

“零佣金”高调入局！ 京东剑指外卖市场，意在即时零售？

羊城晚报记者 沈钊

互联网大厂的跨界已成常态。2月11日，京东官宣，京东外卖正式启动“品质堂食餐饮商家”招募，2025年5月1日前入驻商家，全年免佣金。

实际上，京东对外卖的野望可以追溯至2022年，时至今日终于高调宣布零佣金入局，能否对如今外卖双寡头格局形成有效冲击？对此，行业人士分析认为，就目前市场环境和格局来看，新一轮的外卖大战很难打响，而相比改变行业格局，京东剑指外卖市场，或意在即时零售。

京东做外卖早有想法

羊城晚报此前曾报道，2022年“618”前夕，时任京东零售首席执行官辛利军在接受媒体采访时透露，京东正在研究进军外卖领域的可能性，“公司已经考虑和研究推出按需外卖服务。至于什么时候开始做这个，这将取决于我们的能力，以及我们什么时候能够建立起一个人才团队。”

到了2024年年底，京东外卖已经悄然上线，彼时，京东秒送页面上悄悄上线了咖啡奶茶与快餐外卖，以瑞幸、Tims、库迪等为代表的咖啡、奶茶品牌，以及以汉堡王等为代表的快餐连锁品牌最早开始入驻。

而此次京东高调宣布“零佣金”招募“品质堂食餐饮商家”后，市场也开始重新关注和审视京东在外卖业务上的新动作。与去年年底在外卖业务上的小试牛刀不同，如今“外卖”在京东秒送页面下拥有单独的入口，且外卖专区下，除了此前入驻的奶茶咖啡及西式连锁快餐品牌外，入驻一些烧烤、麻辣烫、面食类商家，品类较之前明显增多。

不过，就目前而言，京东上的外卖供给丰富度与行业中的两位大哥——美团和饿了么还不具备可比性，这或许也是其打出“零佣金”旗号的重要原因：吸引更多商户入驻，建立自身的外卖合作伙伴生态。

有接近京东的人士表示，目前已经签约的商户佣金从2月11日0时起，也按照全年免佣金调整，对于“零佣金”政策中要求

的“品质堂食餐厅”，京东通过审核营业执照、审核门店照片、销售人员线下拜访核验等方式确保品质。

与此同时，有知情人士透露，京东外卖的“零佣金”只针对佣金部分，配送服务费则正常收取。此外，“零佣金”政策主要在北京，非北京商家可先提交入驻申请，待对应城市开通后会有客户经理联系。

能否打破现有格局

值得注意的是，在京东之前，抖音早已入局尝试撼动外卖市场的格局。但在经过数次调整之后，抖音外卖已接入本地生活板块，沦为其实现团购销的补充手段。而京东的加入能否改变现有格局？

在外卖领域，京东相比抖音有着不同的优势。首先，与抖音外卖苦于高峰期运力不足不同，京东拥有自身的末端配送能力。

京东秒送本身便是达达集团整合后即时零售品牌京东小时达、京东到家之后对外亮相的全新品牌。有数据显示，京东达达秒送年活跃骑手数量接近130万，可快速发力外卖业务。这与“去年在美团平台获得收入的骑手约745万”仍存较大差距，但对于京东外卖这样“初生”的业务而言应该是够用的。

不过，京东真正的优势或许还不在末端配送速度，有分析认为，京东主站用户以一二线城市中产为主，对品质和时效敏感。若外卖业务瞄准“高端化”（如高客单价餐厅、定制化服务），可能避开价格战战局，建立差异化壁垒。此外，京东拥有长期服务品牌商家的经验，或能吸引连锁餐饮品牌独家合作，甚至通过供应链金融、数字化工具绑定商家，形成“平台-商户-用户”闭环。

优势固然有，但要转化为胜势，或许还需要更多努力。比如就“高端化”这件事儿在外卖场景是否行得通来说，“百度外卖”的前车之鉴已足够引人深思。更重要的是，外卖是典型的“高频刚需”场景，用户对点外卖早已形成稳定习惯。想要让用户从美团、饿了么切换到京东上去点外卖，高额补贴或许能够帮助实现短期破局，但长期来看必须依赖于用户使用体验

的升级。

真正目标在外卖之外

因此，在行业人士眼中，京东外卖的成败，不取决于能否在餐饮外卖市场上“分一杯羹”，而是借助这类“高频刚需”的场景，将战局从“送外卖”升级为“送一切”，这也是剑指外卖市场，意在即时零售。

外卖作为日均订单量超4000万笔的高频场景，是获取用户即时消费习惯的最佳入口。京东通过外卖业务吸引用户高频打开APP，顺势将流量导入商超日化、3C数码、美妆医药等即时零售品类，提升京东到家、小时购等业务的渗透率，形成“外卖引流”到“即时零售变现”的循环。

