

数字化、智能化趋势明显 物流业跑入新赛道

► 李心萍

不久前，阿里巴巴董事局主席马云在2018 全球智慧物流峰会上宣布，菜鸟网络要在中国实现任何地区、任何地方 24 小时送货必达，在全球范围内实现任何一个地区 72 小时运货必达，还将投入上千亿元打造智能物流骨干网。

紧接而来的“618”促销节，菜鸟网络宣布“分钟级配送”成常态，门店发货业务高峰单量较日常剧增 60%；京东物流表示当日达、次日达已成基础服务，“618”期间其占比始终保持在 90%以上。物流正成为电商企业比拼的新战场。

为何各大电商企业纷纷加码物流行业？物流业将迎来怎样的改变？智慧物流真的来了吗？

物流应用新科技 物联网、无人技术齐亮相

今年“618”，各大电商物流纷纷推出物流新科技。

在京东，无人快递车、无人机、无人仓等集体展示。继去年在中国人民大学开启全球首个配送机器人常态化运营后，今年京东在北京市海淀区开启了配送机器人全球首个配送全场景运营。无人机方面，其在“618”期间起飞架次较 5 月份增长 43%，订单配送量增长 46%。同时，“618”期间，京东不同层级无人仓项目已达到 27 个，日订单处理能力同比增长 14.15 倍。

苏宁“618”当日宣布无人配送车“卧龙一号”正式进入常态化运营。据介绍，“卧龙一号”将主要承担苏宁小店周边社区 3 公里范围内、线上订单 1 小时生活圈的及时配送服务。作为一辆会乘坐电梯的无人配送车，“卧龙一号”可 24 小时配送，全天候服务。

在各电商企业频频秀出物流新技术的同时，传统物流企业也没闲着。顺丰正着手打造智慧物流地图，专为物流服务，实现高精定位。聚焦大件物流的日日顺，宣布 7、8 月份位于青岛物流中心基地无人仓将投入使用，这将是大件物流领域的第一个无人仓。

得益于各项物流新科技，今年“618”的物流体验也更好。

京东表示“618”期间，九成自营订单实现当日达或次日达。世界杯期间，京东物流更在部分城市开通了 24 小时“闪电送”，让



崔彩凤/摄影

球迷们享受一小时内送达服务。

“可以看出，大家都在追求越来越快的物流时效。”德勤全球合伙人张天兵表示。

新零售带来新物流 同城配送、即时物流再次兴起

到底什么是新物流？仅仅是越来越快吗？

“如果说过去 5—10 年，电子商务的快速发展成就了‘四通一达’、顺丰等快递企业，那么今天，物流业的改变则来源于新零售带来的供应链变革。”张天兵说，“新物流就是要顺应新零售以最便利、最近的场景服务消费者的发展趋势。从最终层面看，新物流确实反映为速度越来越快。”

天猫总裁靖捷解释道，新零售就是要让消费者买得到、买得对、买得爽。“买得爽”不仅包括买的过程舒服，还包括收货时间确定、退货无忧等。”而要做到让消费者想什么时候收货就什么时候收货，就需要前所未有的大数据驱动物流供应链来支撑。

从电商物流来看，对于物流时效的追求从天级到小时级再到分钟级，电商物流也从“仓+快递”（快递=集散中心+区域分拨中心+干线+集散中心+末端），发展成“仓+落地配”，再到“前置仓+末端”。

在“仓+落地配”的情形下，物流企业通

过提前将商品布局在离消费者较近的仓库，使当日达、次日达成为可能。随着新零售的到来，源于对分钟级配送的追求，前置仓模式兴起。以盒马鲜生为例，其既是门店又是前置仓，覆盖半径为 3 公里，利用门店发货，做到分钟级配送。同类产品，京东有 7fresh，苏宁有苏宁小店。

对消费者而言，新零售下物流链条变短了。然而在更短的链条背后，是更完备的仓储体系、更精细的物流分工。通过大数据预测，商品从工厂入驻至全国各区域仓，靠的是干线物流。而从区域仓到前置仓，靠的是同城配送；从前置仓到消费者手中，靠的是即时物流。

物流效率大提升 数字化、智能化成刚需

物流分工越来越细的同时，业界对于物流效率要求也越来越高，全新的物流模式对物流的组织方式提出了新的挑战。

以最火热的同城配送市场为例，一个城市，每天一个上游仓库对应的零售前端有上千个，派送顺序、车辆型号、满载率、停靠点都需要统筹安排。“以前，城配市场需求小，人工排线即可。而现在，如此大规模的配送量，人工排线几乎不可能。”云鸟总裁韩毅说。这种情况只能借助于人工智能，韩毅介

