

电子商务热度高

10 363

数字

据艾媒商情舆情数据监测系统显示,在2020年10月21日——11月11日监测期间,“双十一”网络热度从各平台预热阶段开始变居于高位,并在11月11日当天攀升至峰值10 363。

电商直播成为平台主力销售渠道

10万

数字

当今直播电商领域快速发展,双十一期间各大电商平台均加大了电商直播场次。商家开播超10万场,双十一预售期间日均在线主播超6万名,直播间观看总人数超3亿,商家自播GMV同比增长率为509.34%。

京东物流自营订单93%可24h送达

93%

数字

双十一期间,京东全球热爱季累计下单金额超2715亿元,京东物流规模提速,92%的区县、83%的乡镇可享24h送达,超93%的自营订单可24h送达,200城实现分钟达。

展会

CeMAT 2021

德国汉诺威国际物流展

展会时间:2021年4月12~16日

展览地点:德国汉诺威会展中心

主办单位:德国汉诺威展览公司

Hannover Messe 2021

汉诺威工业博览会

展会时间:2021年4月12~16日

展览地点:德国汉诺威会展中心

主办单位:德国汉诺威展览公司

LogiMAT 2021

德国斯图加特物流展览会

展会时间:2021年6月22~24日

展览地点:德国斯图加特新斯图加特会展中心

主办单位:斯图加特展览公司

电商狂欢
物流是制胜关键

电子商务作为信息流、商流、资金流和物流集于一身的数字化商务活动,代表未来的贸易、消费和服务方式,同时电子商务也是现代化物流和信息技术发展的产物。尽管受“新冠疫情”影响,全球经济在2020年呈现下降趋势,但“双十一”作为中国电子商务促销的重要节点,依旧推动着居民的消费。

截至11月11日23点59分,天猫总销售额达4982亿元,同比增长85%;京东总销售额达2715亿元,同比增长33%;苏宁总销售额达50亿元,线上订单量增长75%。

回顾今年双十一,以自营物流模式为主的天猫,双11物流订单总量定格在23.21亿单;京东物流11.11期间,开放业务单量同比增长102%,个人快递单量同比增长164%,京东智能云仓单量同比增长138%,京东冷链零担运输业务量同比增长100%,农特产品业务量环比618增长近5倍;苏宁物流的发货完成率则达到99.8%。

而第三方物流企业的战绩也很可观。全国邮政、快递企业共处理快件39.65亿件,其中11月11日当天共处理快件6.75亿件,同比增长26.16%;中通11月1日至11月11日期间,中通总订单量突破8.2亿,比去年同期增加了3亿。总业务量突破7.6亿,比去年同期增加了3.3亿;圆通则在11.11日当天,快递揽收量突破1亿;韵达在

双11当天23:30分,双11揽件量也突破1亿。

三大电商领军企业耀眼的成绩离不开物流信息化和自动化的快速发展。物流系统中每一个功能环节的及时信息支持,可以保证企业与用户之间的及时互动,也有效保证企业对用户的产品售后服务交流。在信息化的基础上实现物流自动化和智能化的创新与应用,从而产生根本性变化,提高物流运输效率。整个物流体系都将实现操作的无人化、运营的智能化和决策的智慧化。操作层面,机器人和人工智能技术促使物流各环节上的无人化正在实现,推动物流行业第一次真正脱离人力的约束。更重要的是大数据、人工智能将驱动仓运配全供应链的智能化,使得庞大的物流网络得以有序、高效的运转。这能进一步实现人机协同操作,做到全局优化供应链,从而使资源配置与商品流通达到最优化效率。

未来,物流的配送选择则成为电商企业能否在市场立于不败之地的关键因素。对于京东商城、苏宁等用户规模大,资金实力雄厚的大中型企业来说,完善自己的物流配送中心、制定有效的物流配送计划是不错的选择;中小型企业可以依靠第三方物流,根据自身需求获得个性化的全方位物流解决方案,在信息共享的基础上,实现优势互补,从而降低企业自身物流成本,提高经济效益。

声音 VOICE

数字经济已成为全新经济形态

疫情让很多企业意识到,数字化不仅仅是“降本增效”的问题,而是“生死存亡”的问题。数字经济已经成为全球最重要的一种新的经济形态,在经济和社会各个领域的数字化转型正在成为各国经济复苏的新引擎。我们希望亚洲国家间更加加强交流合作,在社会、经济、教育、产业和医疗等各个领域,携手打造经济发展新高地,共同维护区域内国家经济健康发展。

——中国电子商会秘书长彭李辉