而在即时零售领域，京东在3C家电、快消品等标品的仓储管理和区域化供应链布局具备优势。若将外卖餐饮的即时配送网络与现有仓配体系打通，可实现对生鲜、快消品等即时零售品类的“区域仓+前置仓+即时运力”三级覆盖，降低履约成本。例如，北京亦庄的京东七鲜超市已试点“30分钟达”，验证了仓配一体化的可行性。

不过，即时零售的毛利率普遍偏低，而京东在供应链的投入和运力成本的增加，可能导致短期亏损的扩大。

但是，即时零售前景空前广阔。商务部国际贸易经济合作研究院相关报告显示，2018年以来，即时零售行业的年均增长速度超过50%，2023年我国即时零售规模达到6500亿元，同比增长近三成，预计2030年将超2万亿元。就目前行业发展来看，这场战役的终局，或许不是“谁吃掉谁”，而是共同做大一个万亿级市场。



京东做外卖，醉翁之意不在酒？
图/京东提供

闲钱理财“鑫”选择 摩根恒鑫债券型基金2月17日起正式发行

春节过后，投资者开始规划闲钱理财。其中，求稳求赢的“低波动固收+”策略产品成为不少投资者闲钱理财的选

择。据悉，摩根基金旗下摩根恒鑫债券型基金（A类：022842、C类：022843）将于2月17日起正式发行，投资者可通

过招商银行等各大机构及摩根资产管理官方直销平台等渠道认购。

据了解，摩根恒鑫债券基

金将在努力控制较低波动的前提下追求稳定收益，打造闲钱理财的“鑫”选择。

（广告）

2025年2月14日/星期五/湾区新闻部主编/责编 文俏 / 美编 黄绮文 / 校对 姚毅

揭阳惠来仙庵镇：

乡村振兴第一线

羊城晚报记者 陈锴跃 通讯员 蔡永刚

养殖基地内几乎看不到工人的身影，安装在虾池里的各种传感器、控制器，实现环境参数采集、数据自动分析、现场自动控制和疾病预警等功能，营造出最佳养殖环境；实时监测的数据通过网络上传到云平台，打开手机小程序，便可实现对虾养殖的远程智能监测管理……

当传统农业遇上数字化，会碰撞出什么奇妙的火花？近日，记者在揭阳市惠来县仙庵镇采访看到，数字化正在与农业深度融合，数字虾池的出现，使传统农业高质量发展有“智”更有“质”。

“数字”养虾赋能乡村振兴 产业发展有“智”更有“质”

从“靠经验”到“靠数据”

走进位于惠来县仙庵镇四石村对虾智慧化养殖基地，该基地为对虾筑起了“智慧池”，装上了“智慧脑”。在全数字南美白对虾养殖车间看到了一幅极具科技感的画面。这是惠来县首个全数字化工厂化水产养殖项目，惠来由此开启智慧养殖时代。据惠来县公道养殖专业合作社负责人林洪豪介绍，希望通过打造这样一个全数字化工厂化养殖项目样板，让越来越多的养殖户共同认识、了解数字农业，推动养殖模式转型升级。

南美白对虾，又名白对虾、凡纳滨对虾，原产于南美太平洋沿岸的水域，是广温广盐性热带虾类，咸淡皆宜。具有肉质鲜美、抗病力强、生长迅速、对饲料蛋白含量要求低、出肉率高、离水存活时间

长等优点，是集约化高产养殖的优良品种，因此受到了众多养殖户的青睐。

数字化水产养殖模式对水产养殖行业最直接也是最重要的改变就是对于养殖环境的实时监控。传统的养殖模式下，养殖户主要依靠经验来调控养殖环境，但这样的经验缺乏科学依据，受到环境的影响，一个地方的养殖经验复制到另一个地方也不一定会成功。数字化水产养殖模式利用水质监测设备和智慧水产养殖监测系统，能够让养殖户轻松地完成养殖环境的科学调控，给养殖生物提供最佳的生长环境，以提升产量。

“以前靠经验，天天盯着虾池，现在靠科技，既省力又精准。”林洪豪说。

养殖场内，与智能控制系统相连的养殖池塘池面，水不断翻涌，林洪豪随手拿起放置在池中的网兜，只见对虾不停地在网面扑腾。“刚才控制室里启动的就是循环水系统的部分环节，养殖池这个状态就是在运行了。”据林洪豪介绍，循环水系统一旦启动，养殖池的海水会经过沉淀、杂质过滤、生物处理等环节，最终再循环至养殖池，形成闭环。传统的养殖方式，南美白对虾一直存在抗病性弱等问题，因此对海水的要求相对较高，循环水系统则让虾的养殖环境更为稳定。