绍，以云鸟目前智能排线系统的能力，如果每天出单量在 200 票以上，系统通过少出车、避免拥堵等方式能节约 10%—15% 的成本。

在干线运输上，车辆如何调度，每条线路安排什么样的司机，传统物流靠经验、靠人工打电话布置。而新物流要提高效率，要靠人工智能，算法可在一瞬间找到最适合的车辆，达到车辆资源和资产的最大化。“数据和智能可以说是本轮新物流的关键要素，大家都希望借助新的智能能力来优化物流的运作。”张天兵说。

然而，在菜鸟总裁万霖看来，要真正构建起智能化的物流网络，实现智慧物流，还有很多工作要做。“首先就是实现现有物流要素的数字化转型升级。”万霖说，随着电子面单及智慧仓的普及，一部分物流要素已实现数字化，然而商品出仓后，就进入了“数字盲区”。“我们只知道商品正从区域仓前往城市仓，可是在商品进入城市仓前，我们对其一无所知。”

“物联网是能帮助我们实现全面数字化的最重要的新技术。”万霖说，物联网将帮助物流行业实现园区、卡车的全覆盖，未来数据打通后，所有物流环节将能实现高效、数据化的链接。

除了物流要素数字化的转型升级，提升物流效率，还得抢占“最后一公里”。“‘最后一公里’是目前配送成本最高、效率最低的一环，谁抢占了‘最后一公里’，谁的竞争力将大幅提升。”张天兵说，“最后一公里”业态正如雨后春笋般不断出现：无人车、无人机、智能快递柜、快速塔……

目前人们对许多“最后一公里”业态还存在不同看法：无人车的路权问题如何归属，其属于机动车还是非机动车？交通事故责任如何划分？目前无人车 15 公里/小时的时速能否真的提升效率？“目前这个业态有许多不足，但科技赋能‘最后一公里’一定是大势所趋。”日日顺物流副总经理于贞超说。

最后，新物流还必然走向全球化，无论是中国“运出去”还是“运进来”，全球化物流时代已经到来。万霖介绍，菜鸟已在我国杭州、香港以及吉隆坡、迪拜、莫斯科、列日（比利时）等国外城市布局首批全球六大数字贸易中枢，并在海外广泛布局海外仓，开通洲际航线，“我们希望实现全球任意地点物流 72 小时必达，打造全球 72 小时生活圈。”

产业资讯

我国健康消费规模持续扩大

本报讯 国家发改委近日发布的《2017 年中国居民消费发展报告》显示，2017 年以来，居民健康消费需求呈现多层次、多样化特点，全国健康消费规模持续扩大，健康消费结构不断优化升级。

健康消费总体规模持续增大。2017 年，我国居民人均医疗保健消费支出 1451 元，占人均消费支出的比重为 7.9%，同比增长 11.0%，高于人均消费支出增速。社会卫生固定资产投资对全社会固定资产投资增长的贡献率由 2012 年的 5%增长至 2016 年的 15%。从全行业看，2017 年卫生和社会工作固定资产投资 7327 亿元，比上年增长 18.1%。

健康消费结构逐步优化升级，而个人医疗卫生支出占比下降。2013—2017 年，我国卫生总费用由 31669 亿元增长到 51599 亿元，占 GDP 的比重达到 6.2%。其中，社会卫生支出（以基本医疗保障支出、商业健康保险费、社会办医支出等为主体）占比由 36.0%增长为 41.1%，居民个人卫生支出占比由 33.9%降低为 28.8%。

陆娅楠

同有科技开启战略转型 联手伙伴共建存储生态

本报讯（记者 张伟）北京同有飞骥科技股份有限公司近日在北京国家会议中心召开了“存储生态启航，自主可控先行”战略暨新产品发布会。此次发布会，同有科技全面解读了“闪存、自主可控、云计算”三大战略，高调发布了业界首款商用自主可控存储系统。此外，同有科技联合天津飞腾、天津麒麟共同签署战略合作协议。

此次发布会，同有科技发布了“自主可控、闪存、云计算”三大战略方向。同有科技副总经理仇悦介绍到：“自主可控是三大战略中的核心战略，是信息化建设的迫切需求。同有科技将坚持自主创新，走国产自主可控之路，树立民族品牌形象，推动民族存储产业发展。”

