

# 上海物流展【万象】48小时发全国！京东物流投用新疆产地智能供应链中心 | 23.6万亿元！

产品名称	上海物流展【万象】48小时发全国！京东物流投用新疆产地智能供应链中心   23.6万亿元！
公司名称	参展参观报名
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	参展咨询,展位预定
联系电话	021-54700919 13248370797

## 产品详情

编辑搜图

01

年营收突破2800亿元！中国物流集团披露“十四五”主要目标

(来源：物流指闻)

编辑搜图

(图片来源：物流头条)

物流指闻获悉，近日中国物流集团发布“十四五”战略规划。规划披露，中国物流集团“十四五”的主要目标包括：资产总额突破2000亿元，实现年营业收入突破2800亿元，利润总额突破80亿元，资产负债率不高于65%，净资产收益率不低于8%；营业收入利润率提高到2.9%。

中国物流集团表示，国家战略需要是中国物流集团发展的原点；承担特殊使命、打造物流安全“特种部队”是中国物流集团构筑核心竞争力的重要依托；资源整合是中国物流集团高质量发展的必由之路；数字化转型是中国物流集团高质量发展的必然选择；将深化改革作为中国物流集团高质量发展的动力之源；人才是中国物流集团高质量发展的资源。

中国物流集团的企业愿景是成为高效、的世界综合物流服务商，企业使命为服务现代流通，保障国计民生。规划还披露了中国物流集团的“123456”发展战略框架，即聚焦一个战略目标，成为具有全球竞争力的世界综合性现代物流企业集团；构建“物流实体网络、物流数字网络”两大基础网络；推动全要素整合、全方位创新、全球化发展三大重点工程；建设资产资源、投资运营、科研创新、资金管控四大支撑平台；打造综合物流服务、供应链集成服务、国际物流服务、物流设施综合服务、物流生态服务五大业务集群；实施优化组织体制、健全市场化机制、实施人才强企战略、夯实管理基础、完善风控体系、坚持党建引领六项保障措施。

原文链接：

<https://headscm.com/Fingertip/detail/id/31712.html>

02

推进链网融合！京东物流入围2022全球强物流品牌和全球物流品牌价值25强

（来源：物流指闻）

编辑搜图

（图片来源：物流头条）

近日，全球品牌价值评估机构Brand Finance发布了《Brand Finance 2022年全球物流品牌价值25强》，京东物流入围，同时通过衡量营销投入、利益相关者权益和业绩表现等指标评估品牌的综合实力，京东物流与港铁公司、UPS等共同入围“全球强物流品牌”。

Brand Finance是国际公认的全球唯一的独立第三方品牌价值评估机构，也是全球唯一获得国际公认的品牌价值评估标准ISO10668以及品牌评价标准ISO20671认证的品牌服务机构，具有高度的独立性和性。

Brand Finance报告指出，尽管疫情导致供应链受到影响，但京东物流仍投资于技术和研究，在中国部分城市推出自动配送服务；此外，京东物流专注于ESG项目，通过建立中国个碳中和物流产业园、采用绿色仓储、可重复使用的包装和使用可再生能源，对其整个供应链的碳排放进行更好的控制和管理，使该品牌更加可持续发展。

在全球供应链“危”“机”并存之下，新型实体企业围绕供应链打造的基础设施和技术服务正在发挥更重要的作用、创造更大的价值。通过打造“有责任的供应链”和“织网计划”，京东开放自身的供应链基础设施和技术，织起了货网、仓网、云网并深度融合解耦，实现“三网通”，不仅保障自身供应链的稳定性与可靠性，还带动供应链产业链上下游生态企业数字化转型和降本增效。而由京东物流核心织就的仓网是“三网通”坚实的设施躯干。

目前，京东物流运营约1400个仓库、有超20万名自有配送人员，建立了包含仓配网络、综合运输网络、最后一公里配送网络、大件网络、冷链网络、跨境网络在内的高度协同的六大网络，服务范围覆盖了中国几乎所有地区、城镇和人口，可以在全国94%区县、84%乡镇可实现“当日达”或“次日达”。同时也在不断加强海外仓储和干线网络布局，建立了覆盖近230个国家及地区的国际线路，截至2021年底已拥有近

80个保税仓库及海外仓库。在提升京东零售运营效率的同时，京东物流也在向更多的合作伙伴提供一体化供应链服务，协助他们实现库存管理优化、运营成本减少以及内部资源的高效分配。

今年以来，疫情防控形势复杂严峻，依托数实融合、链网融合的供应链优势，京东物流投入大量人力、物流、运力积极助力上海、北京、西安等全国多地抗疫保供。从3月底至5月底，京东物流通过航空、铁路、海运、陆运等多种方式累计为上海运送米面粮油、药品、母婴用品等物资超过15万吨，从全国各地增派快递员、分拣员等5000多名，建成超1620个无接触社区保供站，调运无人智能快递车100余辆，全力保障上海用户的物资需求。

同时，通过一体化供应链智能分仓体系、智能预测、快速响应机制等，先后协助商家解决供应链堵点、阻点问题，保障供应链履约体系稳定有序。有三方调研数据显示：京东物流是在疫情期间用户率持续增长明显的供应链物流企业，而企业对于京东物流的风险应对能力和社会责任感评价也高。

