

有望将社会物流成本降至5%以内

# 新一代智能物流体系加快形成

经济日报·中国经济网记者 黄 鑫

## 透视

当前,人工智能、大数据等技术快速发展,推动了物流业创新升级,新一代立体化、智能化物流体系正加快形成。我国物流企业不仅极大地改变了消费者的日常生活,而且开始走向全球,搭建供应链基础网络。未来,由于物流已超越传统货物运输的概念,现代物流体系将成为智能城市竞争力的核心战略资源



在圆通速递杭州转运中心的超级机器人分拨中心,工作人员将包裹交给机器人自动化分拨。新华社记者 黄宗治摄

“未来5年至10年,我们希望同社会各界共建全球智能供应链基础网络,并将社会物流成本降到5%以内。”在日前举办的“2018全球智能物流峰会”上,京东物流CEO王振辉说。

南开大学经济与社会发展研究院院长、现代物流研究中心主任刘秉镰表示,面对高质量发展的新要求,物流业必须不断向创新型、智能化方向发展。

## 行业呈现四大变化

刘秉镰认为,伴随经济改革、技术创新、产业升级,各行各业物流需求日益增多。中国融入全球化市场后,电商等新的商业模式带来了新增物流需求。

“物流业发展呈现新模式、新技术、新特征、新格局四大变化。”刘秉镰说,在模式上,企业需要了解大数据、人工智能可能对未来物流业和服务对象产生的冲击。在技术上,人工智能、大数据等技术快速发展推动了物流业创新升级,新一代立体化、智能化物流体系正加快形成。在特征上,产业融合与资源共享越来越明显。在格局上,物流业正加速升

级并完善空间布局,提供更多智能服务和组织模式,不断对外开放。

DHL全球快递中国首席执行官吴东明说,消费者行为驱动着产品设计、生产和分销,这也给供应链带来了更大挑战,全球物流企业都想方设法让供应链变得更加智能、迅速和便捷。王振辉也表示,物流企业正从简单追求提升搬运效率,转向搭建全球智能供应链。

## 让世界感受“中国速度”

在全球经济一体化趋势下,供应链水平是影响企业乃至国家全球竞争力的关键因素。阿特拉斯航空首席商务官Michael Steen表示,消费驱动的供应链不仅推动货机需求上升,也对全程信息的透明性、及时性提出了更高需求。

刘秉镰指出,亚太地区正逐步成为世界贸易、物流中心,随着互联网、大数据与人工智能广泛应用,物流行业正经历平台化创新,探索多领域协同的新供应链模式。当前,我国物流企业不仅极大地改变了消费者的日常生活,而且

开始走向全球,搭建供应链基础网络。

与会专家认为,中国供应链场景的复杂与多元让中国物流企业模式创新及科技应用上具备了显著优势,应以此为引领,加快全球智能供应链基础网络建设,推动降本增效和产业升级,让全世界感受“中国速度”。

“我们的目标是在全球构建‘双48小时’通路,实现中国48小时通达全球,并提升世界其他国家本地物流时效;同时,实现当地48小时送达,帮助中国制造走向全球、全球商品进入中国。”王振辉介绍,目前京东已逐步将服务在印尼、泰国、美国等落地。比如,在曼谷开通了“211限时达”服务,让当地消费者享受“上午下单,下午送达”。

雄牛资本创始合伙人李绪富说,供应链管理是许多企业的战略核心,是对传统产业价值链的一种重塑和颠覆,将释放出巨大价值。

“比如,我们与雀巢去年联合建设预测、销售和补货平台,不仅提升了双方供应链协同的力度,也大大减少了库存。”王振辉说,供应链管理的最终目的是通过减少库存,助力实体经济的发展。

## 未来物流什么样

未来物流是什么样?像胶囊一样的无人车穿梭于地下隧道,连接城市物流中心及市内站点,全地下或半地下物流中心使地面空间占用趋于零;输送管道将包裹从地下输送至住宅楼及写字楼,实现无人化送货入户……

事实上,无人机、无人车、无人仓、无人超市等无人科技和智能技术,已成为当下领先物流企业的标配。未来,由于物流已超越传统货物运输的概念,现代物流体系将成为智能城市竞争力的核心战略资源;通过智能物流建设,大大提升城市流通效率。

中国工程院院士陈湘生指出,城市物流是供应链基础网络的重要组成部分,也是未来智能物流的重要实现场景。目前,不少国家相继开展空间物流相关科学研究,以解决城市交通、安全、用地、成本效率等问题,自动物流系统将带来全新的工作与生活方式。

