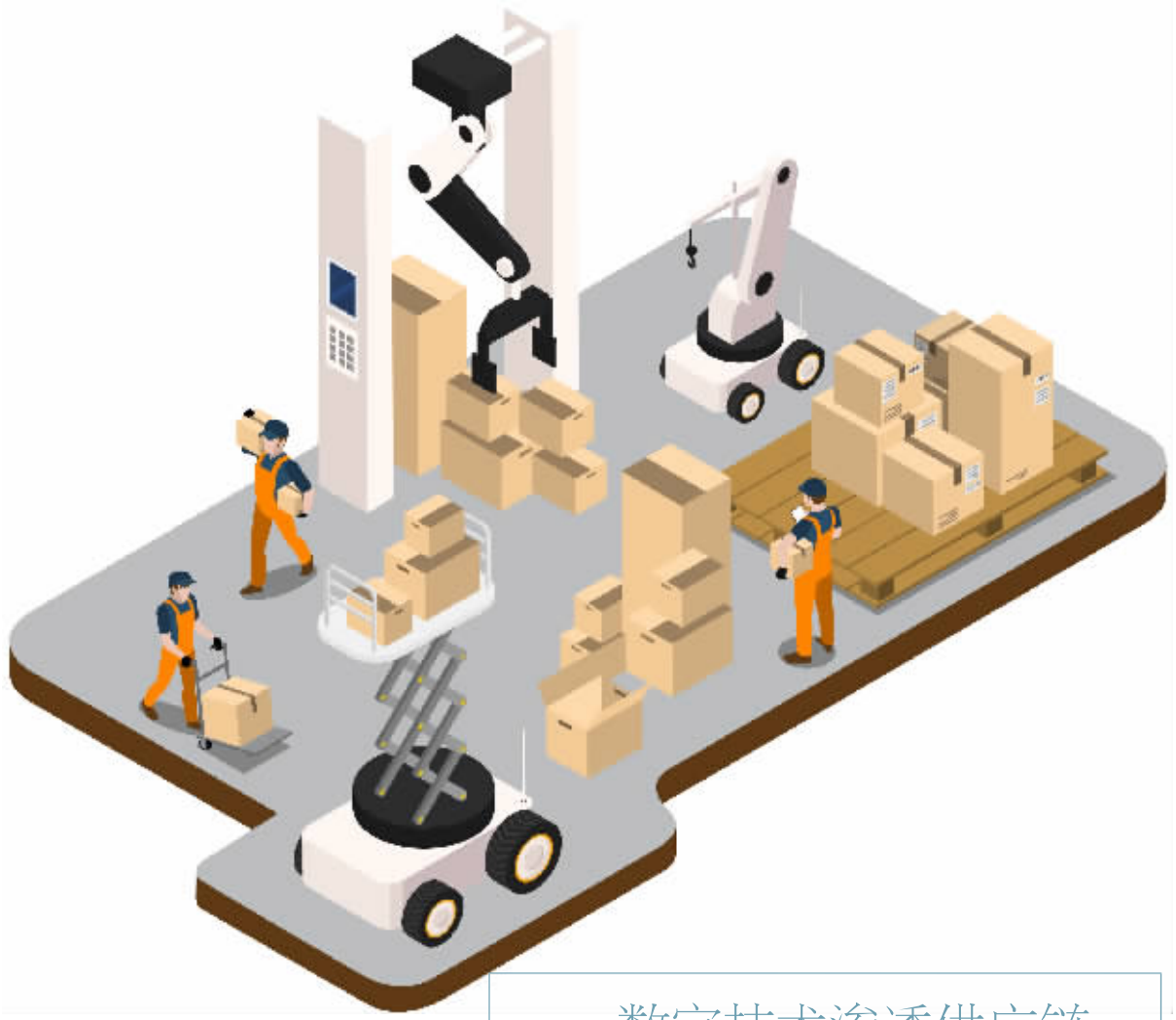

数字技术渗透供应链

除了末端环节，物流企业以数字化能力向更多行业领域输出一体化物流解决方案，朝多领域供应链环节延伸，来寻求更多新的利润增长空间，并和客户形成深层次的商业绑定关系。以京东物流为例，在2021年上半年，京东物流一体化供应链客户收入为336亿元，同比增长29.6%。其中，来自外部一体化供应链客户收入为117亿元，同比增长65.6%，单客户平均收入为19.73万元。

而顺丰依托于网络型物流，通过投入大量直营末端网点，依靠高效干线运输资源如飞机、高铁，投放自动化设备来提升揽件、分拨、运输、配送环节的效率。资料显示，其科技服务解决方案已广泛运用于快消零售、服装鞋帽、3C、家居家电等行业头部客户，能提供从营销与销售、商品管理、预测与补货等全环节的行业经营解决方案。

在2021年，智能技术企业同样备受行业关注。旷视科技、极智嘉等科技公司持续推出解决物流各环节的智能操作机器人产品。在2020年10月，旷视科技推出了7款机器人及智能物流装备，包括能够连续工作12小时的长续航物料搬运AMR（自主移动机器人），具有深度智能环境感知和识别能力、能够立体避障的激光SLAM导航AMR，具有快速平面搬运能力的SLAM导航堆垛智能无人叉车，以及人工智能堆垛机等。

而极智嘉在今年与顺丰供应链旗下的丰豪供应链（香港）有限公司达成合作，旗下数千台AMR机器人将进驻顺丰供应链在中国香港和澳门地区的指定区域。