

1

表面上是京东向美团的外卖业务发起进攻,而实际上这是一场京东对自身业务腹地的守卫战。美团推出的即时零售相关业务会直接挑战京东的根基

2

京东进军外卖市场的举措实则为其未来业务版图进行前瞻性布局。若论电商行业未来演进方向,有充分理由认为即时零售是未来电商的出路

拼了！刘强东亲自送外卖

京东借外卖之争

打响即时零售守卫战

21日,京东集团创始人刘强东在北京亲自送外卖。有网友在社交网络平台晒出了与刘强东的合影,称其接到了刘强东送的第一单外卖。这也标志着京东与美团这场“外卖”大战继续升级。

自2月11日京东宣布正式启动外卖服务以来,短短2个多月时间里,与美团已多次交锋。多名业内人士对记者表示,表面上是京东向美团的外卖业务发起进攻,而这背后或许也是一场京东对自身业务腹地的守卫战。

新·闻·背·景

“二选一”之争

4月21日,京东发布《致全体外卖骑手兄弟们的公开信》,称为应对某平台的骑手“二选一”,将加大全职骑手招聘力度,未来3个月将招聘名额由5万名提高到10万名。同时,为应对部分外卖订单延迟的问题,京东宣布4月21日起,所有超时20分钟以上的外卖订单,京东全部免单。

而在4月19日,美团通过“小团有话说”辟谣了美团骑手去其他平台接单会被封号一事。美团表示,美团面向全行业招募优质骑手,不会违规限制任何骑手的准入准出,更不会因此对骑手进行永久封号处置。

“二选一”一事双方各执一词,能确定的是外卖行业火药味日渐浓重。主业务分别为电商和外卖的两家平台,因为即时零售业务逐渐针锋相对。

各自『亮剑』

外卖与即时零售成为双方主战场

以攻为守

京东保卫电商快送版图

今年2月11日,京东宣布正式启动外卖服务,招募“品质堂食餐饮商家”,并承诺2025年5月1日前入驻的商家全年免佣金,直击美团和饿了么6%~8%佣金率。自此,京东就像一条鲶鱼,直接搅动了原本平静的外卖江湖。美团对其的人局快速做出了反应,在48小时内推出“护城计划”,降低KA商家抽佣,乡镇市场首年佣金减免。

骑手们的待遇随后成了舆论焦点。京东率先给10万名全职骑手交五险一金。在压力之下,美团回应称目前正在搭建骑手社保相关的信息系统,预计2025年二季度开始实施,逐步为全职及稳定兼职骑手缴纳社保。

4月11日,京东在外卖业务上再次加码,全面上线百亿元补贴,声称将在一年内投入超百亿元。之后,京东外卖的日订单量迅速突破500万单。

双方高管还隔空呛声。

4月12日,美团本地商业CEO王莆中在社交平台回应京东做外卖一事。他表示,想做外卖的企业有很多,京东实际此前通过达达和京东到家早已涉足,但收效甚微。相较之下,美团在即时零售业务上已经做出了成绩,并透露平台非餐饮类即时零售订单已经超过1800

多名业内人士对记者表示,这场交锋表面上是京东向美团的外卖业务发起进攻,而实际上美团已经入局了京东的电商快送版图,京东属于以攻为守。

4月15日,美团发布即时零售品牌“美团闪购”,并进入美团App首页一级菜单。但实际上,美团闪购早在从2018年就已组建团队。

截至2024年末,美团闪购合作商户已经覆盖到5600家大型连锁零售商,41万本地小商户及570家品牌商。包括3万前置仓在内的闪电仓模式,进一步助推美团闪购在低线城市业务的渗透。而美团的计划是,要在2027年建成10万个闪电仓,规模达到2000亿元。

在中国连锁经营协会客座顾问、零售电商行业专家庄帅看来,京东与美团有这么一战是必然的。一方面,是因为京东与美团都是以物流优势成长起来的电商平台。另一方面,美团闪购的即时零售业务经过短短几

万单,他认为这让某些公司如鲠在喉。

京东虽未正面回应此事,但京东集团新闻发言人齐珊珊在朋友圈发布了与京东集团创始人刘强东的内网对话,该对话截图显示,刘强东得知王莆中的言论回应称:不要和人打口(水)仗。

4月14日,美团开始采取更实际的应对措施,美团外卖总经理薛冰宣布,未来三年,美团外卖将向餐饮行业整体投入1000亿元。4月15日,美团即时零售品牌美团闪购正式发布。

两个小时后,京东方面发表《京东不打口水仗,但会坚持说实话》的文章。文中提及京东将招收不低于5万名全职外卖员,并足额缴纳五险一金。同时对于美团闪购的即时零售业务,京东称,平台已经上线的“自营秒送”,已接入超10万家京东品牌线下店,平均送达时间快于30分钟。同时,一份京东外卖7分钟内部讲话的录音开始广泛传播,刘强东在这份录音中称,京东外卖的净利率不准超过5%，“超了5%,我要处分人的。”

一番你来我往的交锋之间,京东与美团相继“亮剑”,外卖与即时零售成为双方交锋的正面战场。

年的快速增长,不仅超过了京东秒送,还在这两年开始通过签约各大知名品牌和拓展平台仓(美团闪电仓)的模型快速渗透到京东的3C数码、家电和超市快销品等优势品类。而美团自营的小象超市的不断壮大同样对京东的自营模式提出了挑战,京东基本盘被美团不断侵蚀已经是板上钉钉的事实。

