

12年淬炼“双11”物流亦攀新高

当电商巨头为“双11”千亿成交额欢呼时，中国的物流企业同样迎来高光时刻。11月12日，据国家邮政局数据监测显示，从11月1日-11日，全国邮政、快递企业共处理快件39.65亿件，其中11月11日当天处理的快件达到6.75亿件，同比增长26.16%。回望12年间的物流行业，在疫情的特殊环境下，中国的物流行业正站在新起点上，成为保障供需两端顺畅循环的重要力量。

再创纪录

当时间来到11月11日24点，天猫“双11”成交额最终定格在4982亿元的同时，实时物流订单数量也迎来高峰，达到23.21亿，与中国2010年全年快递业务量

几乎持平。

而每一家投身于此的物流企业，几乎在11月11日的同一时刻收获了属于自己的荣光。圆通、韵达在“双11”当天快件量破亿；安能“双11”全天货量突破51357吨；中通在11天内总订单量突破8.2亿，总业务量突破7.6亿。在去年同期，中通总订单量为5.2亿，总业务量为4.3亿；京东物流93%的自营订单以及92%的区县、83%的乡镇能实现24小时达。

从地域来看，据满帮大数据统计显示，长三角与珠三角成为“双11”主要供货城市群，其中，广东快递发货量居于首位，占据全国总发货量的20.24%，其次为浙江、江苏、山东和上海。

在收货省份排名中，广东再次拔得头

筹，占比达到8.62%。而排名靠前的收货城市则集中在中部地区，为西安、成都、沈阳、昆明和长沙。

羽翼渐丰

电商物流的奔涌，反映出国内居民生活消费的蓬勃热情。“双11”走过的12年，也是物流企业从曾经的草莽粗放发展，向精细化运营、以质提效的12年。从第一次参与大促时的手忙脚乱，到如今面对包裹洪峰仍能时效提速，这既体现企业在应对电商多元商业模式下极强的业务适应能力，也是其以智能技术持续驱动效率的有力证明。

若是步入快递企业位于各个城市的转运中心和物流仓库群，往日人头攒动的景

象早已不再。交叉带自动分拣线正以秒为计高速运行，上千条滑轨能将包裹按三段码精准划分派送区域，供件机械手正以每小时1600件的分拣效率抓取各类型包裹，关节机器人凭借视觉识别技术辅助货物辨识定位，将码垛效率提升至80%……

道阻且长

尽管数年前和当前的物流图景无法同日而语，但在业内人士眼中，一场疫情的检验也凸显出行业在数字化、智能化的普及率和渗透率较为不足，由机器替代人力的技术迭代还存在较大的发展空间。

中国物流学会兼职副会长、天津德利得供应链管理股份有限公司运营总监恽伟

认为：“目前智能技术还处在一个探索期，无法大规模应用。但之所以可以率先应用在电商物流领域，主要是电商包裹较小，重量相似，所以容易标准化。而企业客户的服务更多是个性化，因此这类技术的应用场景还不全。我认为未来智能技术有较大发展空间，不过我们需要先走向装卸机械化，再走向智能化。”

北京商报记者 赵述评 何倩

遗失公告

北京玖英特医院管理有限公司（统一社会信用代码：91110105MA00GCP73L）营业执照副本遗失，特此公告。

2020年11月13日

凝聚力量 建设良好营商环境 北京朝阳市场监管局对辖区日资企业开展广告合规培训

日前，北京朝阳市场监管局在国贸中心开展了一期针对辖区日资企业的线下广告法系列讲座，参会的为包括佳能、松下、东芝、日立、丰田汽车、斯巴鲁、三菱电机、爱普生、瑞穗银行、大鹏制药等36家在华日资企业总部人员，涵盖了朝阳区大部分大型日资企业。参会人员包括中国总部负责人及法务、营销等广告业务相关人员等近百人。培训运用详实的案例对商业广告的注意事项进行了解读，生动形象，内容丰富，互动热烈。

据了解，今年以来朝阳区市场监管局在持续开展线上广告合规培训，截至目前已开展线上培训13期，覆盖百度、花椒等多家直播平台，在线收看人数超150万人次。朝阳区市场监管局广告科相关工作人员表示：“线下培训与线上培训相比，劣势是受众多数受限、场地受限，但线下的优势是可以增强交流，让受众产生非常良好的真实感受。如果受众认为好，他在传播相关信息时也会更加有影响力。研究发现，相同国家的外资企业中对于政府管理容易形成一致性意见。因此，我们在持续开展线上广告合规培训的同时，没有放弃线下培训工作，力求打造全方位立体化的培训体系。”

