

## 向外拓展边界

除了送生鲜、酒饮、外卖，企业正设法让服务拓展得更宽。例如盒马App在近日上线洗衣业务，为消费者提供免费上门取送、72小时送回的衣物清洁服务。据介绍，盒马计划于明年4月前将洗衣服务覆盖京沪90%以上的门店。

而闪送、顺丰同城等即配企业，则是将近场可能存在的消费情形都囊括其中，在帮送、帮取服务外，还增添了帮忙买、帮排队的消费场景。支撑这类服务能随时响应用户需求，企业在运力算法上也颇下功夫。

闪送副总裁杜尚翥曾在接受北京商报记者专访时介绍称，闪送在数字化迭代上经历了三个阶段。1.0阶段很原始，基本满足客户的功能性需求。当客户产生订单后，周围的闪送员开始抢单，平台会调动离客户最近的闪送员。

“进入2.0阶段后，我们意识到客户的需求实际上是多样化的，其次客户更希望能缩短上门时间，所以距离近并不意味着上门时间会变短，我们还考虑了闪送员骑车的速度。因此算法中的变量就增加了。”杜尚翥表示，每一次调度，平台都会将闪送员的速度、位置、时间、交通工具、过往经验等纳入范畴。

而在3.0版本中，杜尚翥发现，单笔订单的完成事实上无法完全达到全局的平衡。比如在一个时刻同时出现了10个订单，虽然这10个订单都能完成，但匹配下来可能不是最优。因此，若是秉持全局最优派单原则，可能会在某些情况下打破以就近原则进行派单的模式，让闪送员之间的接单方式实现一个最优效率的平衡。

为了实现商家、用户、骑手多方的履约平衡和全局最优，平台也在不断迭代数字系统，让其决策更为人性化。在11月初，美团对外公开了“订单分配”的算法规则。北京商报记者了解到，平台为用户统计的骑手预估到达时间，涵盖了不同城市的通行特征、商家出餐、骑手骑行等参考维度，通过算法尽可能选择送单时间宽裕、顺路程度更大的骑手。



## 向内重塑效率

如今，人们待在家里下单，不仅能在当日获得想要的商品，还能处理文件递送、家装清洗、预约排队等事务。数字技术既在深刻改变着用户消费习惯，更是在传统的零售消费模型中增添了新的可能性，在到店消费和延迟需求满足中，再开辟出到家消费并满足即时需求的赛道。

这一变化也加速着实体零售门店以数字技术重塑拣货履约环节来应对竞争。物美集团创始人、多点Dmall董事长张文中曾对外表示，企业要彻底回归商业本质，找出问题，并对这些问题用数字化理论、方法、技术、经验进行解构、重构，以标准化和模块化来提升效率。

在同城零售这片红海里，数字技术带来的效率升级既是企业的竞争利器，也是立足之本。当前，企业正将这整套数字系统经验向更多行业开放。据达达集团财报数据显示，商家端的达达海博系统上线门

店数已超过5000家，帮助组合商品处理效率提升20倍。达达优选在三季度的拣货单量环比上季度增长超过70%。

在企业加强数字调度能力的同时，中国农业大学国家农业市场研究中心主任韩一军认为，从北京全局来看，北京市人口集中、经济发达，对农产品消费的数量和质量均有较高要求。保障北京市农产品供应稳定，还需加强线上线下农产品交易数据的采集、加工、整合工作，加强运用人工智能等数字科技手段，为价格管控、检验检疫、风险预警等方面的政策决策提供可靠的决策基础。

今年7月22日，商务部办公厅等11部门发布关于印发《城市一刻钟便民生活圈建设指南》，提出到2025年，建设一批布局合理、业态齐全、功能完善、智慧便捷、规范有序、服务优质、商居和谐的城市便民生活圈，使试点区域居民满意度达到90%以上。