“京东必须在美团闪购和自营业务突破万亿元规模之前采取行之有效的应对策略,进军外卖业务显然属于以攻为守的最优解,通过举全平台之力杀入美团的基本盘,从而减缓美团即时零售业务的发展,同时为京东的即时零售业务争取时间并抢夺美团的骑手和商家资源。”庄帅称。

艾媒咨询集团CEO兼首席分析师张毅也向记者表示,美团推出的即时零售相关业务会直接挑战京东的根基,所以这场仗实际上是京东的保卫战。“所以京东会打得会比较急促一些,因为它受到了威胁。”



网友偶遇刘强东送外卖。

专·家·观·点

外卖是门好生意吗？

部分消费者在体验过程中反馈,京东外卖存在接单慢、配送员身着美团服装等情况。记者也实际下单体验了一番,从下单到外卖抵达的时间为37分钟。记者下单的是一杯约21元的饮料,免运费叠加优惠券,到手18元,送达时间比预计的配送时间晚了约3分钟左右,配送员为京东旗下的达达快送。

相比过去互联网企业在蓝海市场打群架,这次京东入局外卖领域,则是在已有龙头企业掌控的成熟市场进行竞争。

对于本次骑手接单之争是否涉及“二选一”,工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为,如果骑手是全职,不是“二选一”的问题,而是可能涉及竞业禁止。如果是骑手属于个体、兼职或者外包,那么个体劳动者对企业不负有忠诚的责任。

盘和林还从竞争格局维度进行了分析,他向记者称,京东与美团的较量将聚焦于两大核心战场:其一是用户的争夺,其二是骑手的争夺。

“在这场攻防战中,谁能在用户覆盖率和骑手占有率上突破市场容量的一半,谁就能掌握更强的市场话语权和规模优势。”盘和林认为,“当前竞争态势下,美团作为守擂方,其核心挑战在于防止骑手流失。由于美团采用外包模式而非全职雇佣制,其在骑手多平台接单方面缺乏强约束力。反观京东,则采用全职与兼职相结合的用工模式,兼职会以美团骑手作为补充。因而京东要保障美团兼职骑手的收入,才能留住人。”

文图综合财联社、第一财经

中国人民银行:

正研究制定航运、化工等七个行业转型金融标准

新华社北京4月21日电(记者 任军 吴雨)绿色金融标准体系是绿色金融发展的主要支柱之一。中国人民银行研究局局长王信21日在国新办新闻发布会上介绍,目前,中国人民银行已发布6项绿色金融标准,支持各类绿色金融产品和市场规范发展。同时,转型金融标准不断完善,正研究制定航运、化工等七个行业转型金融标准。

“绿色金融标准制定有利于合理界定绿色金融和转型金融相关活动,避免所谓的‘洗绿’和‘假转型’问题。”王信表示,目前,中国人民银行已发布6项绿色金融标准,其中1项是国家标准,5项是行业标准,还有19项标准正在研究制定中。

在转型金融方面,王信介绍,中国人民银行牵头制定钢铁、煤电、建材、农业4个重点行业转型金融标准的工作已取得重要进展,明确了转型主体的认定条件,以有效满足传统高碳领域在低碳转型过程中合理必要的资金需求。目前这几项标准正在部分地区试用,截至2025年1月末试点地区落地贷款累计金额约425亿元。

王信表示,在此基础上,中国人民银行正在研究制定第二批航运、化工等七个行业的转型金融标准。下一步,中国人民银行将不断强化绿色金融、转型金融标准制定,优化绿色金融政策工具箱,更好促进绿色低碳相关金融工具和金融服务发展。

杜绝虚假宣传与过度营销

中汽协发布倡议书规范驾驶辅助

近年来,我国智能网联汽车产业快速发展,组合驾驶辅助(2级驾驶自动化)系统已进入规模化应用关键期。为了进一步引导企业强化自律意识,践行质量承诺与安全责任,构建良性发展生态,推动组合驾驶辅助功能产品安全推广应用,中国汽车工业协会联合中国汽车工程学会发出如下倡议:

1. 切实履行产品质量安全主体责任。企业应加强能力建设,健全产品质量管理体系;强化产品安全设计,明确系统功能边界与安全响应机制;合理设计人机交互方式,确保信息提示及时并易于理解;开展充分的研发、测试与生产管理,持续保障智能网联汽车产品质量安全。

2. 规范营销宣传行为。企业应严格依据《汽车驾驶自动化分级》(GB/T 40429—2021),杜绝虚假宣传与过度营销,避免使用模糊或误导性表述,确保功能命名科学严谨,防止驾驶员误用、滥用风险。对已发布的失实信息应及时澄清并整改,主动承担企业主体责任和社会责任。

3. 切实履行告知义务。企业应建立面向用户的组合驾驶辅助功能产品告知机制。全面告知驾驶员责任、系统基本信息、正确使用方式和应急处置方法等核心内容,确保用户清晰认知驾驶辅助与自动驾驶的本质区别,共同筑牢道路安全防线。

以上倡议,请各相关企业积极响应、认真落实。中国汽车工业协会和中国汽车工程学会将继续发挥行业组织的引导与协调作用,强化行业协同治理,推动技术稳步有序发展,为消费者提供安全可靠的出行体验。

据央视新闻客户端

