

# 澳洲幸运10人工在线计划

EMCm7DuGMf9IBRLV

澳洲幸运10人工在线计划纵览快评 | 京东美团大战，剑指外卖意在“即时零售”

纵览新闻评论员 刘玉婧

京东进军外卖行业，表面上看是餐饮外卖市场的争夺，实则是整个即时零售版图格局面临重构时，企业话语权和规则制定权的争夺。以“线上下单，短时送达”为特征的即时零售，其供给链高度依赖本地门店。一日三餐、蔬果生鲜、生活用品、家用电器，都是即时零售的经营范畴。

商务部发布的《2022年上半年中国网络零售市场发展报告》中明确提及“即时零售”，并指出其在“线上线下深度融合”中的重要价值。《即时零售开放平台模式研究白皮书》也显示，预计到2025年，即时零售模式仅开放平台的规模就将达到约1.2万亿元。京东和美团都是以电子商务起家的企业，如何在当下更好地抢占市场，是两者需要攻守兼备、共同面临的棘手难题。

早期的京东以小家电为主要经营范围，早期的美团以餐饮食品为主要经营范围，初创期两者的主营业务泾渭分明。但随着产品服务的拓展，两者都逐步将服务范围交叉重叠的比重加大，同类产品服务的竞争也就愈发明显。两者除了都延伸到日用百货的团购领域，更是将手伸向了对方的主营领域。

提到京东，大家还是会首先想到“京东自营，品质有保障”。京东以线上售卖3C产品为主，包括计算机类（Computer）、通信类（Communication）和消费类电子产品（Consumer Electronics），例如电脑、平板电脑、手机或数字音频播放器等小家电。京东“次日达”“211限时达”的物流派送服务，是它风靡一时的招牌，智能仓储系统的精准库存管理、分布式物流中心的配送网络布局，是京东的优势。从2015年推出聚焦于买菜市场“京东到家”服务，到与达达合并，再到全面整合升级为“京东秒送”正式上线外卖服务，京东正逐步将原有优势转化到本地餐饮行业。

至于美团，“美团外卖，送啥都快”的广告语，一度传遍大街小巷。无论是到店团购还是线上订餐，美团在餐饮行业的影响深入人心。2020年的“百团大战”，大额的优惠补贴和高效的配送服务，使得美团脱颖而出，占领了外卖团购市场60%以上的市场份额。2024年5月，美团会员体系全面升级，以往只覆盖外卖业务的“神会员”，开始逐步扩展到店业务。美团与苏宁易购、美的集团达成合作，正式上线“空调最快2小时即送即装”服务。

梳理可见，即时零售中不同领域的经营界限，在两者之间日渐模糊，竞合关系错综复杂。借助互联网在品牌形象上立人设、拉好感，的确可以在一定时间内赢得关注度，增强用户黏性，但从企业持久稳定发展来看，仅靠这些是远远不够的。

要想赢得即时零售市场，需要具备实打实的能力，例如严格筛选商品品质的把控能力，用户需求偏好的洞察能力，运用数字化工具对运营数据进行实时监测与深度分析的能力等等。如今的舆论战、口水战，将行业问题摆在台前，最多能称得上“有勇”。只有利用良性竞争，真正解决这些问题，塑造一个对各方都友好的消费环境，才是“有谋”。

澳洲幸运10是官方彩吗

168澳洲10官网开奖结果

极速赛车计划数据大全

如何分析澳洲幸运10

澳洲10开奖和历史

名爵168澳洲幸运10官网

0.1捕鱼送6元

168澳洲幸运5官方开奖记录查询

澳洲幸运5官网开奖记录168

澳洲10官网历史开奖

168澳洲幸运10官方开奖手机版

168免费精准预测

澳彩大数据分析软件

168飞艇开奖官网开奖查询

168澳洲幸运5正规官网开奖结果

澳洲幸运10计划人工

168澳洲幸运5官网结果记录体彩

澳洲10是官方开奖全国一样的吗

澳洲10开奖网址查询