

助力实体新玩法，万物皆可外卖

即时零售“双11”露锋芒 直播购物“小时达”

探“十万+”爆款
寻功能新密码

文/羊城晚报记者 沈钊
图/受访者提供

这个“双11”，在广州工作的“90后”王先生没有在传统的电商平台上流连，而是通过外卖平台下单，在Apple授权专营店购买了一台苹果手机；坐标深圳的杨先生，则在京东App上购买了一台Redmi Note12新机，仅用9分钟就由达达快送骑士送达……在这届“双11”，除了传统大戏“猫狗大战”以及新势力“拼抖快”积极入场外，线下实体也借力即时零售暗自发力。无论是美团跑腿为“双11”添把火，还是京东零售开启同城直播，都意味着即时零售在“双11”这样的电商大促中初露锋芒。



A

“双11”实现分钟级到货
“数码外卖”订单狂飙

近年来，消费者对“万物到家”的即时性需求全面提升，继餐饮外卖、超市百货等零售用品即时送达后，以同城取送、代买东西、帮办事为代表的个性化需求也在快速增长。

羊城晚报记者注意到，这种趋势在今年的“双11”中也得到了进一步体现。不用等待，不用预售，用“点外卖”方式“所见即所得”，看直播购物实现“小时达”成为今年“双11”新景象。

不久前，罗永浩化身美团外卖特约骑手的广告在朋友圈刷屏，同时也登上了微博热搜。这意味着在今年的“双11”，以美团外卖为代表的即时零售平台真正加入到电商狂欢当中。

“在朋友圈刷到了老罗送手

机的广告，发现美团‘双11’买手机有优惠，而且还不用蹲点，不用算乱七八糟的满减、凑单，优惠还不错。”在北京工作的“90后”肖先生，用美团外卖买了一台手机，“公司3公里左右就有家Apple授权店，不到30分钟就送到了。”

实际上，通过“点外卖”过“双11”，也确实成了许多年轻消费者的首选。数据显示，今年美团上参与“双11”的数码3C门店数量，同比去年增长2倍，订单交易额同比去年增长13倍，手机、笔记本、平板电脑成最受欢迎商品。其中，手机销量同比增长13倍，笔记本电脑销量同比增长73倍，耳机、音箱品类同比增长超5.9倍。

B

同城直播发力
“即要即买即得”

而另一边，坐拥“双11”主场优势的巨头京东，也不会任由竞争对手瓜分即时零售的市场份额。今年，京东推出了城市生活节，京东到家、京东小时购联合全国超20万线下实体门店，为超过1800个县区市的消费者提供即时零售服务。

与美团“3C数码”为主的切口不同，京东通过“全品类小时达”带动了“双11”开门红的全面热销。数据显示，11月10日晚8点，“双11”开场仅10分钟，全国已收到订单中的小时购用户数同比翻倍增长。其中鸡肉类销售额同比去年增长6倍，白酒类销售额较去年同比增长超5倍，服饰配件、婴儿喂养用品销售额同比去年增长超4倍，美妆产品中面霜类销售额同比去年增长3.7倍，3C数码产品中游戏本销售额较去年同比增长290%。依托超6万众包拣货员和数十万达达活跃骑士组成的履约配送网络，全国超1800多个县区的消费者都能体验到京东到家、京东小时购所提供的分钟级收货的购物体验。

值得一提的是，京东今年还重点发力同城直播，直播流量可精准导入本地品牌直播间，覆盖门店周边的用户客群，让消费者收获“即要即买即得”的直播体验。换言之，广大消费者期盼的那种“看直播、被种草、下单购物、小时送上门”的购物体验正在被实现。



巨头跨界合作释放新信号
即配行业迎转型生长期

实际上，即时零售这条道路上，奔跑的远不止美团与京东。今年8月19日，饿了么和抖音共同宣布达成战略合作，携手探索本地生活服务的新场景升级。饿了么基于抖音开放平台，以小程序为载体，助力数百万商家为抖音用户提供从内容种草、在线订单到即时配送的本地生活服务新体验。

这些行业巨头的跨界合作，释放了新的信号——即配行业正在迎来行业发展的转型生长期，位居全渠道第一。

D

携手线下实体
即时零售重新定义“双11”？

而实体零售行业近期的动作与数据也与报告的观点形成了佐证：10月21日，苏宁易购首批175个城市600余家门店入驻美团，消费者可以通过外卖跑腿的形式，在苏宁易购商城上购买手机、电脑、生活家电等近3000个SKU的产品，有苏宁易购门店员表示：“今年‘双11’这几天，店内有近30%手机订单是外卖卖出去的。”

京东小时达方面的数据显示：今年“双11”人人乐超市销售额同比增长3倍，中百仓储销售额同比增长220%。中百仓储线上业务负责人郭磊表示：“‘双11’一开始，我们就迎来了客流和订单的开门红，销售额涨得很快，店员们都更有干劲了。相信进入大促高峰期后，销售业绩还能更上一层楼。”

