



此段为非正文可忽略不看：提前做好仓储物流的布局，以更低的成本，更的服务让下沉市场消费者获得满意的购物体验。下沉市场之争，终还是要回归到物流和供应链的竞争，这是解决下沉市场消费者核心痛点的主要手段，也电商平台体现差异化竞争的方式。下沉市场的物流与供应链之争从各大电商平台的新增用户数据看，这些用户7%以上都来自下沉市场，这说明用户有很大的重叠。这与一二线电商市场一样，天猫和京东的用户也有极大的重叠。电商平台的用户没有的“忠诚”，哪里商品价格合适、品质好、服务好，就在哪里购买。

?????????????? ??HS????? ?????????????? ?????????? ??????????????????????  
????????????????????????????? ?????????????? ?1?????????????1? ?2?????????????????????????????????2?  
?3?????????????????????1? ?4????????????????????\*????????????2—3? ?5?????????????????????1??  
??

此段为非正文可忽略不看：（1）首先应与港池调度室取得联系安排计划 另一方面，自动化设备正从重点枢纽向区域型枢纽下沉。在江苏灌云、海门等地，申通均筹措资金引入自动分拣线，区域快件处理效率。四是服务民生福祉的能力显著加强。一方面，用户收到快件又好又快。顺丰、苏宁天天、中通、百世均凭借仓储能力，在分钟级别内送达首单；天猫双11亿个包裹发出仅用8小时，相比218年缩短了59分钟。另一方面，快递小哥心更暖。由邮政快递报社牵头组织的快递员关爱周继续举办，各寄递企业纷纷响应；申通实施万人激励计划，新峰卓越奖星级爬坡奖等奖项，总奖金超过6万元；百世发起送水公益活动，还建立快递员现金奖励制度，设置派件龙虎榜，奖励金额超1万元，并对实际签收量排名前5的城市网点予以2万元奖金激励，针对四五线城市和偏远地区的末端困难网点给予补贴。