峰会当天,京东物流联合南开大学、国家发改委综合运输研究所等9家单位,共同发起成立了城市智能物流研究院(雄安)。研究院将在雄安新区管委会指导下运行,聚焦京津冀世界级城市群智能物流枢纽规划等,服务雄安新区智能物流和智能城市建设。

雄安新区首席信息官张强介绍,雄安新区是从零起步建构的一座新城,可以实现物流基础设施和城市基础设施、城市交通社区设施等同步规划、同步建设。雄安新区将全力推进数字城市与物理城市同步规划、同步建设,实现所有物理空间的全数字化、城市活动数据化,推动政务数据、社会数据以及个人数据的全面融合、流通、共享和深度应用。

刘秉镰建议,发展物流业要在推进技术、占有市场的同时,做好物流标准体系建设。要基于大数据提升物流管理技术,做好物流企业及企业物流的有效融合。要发挥市场机制,进一步统筹物流管理体制,消除地区障碍。

## 一周点睛

大陆面板对全球增长贡献率达78%

新闻回放:10月24日发布的《中国新型显示产业蓝皮书(2017-2018)》表明,中国新型显示产业取得了长足进步,对全球产业发展贡献不容忽视。2018年全球显示面板出货面积将达到2.13亿平方米,同比增加1780万平方米,增长率为9.1%。其中,中国大陆面板企业出货面积同比增加1390万平方米,对全球增长贡献率达到78%。

点评:与芯片、存储器类似,面板在信息、通信、家电等相关产业中具有举足轻重的地位。新型显示技术应用前景广阔,产业具有资本密集型、技术密集型特征,世界上仅有少数国家和地区掌握话语权,是我国需要奋起直追的领域之一。要用长远战略眼光培育壮大新型显示产业,避免相关产业被别人“卡脖子”。

## 我国人工林规模居世界首位

新闻回放:日前,国家林业和草原局发布消息称,根据第八次全国森林资源清查,我国人工林保存面积达6933万公顷,占全国林地面积的36%;人工林蓄积24.83亿立方米,占全国森林蓄积量的17%,人工林规模居世界首位。2009年至2013年期间,我国人工林年均采伐量1.55亿立方米,人工林采伐量占森林采伐量的46%,木材供给增加量的85%以上来源于人工林。

点评:人工林是全球森林资源重要组成部分,是缓解采伐天然林、提供木材供给的有效补充,同时还在生态修复、景观重建和环境改善方面有重要作用。人工林已被纳入应对气候变化、固碳减排国家战略。目前,我国人工林建设从以木材为主,正逐步转向木材生产和发挥生态作用并重。

## 老年用品市场有待开发

新闻回放:近日,中国老年学和老年医学学会2018年学术大会在北京举行。中国老年学和老年医学学会会长刘维林表示,老年用品市场潜力巨大,目前我国自主开发的老年用品才2000多种,日本已达4万多种,德国是2万多种。我国老年用品市场亟待开发。

点评:随着我国老龄人口比例不断上升,养老产业前景巨大。未来,老年电子、康复、护理、丧葬等用品市场将快速增长,老年日用品、老年医疗器械等市场将会成为新的增长板块。对于企业来说,要密切关注消费者需求,开发适销对路产品。

## 市场瞭望

完善行业用车管理机制 应对“禁摩限电”管控措施

# 同城配送用车正逐步“上道”

本报记者 吉蕾蕾

配送员交通安全意识淡薄、交通事故频发、充电桩存在安全隐患等。

从政策环境来看,同城配送行业规范正不断完善。以外卖行业为例,2014年11月份,商务部和国家发改委颁布的《餐饮业经营管理办法(试行)》首次出现对外卖送餐服务的管理规定。随后,各地陆续推出“网络订餐食品安全管理办法”,约束外卖配送行业的行为。

在北京,中国贸促会商业分会和外卖企业自发共同起草的《外卖配送服务规范》团体标准于2017年9月1日起正式实施,有效填补了配送服务机构管理标准的空白。

然而,即便同城配送行业规范不断完善,但在行业用车管理层面,全国各地政策标准并不统一。部分城市相继出台了“禁摩限电”管控措施,对同城配送提出了严峻挑战。

对此,同城配送企业在推动用车标准化进程中也纷纷出招。美团外卖质量控制总监章若愚介绍,以外卖配送工具——电动车为例,美团外卖正积极与车辆厂商协作,开发符合新国标的配送交通工具,并

