

美团，将物流进行到底



美团的转变是肉眼可见的。

这样一种变化的速度之快，既折射出来的是互联网行业正在发生着的深刻改变，又折射出来的是美团本身转型的迫切。

从互联网的角度来看，经典意义上的以平台和流量为主导的发展模式业已走到了尽头；从美团的角度来看，单纯意义上的规模优势所带来的增长天花日渐逼近。

欲要实现新的发展，必然需要找到新的增长突破口。于是，美团开始发生一系列的深刻改变。

从基于大数据的算法的不断优化，到以无人机为代表的新元素的萌芽，再到对于新零售模式的不断探索，几乎都可以划归到美团寻求改变的范畴里。然而，如果我们对美团这样一系列的改变做出一个总结的话，立足物流本身，在实现新技术与物流深度融合的基础上来打开新的发展突破口，或许是再合适不过的了。

是的，物流才是美团的底色，物流才是美团的本质。

如何把握好这样一个精髓和原始奥义，不断地用新的技术、新的模式来充实与完善「物流」这样一个主题，无疑是美团值得去思考和探索的重要方面。

这既关系到美团对于互联网时代建构起来的规模优势的承继，又关系到美团拥抱实体经济的未来。

或许，美团正是基于对自身的这样一种认知，所以，我们才看到了它基于物流为出发点的一系列的探索和创新。美团将自身的战略从「Food + Platform」转变成为「科技+

零售」战略，正是这种现象的直接体现。

事实上，美团将物流进行到底的这样一种新的打法，同整个互联网行业正在发生着的这样一场深刻的变革，是存在着密切联系的。

时下，一场深刻的变化，正在互联网玩家们身上上演。

看看阿里、京东对于实体经济的热切拥抱，我们就可以非常明显地感受到这一点。如果对时下互联网玩家们正在发生着的这样一种全新的变化进行一次总结的话，回归自身最本质，最纯粹的那一部分，无疑是再贴切不过的了。

然而，仅仅只是一味地回归本质和纯粹，并不能够为自身的发展带来太多的增长。只有不断地用新的技术、新的模式来激活本质和纯粹，只有不断地将本质和纯粹在商业上进行实现，才能让自身的发展带到一个全新的发展阶段。

上文我们提到的一系列新的技术和模式在美团身上的衍生和出现，正是这样一种现象的直接体现。同样地，以阿里、京东为代表的互联网玩家在回归实体经济、拥抱实体经济的过程中，并不仅仅只是站在互联网的角度来思考和看待，而是更多地从新的角度来实践和探索，特别是要站在自身优势与现实商业结合的角度来看待。

对于美团来讲，它在物流上的优势是相当明显的。特别是在即时配送、同城配送等一些相当讲求时效性的物流配送方面，表现得更为突出。这其实得益于美团在互联网时代所建构起来的巨大的规模优势，特别是

在外卖领域里的巨大优势。要知道，在外卖领域，美团俨然已经是名符其实的头部企业。而外卖真正考验的，正是美团的物流配送的能力，特别是即时配送的能力。

当美团在外卖领域业已建构了巨大的优势，并且在外卖领域已经无法找到新的发展红利的时候，如何用新的方式和方法将它这样一种巨大的物流配送优势进行发挥，无疑成为开启其新的发展的关键所在。正是在这样一种逻辑之下，我们才看到了美团在iPhone14的即时购买和配送，在美团优选上的快速配送等方面不断地大书特书。

从本质上来看，这些看似新奇的玩法，这些看似创新的模式背后，依然是靠美团本身强大的物流配送能力作为支撑的。说到底，美团开始在借助自身强大的物流配送能力在寻找新的发展突破口，从本质上来看，依然考验的是美团的物流能力，特别是考验美团的物流能力与现实商业结合的能力。

这其实是对美团的「科技+零售」战略的一种真实表达。

笔者以为，这里的「科技」，更多地是衍生于「物流」这样一个核心基础设施的新科技，而「零售」则是美团将这样一种优势在零售行业的表达和体现。说到底，美团还是在用「物流」这样一个核心来寻找新的发展方式和方法，而「零售」只不过是和「物流」联系最为紧密的一个行业罢了。

由此，我们不妨可以大胆预测，当美团将自身在「物流」上的优势在零售行业进行了完美的发挥之后，它还会将其这样一种优势在新的行业，特别是在新的实体经济行业

当中落地和实践，进行复制和拓展。

以此为开端，美团可以保持自身在原有外卖业务优势的基础上，找到新的发展方式和方法，从而摆脱互联网时代的以「Food + Platform」为主导的发展模式，真正进入到以「科技+X」为主导的全新的发展阶段。

无论美团未来的发展将走向何方，有一点可以确认的是，物流，绝对是它的核心之中的核心。只有抓住了这样一个核心，只有不断地借助新的技术将这样一个核心的功能和作用发挥到最大，美团的想象力才能从一个领域拓展到另外一个领域里，才能突破互联网时代的瓶颈，进入到一个全新的阶段。

美团的转变是肉眼可见的。

这是互联网行业的发展以及美团的发展进入到新的发展阶段的一种必然。然而，我们同样要看到的是，美团的这样一种转变的背后，并非是简单、武断和盲目跟风，更不是打概念、做营销，而是有着自身的发展逻辑和规律的。

如果对这样一种逻辑和规律进行一个总结的话，以物流为出发点和落脚点，将物流进行到底，无疑是一条准绳和标尺。有了这样一个准绳和标尺，我们还将会看到更多有关美团发端于物流的诸多新模式和新方式的探索和实践的出现。

这既是美团回归本质的必然，又是美团开启新发展的必然。毕竟，互联网早已不再是传统意义上的互联网，而美团也不再是曾经的美团。



川陕名吃

地址 (DC店和Rockville店)

2700 New York Ave. NE,
Washington, DC 20002

316 N. Washington St.,
Rockville, MD, 20850

营业时间

周日至周四: 11am-10pm

周五、周六: 11am-11pm

电话: (202)636-3588 (DC)

(202)534-1620 (DC)

(301)-875-5144 (MD)

* 从马里兰大学沿1号路南下，从乔治城和乔治华盛顿大学沿New York Ave东行，均约15分钟车程。店内有大型KTV包厢享受美食，纵情欢歌。

肉夹馍



凉皮



羊肉泡馍



夫妻肺片



长期诚聘英文好且业务熟练的收银员和大堂经理，有意者请电洽。

地道陕西名吃，聘请原陕西文、沟、国宾馆主厨省师傅和赵师傅及其团队主理厨艺；同时聘有精通川菜、粤菜和各类家常菜的驻店厨师；新的经营理念，为您提供一流的服务。店内设钓鱼台豪华包厢（最多容纳60人）及大型宴会厅（可容纳300人以上），酒水齐全，卡拉OK助兴。环境优雅，空间宽敞，自拥上百停车位，可承接各类公司、社团和私人大型宴会。餐厅地处华盛顿近郊，交通便利，诚挚恭迎大华府地区各界人士前来品尝指导。

董事长: 柳奇 敬呈

