

经济日报携手京东发布数据——

# 春节快递不打烊

## “年货春运”改变了啥

董菲

古时一封家书抵万金，现在年货快递暖人心。春节临近，消费者精心选购的年货正随着一个个快递包裹抵达千家万户。随着物流的不断下沉与基础设施的完善，各大平台纷纷在春节期间推出快递不打烊服务，物流服务的城市覆盖面更广了。数据显示，在30个省份、超过300个城市、近1500个区县的消费者，即使是在除夕、大年初一也可以正常下单收货，便捷迅速的物流服务潜移默化地改变着消费与供给行为。

首先，春节期间的消费活力被进一步激发。从消费人群看，更多消费者尤其是下沉市场的消费者享受到更具时效性的物流服务；从消费结构看，随着快递业务的持续拓展，春节消费与日常消费越来越接近。可以说，只要基础设施和服务到位，消费者的消费需求就能够得到全方位释放。

其次，随着物流服务的下沉，高质量农产品获得了新的销售机会，区域农产品和产业带上行渠道进一步拓宽，让更多农产品走上消费者的节日餐桌。例如，春节期间是南美车厘子的丰产季，红色的车厘子非常符合中国年味。但因为车厘子存在易腐烂、保质期短的特点，只能在拥有空港的口岸周边销售，以前只有一二线城市的消费者能够一饱口福。而在冷链物流服务普及后，这一问题得到有效解决，车厘子得以从口岸输送到全国各地。不仅仅是车厘子，扎实的基础设施还帮助干湖鱼、宿迁霸王蟹这些颇具年味的商品行销全国，并带动相关产地的农业经济快速发展。

春节是阖家团圆、走亲访友的中国传统节日，在节日里为亲朋好友准备的年礼不仅仅是一份商品，更代表着一份真挚的情感。随着“春节也送货”城市不断拓展，越来越多的消费者在春节期间能够享受到“睡前下单、醒来收货”的购物体验，“年货春运”已经成为一种新的潮流趋势。同时，畅通的物流服务也让更多商家参与到春节市场中，推出更多更具年味设计、更高质量的年货产品，让温暖和关爱洋溢在每个角落。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

### 从快递包裹看配送变化

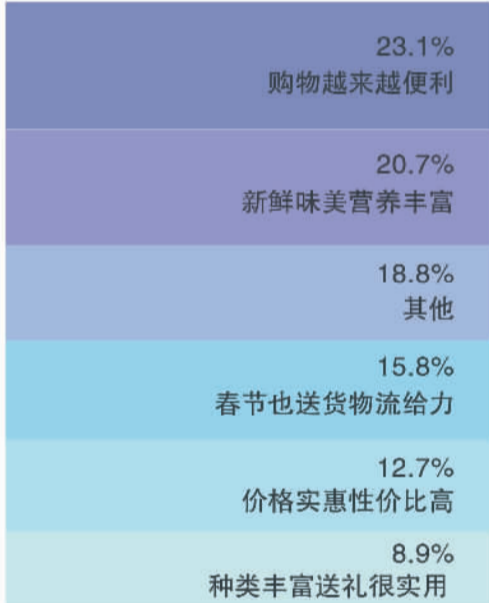
春节期间，普通订单可正常下单网购并享受配送服务的城市数量逐年增加。以京东为例，2013年在12个城市开启春节送货服务，2022年已拓展至300个城市及1500个区县

从全国12城到超过300城，“春节也送货”逐渐成为了一种行业服务常态。今年即使是在除夕和大年初一，消费者都可以享受送货上门等高品质物流服务，轻松实现年货网购。这意味着拼服务、拼品质正在成为整个快递物流行业进入良性发展通道的重要标志。相关企业要继续升级基础设施和服务，进一步满足消费者的节日需求。