“这种合规培训对我们帮助是非常大的，从企业角度讲，执法部门对法规进行解读，通过实际案例对法条进行剖析，非常直观。”日资企业电通广告法务部黄晓思女士对培训给予很高的评价：“他们的很多案例我们都直接用在企业内部的业务培训中了，对企业避免违法违规行为发生起到十分积极的作用。”

朝阳区市场监管局广告科科长陈晓哲表示：“一直以来，我局十分重视对辖区企业的合规培训工作。去年，我局成功举办了朝阳区世界500强企业、总部经济企业的培训工作，各方反响非常良好，得到市区领导高度关注。2020年，朝阳区经济发展又在全市处于领头羊位置，区域营商环境持续提高，法治建设持续改善，这给我们的工作带来更大的动力。下一步，朝阳区市场监管局将继续做好服务，进一步优化营商环境，助力朝阳区打造高质量发展标杆。”

北京苏宁易购“双11”： 好产品、好价格带动消费，好场景、好服务丰富体验

今年的“双11”，各大商家平台纷纷拉长促销时间周期，新增预售模式，撬动多个产业、多个业态的嘉年华购物狂欢，同时，电商与卫视携手开创晚会和直播的方式，促使消费者购买力和新品销售增长。

万众拔草的“双11”已经落下帷幕，北京苏宁易购在“双11”当天也实现了多品类的全面爆发，整体销售同比增长超过34.1%，其中家电品类销售同比增长34.5%，3C品类销售增长32.6%。

好产品、好价格丰富消费者“双11”种草单

今年“双11”作为苏宁三十周年庆的关键节点，北京苏宁易购与品牌合作伙伴合力共赢，在促销活动和福利优惠方面进行了再次升级，助推“双11”期间好产品、好价格及时有效触达消费者。

与此同时，“智能”“创新”需求的热度攀升，品质生活服务成为新宠。“双11”当天，北京苏宁易购家电3C品类的优势愈发明显，同比增长超过32.6%，中高端大家电产品整体同比增长66.4%，再次彰显“双11”家电主场的强势地位。

苏宁易购悟空榜显示，5G手机销量增长明显，北京消费者最受欢迎的手机中，iPhone 12、iPhone 11、华为P40、华为P40 Pro和Redmi K30 Pro占据前五，显然5G手机已经成为诸多消费者的新选择。

除此之外，线下门店同样火热。随着居民生活水平的提升和家电消费升级，套购产品和中央集成产品的销量有了明显提升。以北京苏宁易购慈云寺店为例：“双11”期间预约到店套购服务人次同比去年有较大幅度增长，到店咨询购买中央集成产品的消费者相较于去年同期增长406.3%，剁手党都是成



套买卖。

好服务护航“双11”购物更安心

“双11”销售数据的攀升不仅是居民生活水平提高的有力见证，更是与之配套的硬核实力逐年加强。“购物体验越来越好”“物流速度越来越快”成为今年“双11”服务主旋律。“双11”期间，专注好服务的苏宁易购，物流火箭哥火速配送也成为了保障消费体验的一大亮点。北京苏宁物流总经理胡潘表示，今年“双11”期间订单较往年增长超过70%，但配送效率和服务依旧保持高效优质。北京地区“双11”凌晨的订单，预计“双11”当晚就能完成80%的包裹配送任务。

据苏宁易购公布的数据显示，截至11月11日23点59分，苏宁物流发货完成率达99.8%。在绿色物流方面，“双11”期间苏宁绿色回收箱覆盖全国50余城。北京苏宁物流3C区域内，集自动打印、包装、贴面单等功能于一体的自动包装机，不仅大大提高了工作效率，相较于人工包装的方式也更加绿色环保。自动打包机是热塑封口，不使用胶带和填充物，不仅不易破损，还能完成快递包装的“减量化”。北京苏宁物流3C部工作人员介绍。不仅如此，

苏宁物流的“青城计划”也在“双11”前夕落地北京常营，绿色快递站的成立也对快递末端绿色创新和改造提供了全方位服务，完善了绿色自提、绿色寄件、绿色回收等服务。

苏宁家电服务“双11”期间也全面升级。作为苏宁易购生活服务平台，苏宁帮客也推出了“1年仅1次”的服务力度，家电清洗、家电维修、家政保洁服务全面覆盖。据了解，“双11”期间北京苏宁易购苏宁帮客清洗订单同比增长115%，家居服务订单也较往年实现了大幅攀升。随着“双11”大战落下帷幕，苏宁帮客将持续完成海量服务订单。目前，苏宁帮客已经在全国储备了充分的服务能力，10万名服务工程师将全力迎战，完全可以保障广大消费者的服务需求。

好场景打造更有趣的“双11”