建立智能化车辆安全体系,实现提前预警、事中介入功能。同时,搭建充、换电服务网络,以保障骑手规范使用车辆及充电过程安全。

章若愚表示,未来美团将以餐饮外卖为核心,覆盖城市居民日常生活需求,并承接美团外部订单;以末端配送为核心,逐步探索仓储中转等多种形式,提供同城物流一站式解决方案;以物流服务为核心,搭建涵盖商流(美团平台)、信息流(大数据)、资金流(金融服务)的完整同城物流体系及配送基础设施。此外,还将在落实交通安全平台化管理措施基础上,加强监控预警,共同促进行业良性发展。

如今,在“互联网+”和新零售背景下,同城配送在电子商务发展过程中起到了基础保障作用。因此,建设高效物流配送体系已经成为现代物流业发展的关键环节。北京市自行车电动车行业协会相关负责人认为,同城配送行业要在政府监管下逐步完善用车管理机制,推动行业持续、稳定、有序发展,从而规范和引导行业健康发展。

北京市自行车电动车行业协会相关负责人认为,同城配送行业要在政府监管下逐步完善用车管理机制,推动行业持续、稳定、有序发展,从而规范和引导行业健康发展。

## 凯儿得乐:

# 四大思维构建新零售模式 做有温度的母婴品牌



凯儿得乐(深圳)科技发展有限公司创始人、CEO程程女士介绍公司发展战略和目标

发展战略。

首先是产品体系的打造。凯儿得乐初期选择以纸尿裤为核心品类,通过尖刀产品策略积累了第一批原始用户,后续扩大至女性护理以及家居品类,满足家庭一站式购物需求,同时不断加大科研投入提升用户体验。如凯儿得乐2018年5月发布的果C纸尿裤新品,是凯儿得乐在纸尿裤领域最新科研成果应用,通过精益研发驱动产品创

新,实现产品价值立体提升。

其次是制定渠道战略。多渠道的模式,有助于降低渠道风险,并最大限度地与用户建立连接和触点,收集用户数据和反馈。作为一家以社交电商起家的品牌,目前拥有的50万经销商团队,犹如毛细血管活跃在各个终端市场,与传统母婴企业经销商制度形成错位竞争。

第三是供应链体系。凯儿得乐从初期的自建工厂,到如今与巴斯夫、3M、汉高等全球500强企业和国内优秀企业形成战略合作,以保证供货系统的高效率、可控性。

第四是品牌战略。凯儿得乐从企业初期就贯穿品牌意识,品牌的定位、设计、营销、传播等各个纬度,以凯儿得乐为企业核心品牌,打造消费者认可的、有温度的中国母婴品牌。

未来三年,凯儿得乐制定了更为具体的发展战略和目标,以产品创新为引擎,加大自主品牌科研投入,利用自身发展优势进行创造性结合探索,提升国际竞争力,同时携手更多合作伙伴,共同把中国母婴行业做大做强。

·广告

浙江萧山:

# 打造产业数字化标杆区

本报记者 韩 叙

萧山区将着力打造“1+4+X”产业发展规划,使萧山产业发展之路走得更科学、更稳健。”10月23日,在萧山产业创新发展新闻发布会上,杭州市萧山区副区长魏大庆表示,萧山将努力打造产业数字化标杆区,吸引全球创业创新者。

萧山区招商局副局长王立加告诉记者,“1+4+X”中的“1”是指经济产业布局着重“两带两廊”,即钱塘新兴产业带、机场临空经济带,风情科创走廊、时代智创走廊;“4”是指经济技术开发区、钱江世纪城、空港

里巴巴“城市大脑”、网易人工智能、商汤科技、传化智联等一大批龙头企业相继汇聚萧山,萧山正在逐渐实现从“制造”到“智造”的跨越。

萧山区副局长瞿浙澄表示,一是“以链招商”,即以产业链为核心,形成集聚效应。萧山已摆脱了“东抓一把、西抓一把”的无序状态,更加有的放矢;二是“以商招商”,实现产业链上下游协同发展。

“萧山作为杭州‘拥(钱塘)江发展’的‘桥头堡’,将依靠创新驱动,打造更多先发优势。”魏大庆说。

借着母婴行业迅猛发展的风口和深圳创新创业氛围及完整的制造产业链,凯儿得乐把产品、服务、渠道做到了精益求精,从一个初创品牌迅速做成了销售网络覆盖全国、供应商遍布全球的大产业。截至目前,凯儿得乐已累计开设线下专营店3100多家、入驻医疗渠道1800多家、实体店6000多家。

基于对传统制造行业体系的认识,加上良好的商业嗅觉和思维能力,凯儿得乐很快就打通了“产品思维体系、渠道思维体系、供应链思维体系、品牌思维体系”四个思维体系的发展逻辑,从而快速构建了凯儿得乐较为完整的现代制造业