



国家地理标志产品仓桥水晶梨保护示范区

上海仓桥水晶梨发展有限公司

经中国绿色食品发展中心许可使用绿色食品标志

地址:上海市松江区富永路2000号

邮编:201699

详情咨询:4006198618(金先生)

网址:www.cqshuijingli.org



# 电商物流发力 城乡产销给力

【聚焦】



“一个人,一个站,一座城。”土生土长的四川九寨沟京东配送员徐勇,这样介绍自己的工作内容。靠一辆面包车,徐勇每天配送上百单,及时把商品送到顾客手里。在消费者享受方便快捷的电商服务背后,是千千万万个像徐勇这样的物流人在不停奔波。

## ●物流网络全覆盖 城乡购物都方便

在新疆塔什库尔干县,人们再也不用为买不到新款家电发愁了。去年,京东物流在这里建了一个配送站,由于物流配送渠道通畅,最新上市的电视机、电饭煲,点个鼠标就能送到家。现在,当地女性也开始在京东上购买化妆品、面膜和图书,下单后很快就能收到货。

“小生产、大市场”导致流通效率低、成本高,成为制约传统零售体系发展的瓶颈。一件东南沿海生产出来的商品要进入农村市场,要先运往大区分销商仓库,然后到省级、地级市经销商仓库,再到乡镇经销商门店。多次“搬、倒、腾、挪”,不但增加物流成本,也影响到货质量和消费者体验。

电商也在为配送苦恼,一些偏远地区物流基础设施欠缺,配送成本高甚至根本无法配送,造成当地消费者“能浏览而不能下单”。

从2007年开始自建物流体系到2017年成立物流集团,京东用十多年时间,在全国运营约600个仓库,运营23个大型智能化物流中心,物流基础设施面积超过1500万平方米。

目前,京东物流大件和中小件网络已实现内地行政区县100%覆盖,自营配送服务覆盖了全国99%的人口,90%以上的订单24小时送达,

将商品流通成本降低了70%,物流运营效率提升两倍以上。

凭借中小件、大件、冷链、B2B、跨境和众包六大物流网络,应用大数据、云计算、智能设备,京东正在打造一个从产品销量分析预测到入库出库、运输配送各环节的智能供应链服务系统。通过这一系统,各种产品能够以更精准的计划生产出来,并以更快的速度、更低的成本到达消费者手中。

## ●供应链助力 消费者受益

今年京东“618全球年中购物节”促销期间,人工智能客服受到用户喜爱,它不仅可准确分辨用户的情绪变化,还能独立解决用户90%以上的问题。

走进北京五环附近的曲美家居店,商品琳琅满目,其中很多都是通过京东大数据对消费者需求分析后精准引入的商品,再通过京东的供应链提供给实体店。选购之余,人们可以在休息区点一杯现磨咖啡,从书架里抽一本书,在沙发上消遣时光。这家由京东和曲美家居联合打造的门店,让购物更休闲、更温馨。

京东认为,随着线上线下深度融合,零售已不能仅满足于卖出商品,而要更加精准地了解并满足消费者的需求,实现多元化、个性化的消

费。在这个过程中,智能供应链的价值得到凸显。

过去十几年,京东从打造自营电商、建立自有物流体系起步,积累了覆盖各大品类的海量消费数据。他们挖掘出数据中显示的消费新趋势,及时分享给上游的生产者,帮助他们改进产品,设计新品。如今,京东正在将智能供应链能力向更多合作伙伴开放,帮助生产企业降本增效。

借助于京东智能供应链,去年促销活动期间,苏泊尔、松下、飞利浦等家电品牌现货率达到99%;通过京东平台智能补货系统,重点品类预测准确率达93%。

除了技术进步,消费者还能从服务升级中受益。过去退换货,消费者先得把货寄回,等待电商平台或者商家审核,之后才能换货或者退款。京东2010年推出“上门换新”服务,并在去年5月升级为“以换代修”。当顾客提出换货需求,只要符合退换货条件,京东配送员会携带全新的商品上门,直接换走问题产品,大幅减少退换货等待时间。

## ●绿色农产品 卖出好价钱

在四川广元市青川县,蜜蜂养殖已有几百年历史。在青川放养的土蜂,可以采集森林中百余种野花,包含五倍子、党参、天麻等多种中药材,蜂蜜色泽好、口感佳、业内公认。然而,受制于流通网络和销售渠道,好产品很难卖出好价格。

去年,青川养蜂人杨鸣的土蜂蜜等来了“伯乐”。成都等蜂来蜂业有限公司吸收杨鸣成为合伙养蜂人。经过标准化采集和生产后,一款名为“老巢崖蜜”的产品在京东平台迅速走红。

“老巢崖蜜”品牌推广过程中,在线上,京东体系的商城、京东众筹、京东到家等渠道给予大力支持;在线下,等蜂来与京东的线下体系展开合作,不仅销售常规包装蜂蜜,还推出适合各种超市、便利店体系的便携式产品。

工业品下了乡,农产品进了城。现在,京东又在研究,如何在农产品和城市消费者之间建立快速通道。他们实施“互联网+农村”战略,建立冷链、仓储、配送一体化网络,提升流通效率。此外,京东还发挥平台优势,帮助优质产品创立品牌。

优质农副产品的产地,不少是贫困地区。京东在电商扶贫中,注重以品牌化为重点,促进扶贫产业变成高附加值产业,增强产品和产业的抗风险能力,帮助扶贫产业走向市场。

京东推广“扶贫跑步鸡”项目,从养殖、营销、推广、技术追溯等各个环节加以规范,促进绿色农产品规模化、标准化生产,在更多地区推广复制。这一项目既吸引了贫困户积极参与,又为消费者提供了优质产品,实现了利益共享、多方共赢。

