

特别报道

极致服务引领消费增长升级 京东物流全力助推数字与实体经济深度融合

“我这刚付完尾款，快递就送到了，你们是从哪儿变出来的？”11日早上7时45分，家住湖北省宜昌当阳市坝陵村的郑女士刚准备送孙子去幼儿园，就收到了京东快递小哥送来的睡衣，此时距离她支付尾款仅过了15分钟。

在消费者的欣喜背后，是京东极致服务体系带来的强力支撑。今年11·11期间，京东物流全球智能供应链基础网络高效运转，93%自营订单实现了24小时达，让全球消费者享受到高品质、高效率的开门收货体验。

极致服务引导着消费的复苏升级。2020年11月1日0时至11月11日23:59，京东11·11全球热爱季累计下单金额超2715亿元，再次创造了新的纪录，为实体经济注入数字化新动能。这显示出消费者和行业两端对京东的高度信任，同时也是京东推动数字经济与实体经济深度融合的再一次有力证明。

■新快报记者 郑志辉



预售前置立功 付尾款数分钟后即可收货

坝陵村郑女士的惊叹并不是孤例，在11日上午，京东快递小哥将一份份极速到货的惊喜，送到了甘肃省甘南藏族自治州合作市、福建宁德佳阳乡、沈阳新民大红旗镇等地的乡村，让更多农村地区消费者体验到和一二线城市一样的极致物流服务。

与城市相比，我国广大农村地区物流基础设施薄弱、运营效率低，配送体系建立相对缓慢，而且一个快递站点往往需要负责配送周边十几公里的范围，不仅时效慢，有时还需要村民到镇上取件。因此在今年两会上，政府工作报告第七次将“快递”写入其中，再次明确“支持电商、快递进农村，拓展农村消

费”。而根据国家邮政局印发的《快递进村三年行动方案》，到2022年底，我国县、乡、村快递物流体系逐步建立，符合条件的建制村基本实现“村村通快递”。

为了解决这一难题，近年来JDL京东物流一直在加快网络下沉，推动物流普惠建设。此外，JDL京东物流通过预售前置的模式，在支付定金瞬间即已开始仓储生产，预售商品早在支付尾款前就已抵达距离“尾款人”最近的快递站点，支付尾款后，京东快递小哥立即进行“最后一公里”配送，“尾款人”数分钟内即可完成收货。即便是像当阳坝陵村这样的乡村，照样可以实现分钟级送达。

物流网络下沉 农村也能“睡前下单、醒来收货”

在更广大的农村地区，京东物流通过仓储投入、建设中转场地、投入智能设备与加密配送班次等举措，让更多低线城区、县城以及周边乡村的消费者，享受到“睡前下单、醒来收货”。来自京东物流的统计数据显示，在今年京东11·11期间，全国已经有83%的乡镇实现了24小时达，而在已经提升为24小时达的县镇乡村，消费单量增速明显高

于全国平均增速，大大满足了消费者对高品质物流服务的需求。

此外，京东快递也创新推出的乡村共配模式，在全国700多个物流覆盖成本较高和时效较差的偏远乡镇地区，建设以共同配送为基础的末端综合性服务站，为当地降低物流运输成本，提升乡村用户购物体验。目前，90%以上的共配站已经实现次日达时效。

助力乡村振兴 发展产业带可持续提升农民收入

在把快递车开进田间地头的同时，京东物流也把更多产地农特产品带出了大山。今年以来，京东快递已经发力布局包括春茶、烟台樱桃、大闸蟹、平谷大桃、内蒙古牛羊肉、赣南脐橙等全国530余个农特产地，制定专属供应链方案。仅在11·11期间，京东快递农特产品业务量环比618增长近5倍，全面助力农产品上行，推动产地经济转型升级，成为帮助农民增收致富的重要力量。

截至11日13时，京东11·11区域消费热点榜显示，广东作为购买力全国排名第一的区域，本地特色农产品上行

趋势中，猪肉销售额同比增长478.71%，木瓜(383.30%)、藻类(332.51%)、海鲜制品(305.10%)、奶酪黄油(388.95%)紧随其后。

在满足消费需求的同时，作为乡村振兴的重要渠道，京东从简单的销售农产品，向产业带深度合作的方向转变。尤其在疫情暴发以来，京东宣布开放供应链、物流、金融、秒杀、直播等多模块助推农产品上行，利用数字经济积累的大数据、数字化供应链、柔性生产、线上营销等能力逐渐为农业的产业升级助力，通过产业带的发展，长期、可持续地提升农民收入。

C2M模式发力 “社会化供应链”推动全行业升级

农产品上行的同时，工业制造业也通过京东走上了“通向未来”的路。数据显示，今年11·11，京东反向定制(C2M)产品销量同比为去年的1.7倍，许多“比你更懂你”的C2M商品成为品类第一。

商务部流通产业促进中心近日发布报告指出，大型电商通过C2M模式，打造“智能制造平台”，以线上聚集的数据、技术、创意等反哺实业，实现促创新、降成本、补短板。

而京东C2M模式通过对生产端与消费端的双重赋能，使新品到爆品转换

加快，而且效率不断提升，覆盖面不断扩大，JC2M日益成为全行业数字化转型的标杆模式。

另一方面，在下沉新兴市场，京东旗下社交电商平台京喜全面爆发，11·11期间，作为全国180多个产业带销售增量场，京喜通过工厂直供、产地直发模式，在11月5日京喜“超级必拼日”，全天订单量接近1200万单，日活跃用户同比翻倍；1-10日期间，广东省惠州市博罗县、湖南省长沙市长沙县、江苏省宿迁市沭阳县跻身京喜用户规模前三县域城市。

极致服务引领 奏响消费增长与升级双重奏

从10年前率先提出“211限时达”服务，开创了电商时效的先河，再到如今的京东极致服务。今年京东11·11期间，消费热点从商品延伸到服务，再由服务消费反向助推商品消费，形成更大的消费正循环。

京东11·11全球热爱季定位为“不负热爱”，意在每一次品质消费的背后都藏着一颗热爱生活、追逐梦想的心——京东的增值服务和服务型商品，激发了消费者对于生活的热爱，真正体现了“只为热爱行动”，引导消费的增长与升级双重趋势。

在以内循环为主的新经济发展格局下，京东通过开放智能供应链和行业伙伴一起优化成本、效率和体验，实现供应链高效协同的社会价值，助力供给侧结构性改革，成为国民经济高质量发展的

新型基础设施。

国务院参事室特约研究员、银河证券前首席经济学家左小蕾指出，数智化供应链建设是挖掘消费需求的发力点，通过优化成本、效率和体验，实现供应链高效协同的社会价值，在未来实现内需良性循环的战略发展中担当重任。

在此大背景下，京东提前大力投入基础设施，拥抱实体经济、服务消费者，通过制造企业升级、农产品上行、实体零售助推、技术提升物流效率等模式，以开放供应链驱动实现了这次11·11全球热爱季“速度更快、服务更好”，一方面促进消费、不负热爱，另一方面加快国民经济循环的新动能以及加快构建新发展格局的有效样本的模式，真正助力实体经济的发展与前进。

