”,也为乡村振兴找到了破解困局的密码。自2020年以来,拼多多在“三区三州”发起消费扶贫活动,有效打通贫困地区农产品上行通道,并培训出一批电商思维的新农人,助力偏远地区持续发展完善特色产业链。

2021年,拼多多宣布设立“百亿农研”专项,旨在面向农业及乡村的重大需求,不以商业价值和盈利为目的,致力于推动农业科技进步,科技普惠。近期,拼多多发布一项“农产品种植方法、装置、系统、设备及存储介质”专利,可实现温室种植的各类设备的自动控制,从而促进和提高作物的种植成果和种植效率。

美团优选



**获奖理由:**从疫情期间满足隔离群众日常生活所需,到兴起发展有序,以美团优选为代表的社区电商也在不断重塑消费新模式。“村里收、网上卖、产销旺”,农产品实现了产销直供。美团优选主要通过对末端消费者需求订单聚集,采取产地直供方式,促进产销对接,减少中间冗余环节成本,提升农产品供应链效率。在这样的农产品供应链下,很多农产品可以最快速度送达消费者,有效促进优质特色农产品上行,基本实现了“今天在树上,明天在路上,后天在餐桌上”的流通模式。

随着社区电商的普及向农村地区延伸触角,更多商品通过互联网直通乡村,也激发了广大乡村地区的消费潜力,持续释放内循环活力。科技和新商业模式的进步要满足人民群众对更美好生活的向往,消费者能从这种模式中获得更好的服务是美团优选价值最直接的体现。

唯品会



**获奖理由:**唯品会,作为一家专门做特卖的电商,它配备了超2000名的买手分布在全球各个地区,为消费者们提供更多的全球好物;它还有超1000人的品控团队,在背后保障消费者们到手商品的质量。除了有超多的买手,去保证源头和款式的新颖、流行。货品的质量,品控团队也非常用心。每个和唯品会合作的品牌,都必须通过唯品会独有的售前5道检验和售中3道检验。而品检员的职责就是通过这“售前售中8道检”中,认真排查不合格的商品,决不让有问题的产品流入消费者手中。

在电商发展初期,便宜几乎是电商的代名词。但现在,随着消费升级,消费者变得越来越“挑剔”,“货品好,服务好”成为基本要求。无论是环游世界的买手,还是阅遍无数大牌的品控,就像产品的风向标和守护神,将更好的产品和服务带给消费者,这才算得上是电商平台的高质量发展。

企业微信



**获奖理由:**从连接企业里的员工,到连接企业里的系统,再到连接微信端上的消费者,连接,给企业带来价值。这正是面世5年来,企业微信一直在做的同一件事——为创新和发展而连接。不论是索菲亚家居、五菱宏光还是大疆农业,企业微信正帮助各行各业的实体企业数字化转型,建立优化内部组织管理生态,深度连接终端客群,推动制造业迈向工业智造4.0;在政务端,企业微信致力打通政务服务“最后一公里”,帮助政府打破“信息孤岛”的难题,让“服务型政府”理念直达基层;在教育界,企业微信将师生、家长、学校、教育局各方紧密连接,为他们减负增能。

深耕5年,企业微信连接用户数超过4亿,包括企业、政务、教育、金融在内的各类真实企业与组织数超过550万。在数字技术与实体经济深度融合的数字化发展趋势下,企业微信所聚焦的“连接”,将创造出更大的价值。

## 年度最佳电商平台奖

唯品会



**获奖理由:**多元化的消费需求催生更多服务消费新业态,比如上门送货、货到付款、免费退换等,全面满足互联网消费用户的购物需求。而在服务体系升级中,唯品会不仅通过正品低价满足他们对商品高品质、低价格的性价比追求,还通过“一键免费上门退换货”“10天价格保护”等用户体验让消费用户感受全新的服务。免费上门换购服务就是唯品会走出的一条全新服务体系赛道,对于青睐“足不出户”购物的消费者来说,用手机就能“一键解决”商品的售后问题,无疑是便捷舒适的。而免费上门退换,更是将这份便捷进行了深化与放大。基于强化精细化运营服务,唯品会以打造差异化的服务提高用户粘性、复购率与好感度,驱动用户增长。

## 年度最佳生活服务平台奖

美团外卖



**获奖理由:**作为中国领先的生活服务电子商务平台,美团通过科技联结消费者和商户,为用户提供“吃住行游购娱”一站式服务,擦亮“食在广州”的美食招牌。随着疫情防控趋于常态化,美团外卖出台了一系列举措帮助广大外卖商家实现复苏。例如为了更好地帮助商户提升线上经营能力水平,美团外卖推出了“外卖管家服务”,向全国中小商家免费提供六大外卖运营服务。首期投入1.5亿元,为3万本地商户提供支持。此外,在冬季期间,美团外卖也与各地政府携手持续推出一系列惠民暖措。例如,在广州,美团外卖在广州市商务局的指导下,今年冬季在广州投入价值过亿元的惠民、暖企大礼包,大礼包涵盖商户扶持、用户消费红包、折扣优惠等多个方面。

## 年度创新营销奖

京东物流岭南荔枝节



**获奖理由:**京东物流是中国领先的技术驱动的供应链解决方案及物流服务商,以“技术驱动,引领全球高效流通和可持续发展”为使命,致力于成为全球最值得信赖的供应链基础设施服务商。乡村振兴之年,京东物流华南分公司从多方面助力产地果农,从商流到物流,从枝头到舌尖,从区域品牌化打造到销量提升。第二届岭南荔枝节期间,京东物流开发“京荔兵团”六大荔枝动漫IP形象,通过图像视觉、视频、表情包、衍生礼品等趣味性内容,获取行业更多关注点;内部联动京东生鲜、京东超市京喜等资源,外部联动新快网、国民IP阿狸、户外广告牌进行品牌曝光。通过以荔枝产业带动乡村振兴,获得多家省厅级政府部门支持,落地30多场活动,项目最终曝光人次11.7亿+。