### 说数

### 消费者有话说

春节期间消费者购物评价内容占比



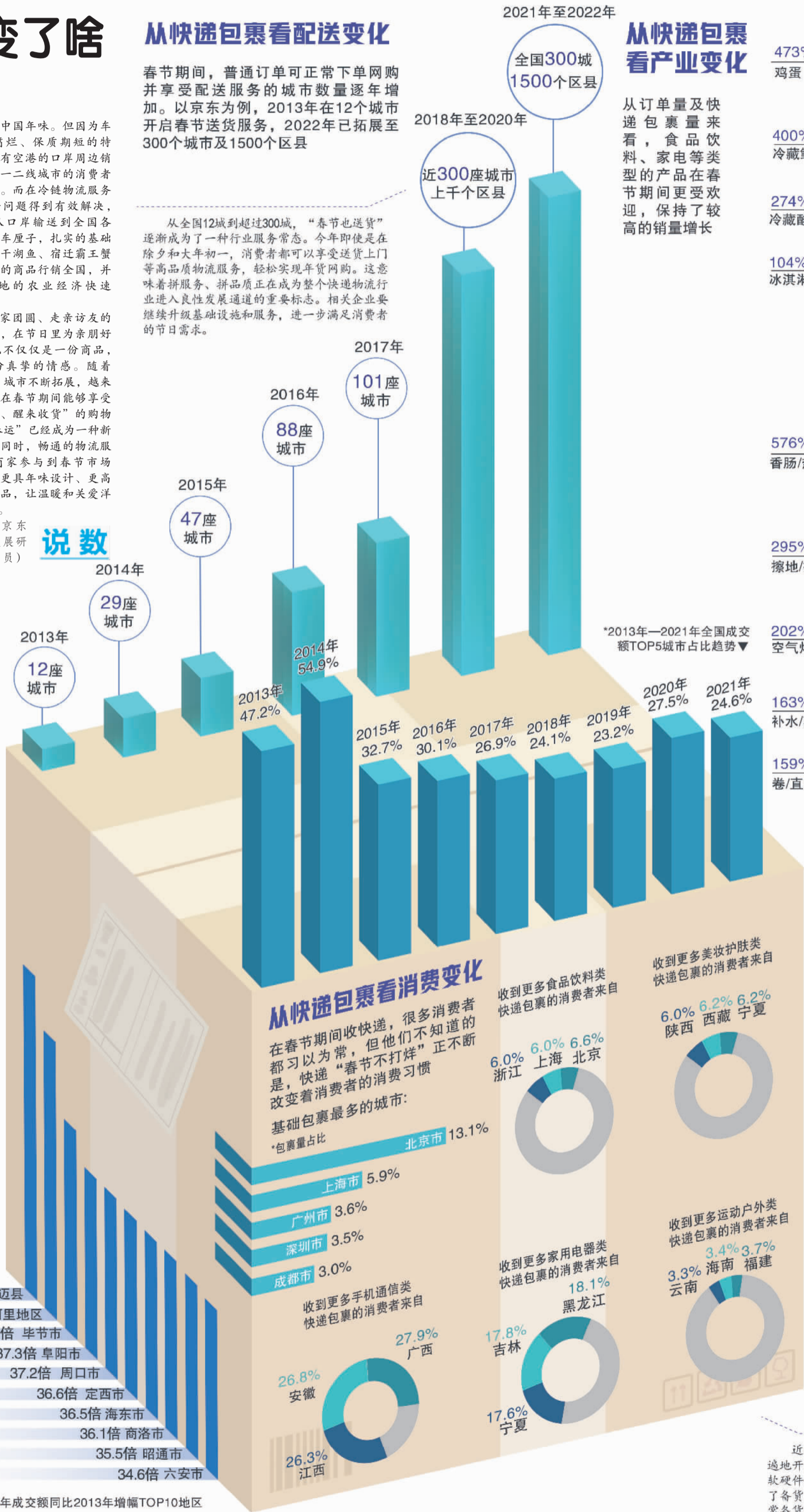
消费者留言：“春节也能收到半成品菜了，特殊时期在家里小聚更合适，送货速度跟平时也没啥区别，真的很方便。”

“过年没回家，给孩子买了玩具礼盒，没想到我们小城市的送货速度也这么快，孩子很喜欢，价格也便宜，确实给力。”

“过年的礼盒包装很好，红色喜庆，外观设计的小老虎也很可爱，商家还赠送了春联和福字，有心意有年味。”

