



物流行业正在从传统人工操作时代逐渐跨越至智能管控时代。自动化、无人化应用逐渐从前端的分拣、运输环节延伸到末端配送环节。无人车上路、无人机试飞,让企业看到智能技术有望缓解末端配送压力以及快递从业者流失的问题。在零售消费催生即时配送需求时,物流巨头先后入局,搅动即时配送市场。进口商品消费日益常态化,这让国内物流企业也意识到了国际化的重要性,纷纷将战火拓展至海外,争夺潜在资源。

物流业:智能化渐行渐近

·现状·

1.前端仓储智能化普及

曾几何时,物流业还处于人工作业的草莽时代,随着电商行业的快速发展,物流被迫要追逐时代高速发展的步伐,从传统升级为智能。相对而言,物流企业在前端的仓储、分拣环节的智能技术运用相对成熟,如智能分拣、大数据预测等已成功打入商业体系。

在物流的前端操作通过智能硬件、物联网、大数据等智慧化技术与手段,提高物流系统分析决策和智能执行,从而提升物流运输系统的智能化和自动化水平。

以百世云仓使用的智能化仓储机器人为例,改变了传统仓库“人找货”的传统模式,实现“货找人”“货架找人”。据百世集团相关负责人介绍,机器人在接收到订单后,通过百世智能系统选取的最优路线驶向存放货品的货架,并将其从巨大的仓储区搬运至员工配货区。配货员只要等货架被搬到面前,从电脑提示的货位上取下所需商品即可,全程不需要走动。在有效降低人工劳力强度的同时,也大幅缩短了配货时间。

相比之下,诸如智能快递柜的末端技术虽然相对成熟,已实现大规模商用,但如何盈利也成为快递柜企业现阶段最需解决的问题。而被企业看好的无人技术,也尚在起步阶段。无人机、3D打印等技术虽已完成测试阶段,但想要在末端进行普及应用还为时尚早。

智慧物流仍是行业发展主旋律,根据中国物流与采购联合会数据,当前物流企业对智慧物流的需求主要包括物流数据、物流云、物流设备三大领域。2016年智慧物流

市场规模超过2000亿元,到2025年,智慧物流市场规模将超过万亿元。面对如此巨大的市场,物流企业需在保持前端技术继续普及的情况下,加大对末端技术的研究。

2.终端配送竞争加速

除了竞争日益激烈的传统物流领域,即时配送行业已逐渐成为物流业态发展过程中不可忽视的一环。作为新零售的基础设施,即时配送是最接近消费者的一环,其重要性日益凸显。当前国内最大的即时配送运力平台日均订单量已达到千万级。根据国家邮政局统计数据显示,同城速递已成为物流行业增速最快的子行业,未来5年仍将保持30%的增速,预计到2020年市场规模将超2000亿元。

伴随着即时配送的高速发展,除了早已进入该领域的美团、饿了么、闪送等配送平台,传统物流企业也开始了对于即时配送的进攻。今年6月,顺丰在北京上线了同城急送业务。该业务由顺丰专职人员进行配送,平均配送时效为1~2小时。目前同城急送业务已在全国15个城市推出,仅就北京市场而言,在同城范围内该服务承诺30分钟上门取件,最快1小时送达。

除了顺丰,圆通也推出“计时代”产品,入局即时配送市场,目前已实现华东、华北、华南、华中、西南西北五大经济板块核心城市全覆盖。而韵达和中通也分别推出了“云递配”和“City Express”业务,加快对即时领域的布局。

相比美团、闪送、达达等即时配送企业,虽然传统物流企业布局市场的时间稍显落后,但在既有的资源和市场规模基础上,传统物流企业能否颠覆现有的即时配送行

业格局尚未可知。

·趋势·

1.无人配送逐渐落地

实际上,无论是传统物流行业的智能化变革还是即时配送等新兴行业的崛起,未来都应建立在无人化建设的基础上。随着人口红利的逐渐消失,用工成本逐渐攀升,采用无人配送技术将成为缓解用工难题的解决方案之一。而物流企业近两年来也早已开始对无人技术的研究及落地。

现阶段,无人机技术包括干线无人机与配送无人机两类,其中配送无人机研发已较为成熟,主要应用于末端最后一公里配送,如京东在2017年“6·18”期间已采用无人机在多省市农村进行小件商品配送,完成1000余单配送。而顺丰也早在2012年就已开始布局,通过组建研发团队、入股领先企业等方式,积累了众多无人技术。2017年6月底,顺丰与赣州市南康区联合申报的物流无人机示范运行区的空域申请,得到了东部战区的正式批复,成为目前国内唯一获得正式审批的示范空域。当前顺丰正在珠三角地区大量测试无人机的配送效果,收集飞行数据,为将来整体运营、调试系统的搭建提供数据支撑。

根据德勤中国发布的《中国智慧物流发展报告》预测,无人卡车、人工智能等技术在未来10年左右逐步成熟,将广泛应用于仓储、运输、配送、末端等各物流环节。

而在即时配送领域,美团发布了无人配送车、无人配送开放平台,将在商户端货物收集、用户端分发、开放道路运输和园区配送四种场景中实现无人配送的应用和

落地,并针对每个模式提供对应的技术能力支持。饿了么也在2017年发布了无人配送机器人进行无人机送餐试验,国内无人机企业——讯蚁科技则已经开始和商户合作进行无人配送。

2.物流全球化蓄势待发

除了无人技术的应用,全球化也是下一阶段物流业发展中的热词。随着中国制造通过跨境出口的方式走向国际,越来越多的小商家正致力于开拓跨境电商业务,却面临着没有与需求相匹配的物流服务的痛点。

对此,菜鸟等企业不断推进物流业的全球化布局,阿里与菜鸟计划投资上千亿元,建设智能物流网络。截至目前,菜鸟已相继在杭州、香港、吉隆坡、迪拜、莫斯科等地陆续推动智能物流网络落地。

百世集团也在加快国际化步伐,截至2018年6月底,百世集团已在美国、泰国、马来西亚等共计13个国家和地区提供跨境物流和供应链服务。圆通也在去年收购先达国际,开启国际化挑战。

虽然众多物流企业将目光转向国际,但现阶段企业面对的主要客群还是华人消费市场。对此,业内人士表示,未来,企业应与当地政府、平台方相互融合发展,共同面对新的挑战。目前,国内物流企业想要形成国际影响力还比较难,未来行业企业“组团竞争”或许是一个好的出路。此外,企业还应具备系统解决方案的能力,拥有核心技术,不做廉价劳动力。在此基础上,企业进一步完善国内业务,提升品牌知名度,再利用国家影响力和政策打开国际市场才是最佳选择。

(据《北京商报》)