“双11”期间，苏宁易购巩固综艺融合直播电商的模式优势，让直播变成“值播”。张艺兴、贾乃亮“双11”当天空降超级买手直播间，“王炸直播”全场带货总金额1.6亿元。1031浙江卫视、1110北京卫视两场超级秀直播全网热搜共计49个，全网热度超55亿。

1110北京卫视超级秀前夕，北京苏宁易购组织明星粉丝团团组为晚会爱豆打call，同时，北京苏宁易购也为来到京城的粉丝团准备了预热小礼品，与粉丝互动，并提前擦出“小火花”，引爆晚会现场的惊喜轰炸。

北京苏宁易购“双11”期间也开启了“BOSS来了”第三季直播活动，北京苏宁易购总经理郝嘉携手抖音带货达人开启“超品集中营”，为直播间观众带来百款精选好物，并派送三轮福利。值得一提的是，观看直播的小伙伴还可以线上直接领取400元智能产品消费券和100元云券，可在北京苏宁易购线下门店购物时使用。

借力进博会 益海嘉里金龙鱼加码打造增长曲线



产品，不仅大幅降低反式脂肪酸含量，更大程度地保留了产品原有营养、维生素、植物甾醇等营养成分保留率达80%以上，而且节能减排，符合粮油加工业“十三五”绿色发展目标。

益海嘉里金龙鱼相关负责人表示，中国是全世界食品需求最大的市场之一，中国食品行业正在向全球规模最大最先进的方向发展。作为侨资企业，益海嘉里金龙鱼扎根中国本土化发展逾30年，坚定看好中国发展前景。“我们会抓住扩大开放机遇，在中国进一步扩大投资和贸易合作。同时，也将积极发挥华侨企业的优势和作用，为国家在‘一带一路’沿线国家的农业合作贡献微薄之力。”

多环节变革深耕粮油领域

刚刚于A股上市的益海嘉里金龙鱼已成为粮油行业里的龙头企业。数据显示，在中国食用油品牌市占率排名前十中，益海嘉里金龙鱼旗下品牌占据三席。2019年其金龙鱼的市场份额达到33.7%，位列第一。

能够在粮油领域占据较高的市场份额的背后是益海嘉里金龙鱼不断整合油脂产业链，实现压榨、精炼、小包装油、专用油脂和油脂科技等垂直一体化的业务模式，并在这种业务模式的基础上，再从生产效率、产品创新以及销售模式等方面进行深层次的变革。

通过变革，益海嘉里金龙鱼的盈利能力不断提升。根据益海嘉里金龙鱼招股书显示，2017-2019年，公司毛利率由8.42%提升至11.4%。今年前三季度，金龙鱼的营收和净利润均实现两位数的增长，分别增长11.71%和45.88%。

此外，粮油行业消费升级也为益海嘉里金龙鱼业绩的持续增长提供了空间。民生证券在相关研报中指出，粮油行业需求刚性，集中度提升是必然趋势。食用油消费量近年来稳步增长，未来仍将保持平稳向上增长；在消费升级趋势的带动下，食用油市场包装化产品

比例会逐步提升，同时市场份额向行业龙头集中。

加码产品创新业务

在深耕粮油领域的同时，益海嘉里金龙鱼也在不断拓展自己的业务边界。首先提供饲料原料产品，其次延伸油脂科技产业链，推出日化品牌，再次是进军调味品市场。

目前，益海嘉里金龙鱼已经形成了覆盖高端、中端、大众的日化综合品牌矩阵；在调味品领域，继芝麻油、花椒油之后，近年再增生力军，酱油、醋陆续上市，品牌覆盖金龙鱼、丸庄、梁汾、香满园、海皇等系列。

除了垂直深耕粮油领域，以及丰富产品类型外，益海嘉里金龙鱼还将目光投向中央厨房市场，利用产业链优势进行赋能。

“我们将继续寻找更多合适的战略要点新建综合企业群，从而扩展生产网络，进一步降低成本并提升运营效率。”益海嘉里金龙鱼相关负责人表示，公司着力实现产品多元化，抓住消费升级的机遇，在产品研发、技术创新方面继续加大投入，以期扩大产品品类、改善产品口味、提升产品营养价值等，保持公司的创新活力。

亮相进博会

作为世界领先的农业综合型跨国粮油企业集团，丰益国际有多款产品在博览会上亮相。如原料100%欧洲进口的金龙鱼自然葵香葵花籽油、香纳兰泰国茉莉香米，以及原料来自澳大利亚的优质小麦金龙鱼、澳大利亚麦芯小麦粉等。此外，还有新西兰的纽麦福牛奶和切尔西黑糖、希腊的little ones系列山羊奶儿童意大利面、新加坡的Aunty Esther系列薯片等。

此外，近期益海嘉里金龙鱼还采用国际领先的绿色精准加工技术，推出了“零反式脂肪酸”系列食用油