有观点认为，即时零售平台的加入，让线下实体商家也能参与到原属于线上品牌商家的购物狂欢中，拓展了“双11”的内涵和外延，重新定义和升级了“双11”。

对此，艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅对羊城晚报记者表示，今年美团“双11”试水即时零售，掀起的水花不算大，但是

这种直播购物小时达的全新消费体验，也正在推向更多消费群体。全球知名消费者研究公司凯度(Kantar)10月份发布的中国消费市场洞察报告《在快速变化的O2O赛道中驱动增长》指出，65%的快消品类在O2O上的增长幅度大于该品类在全渠道的增长幅度。其中，即时零售是该赛道增速亮眼的主要驱动力，截至今年7月15日，通过即时零售方式达成的销售额同比增长16%，位居全渠道第一。

这种业态、趋势非常值得关注。他认为，现在的年轻人对即时到货的需求越来越高，即时零售的发展前景广阔。“在未来即时零售的销售体系内，小店的线上销售占比可能会占70%，线下反而占比30%；未来3-5年内，即时零售会让传统个体工商户的人员构成发生根本性的改变，越来越多的年轻人尤其是大学生，会加入到即时零售这个行业中来。”

“即时零售在实体店的销售提升上起到了很好的推动作用，也有助于提升实体零售的数字化水平。”零售电商行业专家、百联咨询创始人庄韧则表示，在即时零售这个领域，美团与京东各有优势，其中美团坐拥全国数百万骑手，在即时配送服务履约能力方面优势明显，其用户规模更大、黏性更强、活跃度更高，但是美团仍然面临单店“浅库存”以及平台商品结构不稳定的困境；京东在配送方面与美团仍有差距，其优势在于拥有众多线下业态，能为消费者提供更多可选的SKU，同时京东还是沃尔玛和永辉超市的股东，能从更多的渠道触达即时零售的消费者。

专题 A5

2022年11月12日/星期六/经济新闻部主编/责编 李卉 / 美编 张江 / 校对 马曼婷

“从实体中来，到实体中去”

京东“以实助实”赋能实体经济高质量发展

文/沈钊 图/受访者提供

京东“双11”期间，近10000种农产品成交额超过10万元；近3成粮油、茶叶等初加工农产品实现了超过100%的增长，在成交额最高的100件商品中，超过50%是新品种。在消费者收获实实在在的幸福的同时，大量农户、制造业和农产品产业带商家及线下门店获得实实在在的增长，打造了实体经济高质量发展的重要增量场。

从20多年前中关村三尺柜台后的一家小企业，到现在拥有超40万名员工、超2600万平米仓库的新型实体经济企业，京东充分发挥自身的供应链优势，成为提升乡村产业能力、促进农民增收的新一代基础设施，同时也助力中小企业实现降本增效，助力产业带商家挖掘新的增长赛道。

“从实体中来，到实体中去。”京东零售CEO辛利军11月11日表示：“京东从成立伊始，就是实体经济的一份子。我们和伙伴们是了不起的实体经济的重要组成部分。我们期待并且相信实体经济一定能够更加了不起，所有实体经济中的工厂、农户、商家，这些实体伙伴都能更加了不起，带动经济的高质量发展。”



A. 数智供应链聚焦特色农业提质升级

四川盐边是国内芒果的优质产地之一，其盛产的晚熟芒果素有“海拔最高、纬度最北、成熟最晚、品质最优”之称，在竞争激烈的市场中久负盛名。但是多年以来，经营模式较为单一，治理手段少、销售渠道窄、附加价值低等问题一直阻碍着当地芒果产业发展。

这一困境在京东云来到盐边后被解决了。通过共建京东(盐边)乡村振兴示范园，精准对接供需两端，京东云在围绕盐边芒果及特色产业，从生产、加工、销售、品牌打造等多方面助力，在当地搭建起了乡村振兴芒果产业链。

服务电商平台，打响攀枝花芒果特色品牌。平台成立仅一月，合作企业已经超40家，商品种类由起初的7种增加至百余种。目前平台上已经实现线上销售额1200万，其中定制的芒果产品销售单价较原来提升了70%。

这种为区域企业提供“生产科技化、系统智能化、业务数据化、产品电商化”一站式服务的模式，是京东云依托于自身数智供应链，在长期持续助推特色农业产业链完善供应链、延伸产业链、提升价值链的过程中所总结出的一套解决方案。

素有“中国设施葡萄之乡”的河北饶阳也是这套解决方案的受益者。据了解，“饶阳葡萄”不仅被认定为国家地理标志农产品，更是被当地群众誉为致富奔小康的“黄金果”。

今年6月，京东云和饶阳县建立战略合作伙伴关系，在产供销一体化、葡萄产业孵化、数字乡村治理、品牌培育打造等方面开展全方位、多维度、深层次的合

作。围绕葡萄产业数字化转型，京东科技与饶阳县合力打造1个产业服务平台、1个葡萄产业创新展示中心、1个商家服务中心、1个云仓技术赋能供应链体系，为本地特色产业提供多维度、一体化的孵化服务，助力优质农产品品牌培育，打造乡村振兴“饶阳”样板。