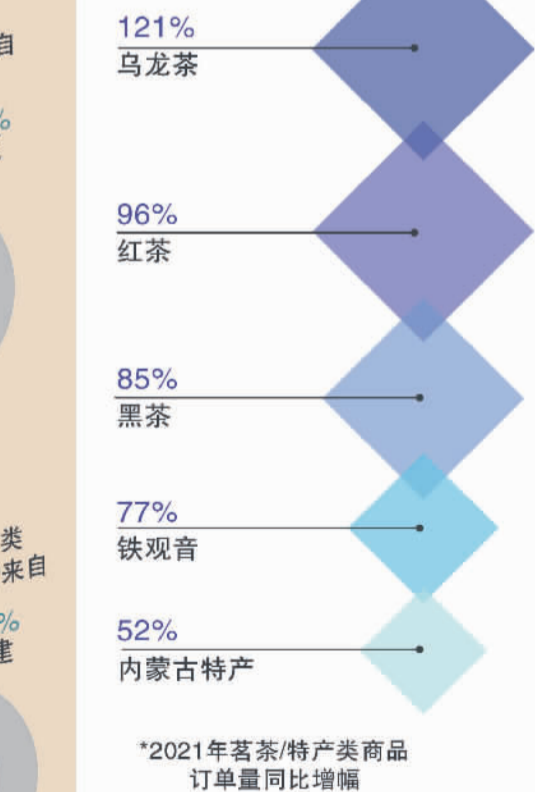
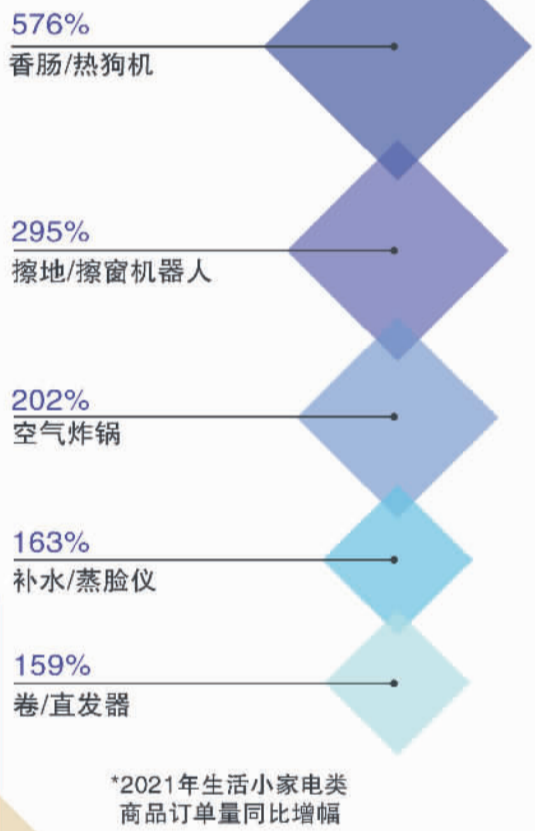
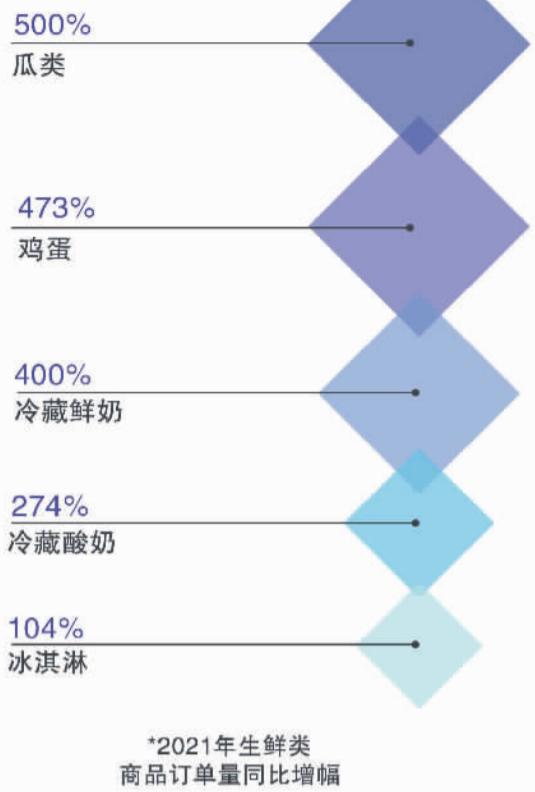


更多内容 扫码观看



### 从快递包裹看产业变化

从订单量及快递包裹量来看，食品饮料、家电等类型的产品在春节期间更受欢迎，保持了较高的销量增长



近年来，以仓储网络为核心的物流基础设施遍地开花，货物离消费者越来越近；与此同时，软硬件集成“三位一体”的供应链技术有效提升了备货、仓储、分拣、运输、配送的效率。除日常备货外，企业可根据历年消费习惯及趋势，通过大数据预测和分析更加精准地储备商品，充分满足消费者的节日购物需求。