中农

## 饲料全面“禁抗” 动物源食品安全未来可期

我国动物源食品安全正受到生物污染和化学物污染的威胁。畜禽养殖中,如果超量使用兽药,甚至使用违禁药品,会造成动物源食品中兽药残留超标。

日前从首届农业化学学术讨论会上了解到,国家农业农村部已发布194号公告,公告称,自2020年元旦起,我国饲料中全面禁止添加抗生素,减少滥用抗生素造成的危害,维护动物源食品安全和公共卫生安全。

“全球每年消耗的抗生素总量90%用在了食源动物身上,致使细菌耐药性和药物残留等问题日益突出。”全国兽药残留专家委员会委员、卫生部食品安全国家标准评审委员会委员、扬州大学兽医学院教授卜仕金说,“据世界卫生组织预测,到2030年耐药菌问题可能会使2400万人陷入极端病痛。英国的一项研究结果显示,如果细菌耐药的发展趋势不能得到有效遏制,到2050年超级细菌将导致每年约1000万人丧命,这将超过每年死于癌症的人数。”

可以说,我国在畜禽养殖过程中,国家一直倡导科学饲养,合理规范用药,农业部每年制订食品残留监控计划,农产品安全检测中心具体落实监控。同时也已加大科研力度,组织实施重点攻关,应用新的技术手段和方法,千方百计维护食品安全。

目前,我国已制订《遏制细菌耐药国家行动计划(2016—2020年)》,要提高抗菌药物科学应用与管理水平,遏制细菌耐药发展与蔓延。同时,国家农业农村部正式出台全面“禁抗”的决定。

“这些新制修订的国家标准不仅为监控动物源食品中兽药或化学污染物残留提供了依据,而且对控制动物源食品中兽药或化学污染物的残留量提供了重要的技术手段。”卜仕金说。

然而近年来,畜禽传染病虫害的发生,已严重影响畜禽产业的发展。尤其是非洲猪瘟和草地贪夜蛾等,往往是带来毁灭性打击,致使一些养殖户损失很大。那么,畜禽养殖业全面“禁抗”后,如何在既有效保障畜禽产业发展的同时又能保障食品安全?

“我们可以研究利用更加精准的方法检测药品残留和致病菌,我们也可以研制噬菌体药物对付超级细菌。但科学养殖、科学用药仍是硬道理。”扬州大学兽医学院院长刘宗平教授说。

“饲料中全面禁止添加抗生素,这要求我们要进一步提高动物营养与保健,调整饲料营养设计,选用新型绿色添加剂产品。”刘宗平说,要提高养殖管理水平和生物安全体系建设,改善养殖环境,建设“替抗”方案,降低饲料“禁抗”后对养殖业的影响,为人们提供质量好又安全的绿色食品,满足人民群众对美好生活的向往。

过国忠

【相关链接】

## 让“快递下乡”真正进村入户

农村物流快递业的发展,是关系到农村群众生活幸福的大事,地方政府不仅要从事政策上对快递企业进行扶持,还要大力宣传电子商务,吸引更多快递企业前来设点。快递企业也应创新经营模式,建立适应农村现状的物流模式。

当前,各大电商平台纷纷掘金下沉市场,农村作为下沉市场重要组成部分,网络消费增长尤其强劲。据国家邮政局消息,2019年1—4月,农村快递业务量同比增速超过30%。然而,部分乡村的配送体系却跟不上村民消费和发展的需求。国家邮政局政策法规司司长金京华曾表示,全国74.9%的建制村尚未配备农村电商配送站点,乡村快递“最后一公里”仍在施工中。

农村居民逐渐成为网络购物的中坚力量之一,给增长迅速的快递数量作出了不小的贡献。农村快递正在成为快递业务新的增长点,许多地方特产通过快递渠道走进了千家万户,

“快递+电商+农业”模式成为精准扶贫的标配。

与之相对应的是,农村物流“最后一公里”还面临诸多障碍。全国74.9%的建制村,尚未配备农村电商配送站点,就是一种突出表现。农村快递服务水平的相对滞后,也给农村公共管理带来了不小困难。快递的安全、卫生、服务方式及态度等方面的问题日益突出。比如,快递服务人员频繁进出村户,道路交通存在一定隐患;快递代办点各类邮件混乱摆放,经常出现丢件、损坏、错拿等问题。

对于农村地区来说,人口居住分散,业务量相对较低,快递公司因为有着成本和利润的考虑,在农村布置的网点仍然很少。目前,各县区的快递公司,基本上都是个人加盟,很少有快递公司直接设点。为了收回投资,一些加盟点的经营行为不规范,恶性竞争、收费随意的情况时有发生。再加上一些经营者服务意识、安全意

识不强,有的快递代理点连基本的消防安全标准都无法达到。快递下乡中出现的困难和问题,已经引起了一些地方的重视。如何让快递网点与电商发展同步,仍然有着较长的路要走。

可见,打通农村“最后一公里”,还须加快“施工”进度。小康不小康,关键看老乡。农村物流快递业的发展,是关系到农村群众生活幸福的大事,地方政府不仅要从事政策上对快递企业进行扶持,还要大力宣传电子商务,鼓励农村居民把自家产品放到网上销售,以吸引更多快递企业前来设点。

此外,快递企业要是着眼长远,在一些有发展潜力的乡镇甚至村子提早设点布局,创新经营模式,建立适应农村现状的物流模式,比如在确保收到货款的前提下,与农村通村班车等进行合作,降低经营成本。如此多措并举,农村群众才能更好、更快地享受互联网带来的快捷和便利。

汪昌莲