这样的例子还有很多，在江苏省南通市如东县，京东云通过大数据平台、溯源服务为紫菜加工业实现全流程跟踪、积极对接京东特产馆和京东直播等业务渠道，擦亮“中国条斑紫菜第一县”招牌；在广西梧州，京东云通过联合梧州市政府，打造梧州六堡茶IoT公共仓，从仓储陈化升值、便利融资贷款渠道、茶银行等核心能力切入，为六堡茶产业注入新活力；在河北石家庄，通过在生产端和销售端双向发力，丽阳晒醋的线上销售渠道不断拓展。如今，京东平台上的丽阳晒醋日均成交量已经达2000单，其中定制的小米醋已跻身爆款行列……

B. 开放供应链助力实体提速发展

而在产业带商家这边，京东全面开放供应链技术，通过供应链协同、C2M等方式，让大量实体经济合作伙伴驶上发展快车道。就在今年10月24日，京东正式发布“百大产业带扶持计划”，宣布将携手产业带当地政府、商协会、服务商等合作伙伴，陆续向全国267个产业带招募新商家，并出台10大扶持举措，包括免费代入驻、“三扶”减免、商家培训、数字化转型服务、供应链支持等，助力产业带商家在京东实现实实在在的增长。

这其实是京东对一直以来所践行的“有责任的供应链”理念的延伸和拓展。在3C数码行业，京东京造2021年与国内存储领域头部公司江波龙展开合作。江波龙消费者品牌事业部电商部负责人表示，过去江波龙深耕B端企业市场，想要开拓C端市场，京东的用户群、物流、客服体系以及

京东京造的品牌力成为最好的突破口。而江波龙的研发实力和优质的供应链，也使之成为京东京造理想的合作对象。

根据京东的市场调研和消费洞察，江波龙从容量、接口、价位方面分析并推出一款兼具高速读写、广泛兼容、售后完善等综合需求的全新产品，最终推出麒麟系列全国产方案SSD固态硬盘。该系列固态硬盘目前月销已突破千万，在京东站内品牌排名第4，国产品牌中排名第1，成功打造为存储领域的“国货之光”。

不久前，江波龙传来两个好消息，一是该公司正式登陆深圳创业板，成为“中国存储器芯片领域第一股”；二是该公司入选国家级专精特新“小巨人”企业。江波龙的案例，正是京东以自有品牌为抓手，助力特色产业带、服务实体经济、促进高质量发展的一个写照。

截至目前，“双11”，京东携手

C. “以实助实”保障产业链和供应链的稳定发展

新型实体企业通常在产业链、供应链上发挥重要的作用，可以帮助供应链上下游企业降本增效，特别是解决中小微企业、个体工商户的生产经营和市场拓展等困难，保障产业链和供应链的稳定发展。

这个京东“双11”，京东在优化生态、降低经营成本、提升服务保障三方面进一步加码，帮助品牌商家，尤其是中小企业赢得增长契机。开门红28小时，就有近5万中小品牌、近7万中小商家成交额同比增长超100%。

今年以来，京东供应链金融科技推出“向实而生·助微倍增行动”以服务中小微企业。未来3年内，京东供应链金融科技将以整体服务中小微企业数量翻三倍、助力中小微企业获得总信贷支持规模翻三倍、平均授信额度提升一倍为发展目标，帮助中小

超2000个品牌实现了C2M反向定制合作，实现“打造精品—助力实体企业数字化升级—树立产业带降本增效标杆—推动产业质造升级”的路径。此外，京东不断推动供应链数智化协同，帮助制造业全面提升运营水平，实现精益生产和质造升级。

值得一提的是，京东给产业带商家带来的增长，也通过这届“双11”实实在在地展现了出来：今年京东“双11”，京东电脑数码携手超130家品牌，提供了1200余款C2M反向定制的产品，开门红28小时内，电脑数码C2M商品成交额达到近20亿元。此外，“巅峰28小时”开场10分钟，京东超千万件电脑数码商家低价好物被消费者抢购，带动4000多家开放平台商家成交额实现翻倍增长，文具产业带成交额同比增长15倍。



四川盐边是国内芒果的优质产地之一

实体经济需要在基础设施、技术等领域更加扎实地积累和发展。正如清华大学五道口学院副院长田轩教授指出，随着数字技术的快速发展，数字化、智能化的供应链在提升运营水平、实现精益生产和质造升级方面发挥着越来越重要的作用。京东数智化社会供应链可以实现一体化的供应链服务，加强了企业、产业、区域协同，实现产业集群的数智化和提质增效。