在养殖基地可以看到，工厂化养殖池还配备了自主研发获得发明专利的自动化养殖投料系统，能科学设计定时、定量、定点投喂，让养殖的对虾吃得好、吃得饱、长得快，而且个头大、更均匀。

传统农业搭乘“数字快车”

在偌大的虾棚里看不到几个人，一人动动手指，就能管好虾棚，让养虾不再“睡养”。

数字化有力推动了传统农业向数字农业转变。以前不敢放太多的虾苗，担心密度过大，现在能实时掌握指标，可以多投放。”林洪豪说，工厂化养殖对虾每年三季，通过数字化养殖，让水产养殖省时、省力、增效。每个养殖池36平方米，养殖密度已提升到2万尾，现在亩产量能达到1万多斤，产量增加了，效益也提高了。

发展数字农业，是推进乡村振兴、实现农业高质量发展的必由之路。谈及未来乡村产业发展，下一步，仙庵镇将不断优化产业结构、发挥番薯、胡萝卜、茶叶等特色产业种植优势，推动一二三产业高质量发展。

潮州溪口“穿蔗巷”民俗活动浪漫上演 正月十六穿蔗巷 秉灯同游祈兴旺

羊城晚报记者 曾柯权报导：鼓乐齐鸣、标旗簇拥、烟花璀璨，一盏盏用甘蔗挑着的灯笼在大街小巷中点亮了夜空……2月13日（农历正月十六），潮州市湘桥区磷溪镇溪口村“穿蔗巷”民俗活动“浪漫”举行。

这一极具地域特色的民俗活动，从清朝年间流传至今。当晚6时许，走进溪口村，可见道路两旁站满了高举灯笼的村民，用甘蔗挑着的灯笼在夜空中星星点点，散发出迷人的光芒。撑着“蔗灯”的村民等待着巡游队伍的到来。

巡游队伍奏响着潮州大锣鼓，沿着特定道路走遍全村。参与巡游祈福许愿的当地男子身着

蓝布长衫，腰系红绸，肩披毛巾，头戴金花礼帽，大多数脚上穿袜却不穿鞋；姑娘们则精心装扮，或抬标旗，或挑花篮，一路上，烟花与礼炮齐鸣，声势浩大。

巡游队伍经过时，村民们将手中的蔗灯高高举起，变成甘蔗林里的通道，巡游队伍便从中间的“蔗巷”穿过。不时有村民举着蔗灯跟随队伍一路前进，队伍一路壮大，直至凌晨。

夜空中，火红、橘红的灯笼，将甘蔗尾端的绿叶照亮，黑夜里缓缓摇曳的色彩十分迷人，让人心情愉悦。因此，溪口“穿蔗巷”民俗活动也被誉为潮汕地区最“浪漫”的“闹热”。



记者了解到，由于当地盛产甘蔗，而在潮州方言中“灯”音同“丁”，村民们便以甘蔗挂灯笼，以此祈福人丁兴旺，寓意生活像吃甘蔗一样越吃越甜，日子如甘蔗一样节节高，事业似灯笼一样红红火火。

去年，“溪口穿蔗巷”入选湘桥区非物质文化遗产代表性项目名录，今年是“申遗”后的第一次“闹热”，活动现场更加热闹非凡，溪口各自然村的村民皆热情高涨。据悉，经过多年的发展，“穿蔗巷”活动已经成为溪口村团结乡亲、和睦乡情的一种方式，展示了传统的风貌，每年都吸引了许多游客和群众前来观赏。

潮州市溪口村“穿蔗巷”民俗活动“浪漫”举行
羊城晚报记者 林桂炎 邓鼎园 摄

送不了外卖的抖音， 能做好本地出行服务吗

羊城晚报记者 杭莹

京东开启“零佣金”外卖业务的动作，就像在刚过完新年的市场上丢了一颗不大不小的石子。让市场在被DeepSeek几乎抓住全部目光的同时，不得不分几丝心神出来。

2025年，难道除了AI，“送外卖”也是痛点？事实上，大厂集中发力“送外卖”业务并不是什么新鲜事。在大模型成为焦点话题时，抖音、京东等互联网大厂也在悄然延展自己的业务线。外卖也好、打车也罢，反正它私底下就是什么赚钱的都来。

抖音进军出行市场？ 只是丰富用户体验

这个春节，抖音打车业务似乎突然出现在大众视野。春节前夕，抖音正式将打车服务加入“我的钱包”当中，并与手机充值、抖音商城、生活缴费等入口放在同等级别。

点击进入后可以发现，当前抖音打车服务主要通过另一聚合平台高德打车来提供服务。有意思的是，虽然当前只有高德打车接入，但页面也显示着“更多品牌敬请期待”。羊城晚报记者

点击进入后可以发现，当前抖音打车服务主要通过另一聚合平台高德打车来提供服务。有意思的是，虽然当前只有高德打车接入，但页面也显示着“更多品牌