为了推动中国存储产业自主可控发展的进程及存储技术的变革，加速云计算、人工智能、物联网等应用领域技术开拓，同有科技与天津飞腾、天津麒麟签署战略合作协议，建立战略合作伙伴关系。三方将成立自主可控联合创新实验室，发挥各自在存储、芯片、操作系统等方面的优势，共同研发自主可控全闪存存储系统，协同上下游产业资源共建云计算解决方案，推动自主可控技术、产品、方案和生态圈的建设。

此外，同有科技还正式发布了自主可控存储新品—ACS 5000A。ACS 5000A 是面对中端存储市场的商用产品，目前有 2U26 盘位和 4U24 盘位两种产品规格。

柯尼卡美能达 bizhub 658e 系列 全新黑白多功能复合机重磅上市

本报讯 近日，全球领先的数字化整合增值服务商——柯尼卡美能达隆重推出了 bizhub 658e/558e/458e/368e/308e 全新黑白多功能复合机新品。在延续前代产品卓越性能的基础上，bizhub 658e 系列新品在产品高端配置、人性化操作体验和数字化解决方案等诸多方面实现了重磅升级，并致力于为用户提供更高效智能、便利贴心的优质服务，助力用户核心价值再上新台阶。

此次推出的 bizhub 658e 系列新品是 A3 黑白多功能复合机中前沿技术的代表，品质卓越，性能强劲，拥有出色的适应移动互联网和云打印技术的数字化解决方案，致力于为用户提供更加智能高效、优质便利的商务办公体验，助力其价值缔造再续新篇章。

欣妍

上半年基金成绩单揭晓 中银两产品跻身同类前三

本报讯 受市场拖累，今年上半年权益类基金表现不佳。但中银基金旗下中银收益、中银中国、中银优秀企业等权益类基金却逆市飘红，排名稳居行业前列。

银河数据显示，中银收益、中银中国上半年净值增长率分别达 7.25%和 6.84%，在 152 只普通偏股型基金中位列第三、第四。

中银中国和中银收益并非短期领跑，这两只成立时间超过十年的基金是名副其实的“长跑健将”。在晨星评级中，中银中国、中银收益(A 份额)均获得十年五星评级，而全行业所有基金中，仅 31 只(含 A/B/C 份额)获此殊荣。

今年恰逢基金业 20 周年，英华奖推出了“公募基金 20 年特别评选”，中银中国和中银动态策略双双荣膺公募基金 20 年“最佳回报混合型基金”。

欣妍

高端家电市场渐入佳境

本报讯 近日，由中国电子商会、苏宁易购、奥维云网共同主办的 2018 首届“新中产·生活+论坛”在北京举行。论坛上，主办方共同发布《新中产高端家电消费趋势白皮书》，对高端家电消费趋势进行了解析。

白皮书指出，随着我国经济快速发展，中高收入者人群队伍日益壮大，带来产品、文化消费等与生活质量和审美相关的消费大幅提升。从消费结构来看，品质消费成为消费升级的重要方向。家电企业已然察觉到了这一人群带来的强大消费能力和需求，高端品牌已成为家电制造企业主要的战略之一。随着供给侧结构性改革深入推进，家电产品结构持续优化，家电行业新动能不断孕育，新产品新技术蓬勃兴起，活力和实力不断增强。

苏宁零售集团副总裁范志军表示，在高端产品销售上，苏宁的 O2O 融合模式起到了重要作用。国内家电市场 6000 元以上高端家电产品零售额份额占比已提升至 28%，苏宁渠道的高端产品贡献占比高达 35%。线下渠道作为消费升级的主导，中高端产品销售持续攀升，且一直是家电产品的主销渠道，零售额占比达 69%。苏宁依托全国 5000 多家互联网门店的体验优势，6000 元以上高端产品线零售额占比高达 87%。

论坛现场，来自设计、律师、美食等行业人士，从各自行业视角，分享了现代家居生活对高端家电产品的需求以及高端家电产品对实现美好家庭生活体验所产生的积极作用。这从一个侧面也反映出中高收入人群对高端家电产品巨大的需求潜能。

中国电子商会副秘书长陆刃波认为，如何让高端家电产品满足新的中高收入人群的消费需求，成为家电企业最为关注的问题。奥维云网董事长文建平认为，作为经济发展的产物，中高收入人群的壮大将促使家电产品消费结构发生重大变化，同时也给家电企业带来了新消费、新机遇。

金亮