作为国内首家设立科学碳目标的物流企业，京东物流始终致力于打造绿色供应链，持续探索包装、仓储、运输、循环利用及生态合作等方面的绿色可持续发展方式。其中，京东物流西安“亚洲一号”智能物流园区已获得认证成为我国“零碳”物流园区。

近日，京东物流与中华环保联合会绿色供应链专委会联合发布“供应链脱碳行动”，同时宣布加入全球可持续消费倡议，并承诺：始终践行“有责任的供应链”，携手上下游合作伙伴和消费者，推动供应链端到端绿色化、一体化。相比于2019年，京东物流承诺到2030年将实现碳排放总量减少50%。

面对诸多不确定性因素，京东物流以“有责任的供应链”践行使命与担当，展现了更为强大的柔性、韧性、敏捷性和确定性，在实现自身品牌的可持续发展的同时，有效助力企业、行业、社会实现降本提效、高质量发展。

<https://headscm.com/Fingertip/detail/id/31746.html>

03

阿里财报：菜鸟外部收入占比提高至70%，核心物流能力持续获市场认可

（来源：物流指闻）

编辑搜图

（图片来源：物流头条）

8月4日，阿里巴巴集团发布2023财年一季度财报。其中菜鸟当季总营收172.92亿元，外部收入占比达到70%，显示出菜鸟核心物流能力持续获得市场认可，高质量产业互联网加快推进建设。

菜鸟本季度进一步提升了面向商家和消费者的履约及增值服务，包括以直营配送、加盟驿站等多种方式送货上门提升消费者体验，以行业特色解决方案提升供应链服务，以国际端到端物流提升国货出海服务等。

提升消费者体验，菜鸟推多种方式送货上门

以多种方式送货上门，是菜鸟今年重要的事之一，并在本季度取得新进展。

一种方式是通过自营的菜鸟直送（丹鸟）上门。菜鸟直送长期为天猫超市在全国300多个城市送货上门，包括米面粮油，酒水饮料等重货都一律送上门，并且承诺“不上门必赔”，获得消费者深度认同，重点城市的消费者满意度于行业。

本季度，菜鸟直送开始为天猫国际提供高品质的上门服务，目前80%的菜鸟保税仓已接入。

第二种方式是通过加盟式的菜鸟驿站上门。目前，菜鸟驿站联合天猫、淘宝推出的送货上门已经覆盖全国200多个城市，快可实现当日选、当日送。本季度，全国约70%的菜鸟驿站能够为消费者提供送货上门服务选择。

此外，菜鸟本季度还新推出了第三种上门方式：通过申通快递、菜鸟驿站、菜鸟直送等多种能力组合，让消费者在淘宝下单时，就可以提前选择送货上门，且不产生额外费用。目前该服务已在杭州、西安、嘉兴等城市进行试点，重点城市试点以来的送货上门率已经于行业。

升级商家供应链，菜鸟打造行业特色解决方案

本季度，菜鸟根据商家品牌的行业特点，围绕家装、重货、冷链、大家电、快消、美妆等行业，打造了更具针对性的特色解决方案。

例如菜鸟的食品重货服务，上门率、破损率都显著优于平均水平。菜鸟家装的“送达，一次安装”，消费者满意度超过市场平均水平。菜鸟冷链提出高标准的“化冻必赔”，超出行业普遍标准。对于大家电，菜鸟提出“次日达、晚必赔”，全年满意度同样于行业。

菜鸟特色行业供应链除了To C服务，也有To B服务帮助品牌商家进行多渠道库存管理，以及送货至其他经销商、线下商超、商圈柜台。

菜鸟供应链还通过数字化技术，让品牌商在菜鸟APP上可以看到发往各个B端渠道的货物实时信息。“以前只有消费者购物可以看到每个包裹的实时物流详情，这次是行业内的一个突破”，有商家供应链负责人说。

助力国货出海，菜鸟提升端到端国际物流能力

菜鸟是全球化的长期主义者，持续投入建设扎实的国际物流能力。本季度，菜鸟在以色列新建一个自动化分拣中心，并在近期正式投入使用，使得菜鸟自营的海外分拣中心总数增至10个，可服务欧洲、东南亚、南美、中东等市场。

菜鸟正式推出菜鸟国际快递快线产品，重点覆盖欧美六国（英国、西班牙、法国、德国及美国等），预计快5个工作日可将包裹送达海外消费者，并将持续优化“10美元5日达”、“5美元10日达”等产品，全面提升跨境体验，如提供并持续升级“5美元10日达”的晚到必赔服务，给予国货出海更强有力的物流保障。

此外，菜鸟联手速卖通持续升级优选仓服务，加速跨境包裹的物流履约，如通过威海优选仓和韩国分拨中心，菜鸟正在加速全面实现韩国跨境3日达。

为更好助力国货出海，菜鸟计划在一年内深耕20个核心跨境电商产业带，聚合海运、空运、陆运等多式联运物流资源和海外物流仓储网络建设，点对点服务上百家跨境电商企业。

除了核心物流能力，菜鸟物流科技在本季度也取得关键进展。菜鸟自研的新一代识别技术RFID标签，识别准确率达到99.97%的水平，已经在取代条码识别，帮助徐福记等企业进行供应链数字化转型。

在疫情等不确定性因素影响下，菜鸟本季度继续保持稳定物流履约，为商业经营和民生提供确定性保障，体现出物流产业互联网高韧性、高效率的显著优势。

<https://headscm.com/Fingertip/detail/id/31748.html>