



智能化转型加速 5G将降低物流仓储成本

无人化竞争加剧

除了末端配送速度的提升,企业也开始在仓储端升级,打造更有效率、成本更低的智能化云仓。北京商报记者近日走访苏宁智能仓库时注意到,苏宁多个智能化仓库,都已经实现了拣选、分拣的智能化,下一步将重点围绕包装盒装车环节,目标是实现卸货、拣选、包装、分拣、装车物流全环节的无人化。苏宁物流正在打造全流程的无人仓,苏宁物流集团执行总裁姚凯表示,预计今年“双11”前,在南京苏宁雨花物流基地就能实现。

除了苏宁,此前菜鸟、京东等企业也纷纷推出智能化物流中心,欲通过高效率解决物流高峰。业内专家表示,未来无论是前段的仓储,还是末端的配送都将进行智能化升级,接下来,物流企业可以利用5G技术,进一步减少物流仓储成本。

据了解,目前,苏宁物流在全国进行了不同层级的智慧仓储布局,以苏宁云仓南京雨花物流基地为例,2016年11月投产,建筑面积20万平方米,库内应用的货到人拣选系统,人均拣选效率1200件/小时,10倍于传统人工拣选,日出货能力28万件,在分拣环节投入的高速分拣系统,具有180万件/日的分拣能力。

仓库分拣神器潜入式双向VGA、送货无人机、送货无人车……在5月28日-6月1日举办的2019年中国国际服务贸易交易会(以下简称“京交会”)上,一批国内最先进的物流黑科技将亮相,物流企业将集中展示物流业发展的最新技术及动态。电子商务行业的发展,“逼迫”中国物流行业进一步升级,以应对成倍增加的消费者,且正为全球物流行业提供范例。接下来,物流企业将利用5G技术,进一步减少物流仓储成本。

其他企业方面,2018年2月,京东智慧配送站在西安落成并投入使用,货物在“无人配送站”内部经过中转分发后,由配送机器人完成自动装载,驶出无人配送站并送至指定地点。除了末端配送环节,京东还在西安建设了高智能化物流中心“亚洲一号”。无独有偶,菜鸟也在2018年7月初推出“黑科技套装”,从地面到空中,菜鸟无人车、无人机,菜鸟快递塔、菜鸟驿站智能柜、菜鸟小盒等产品同样可以完成100%无人化配送服务。

5G节省仓储成本

无人化似乎在企业运用得越来越多,但姚凯认为,无人化并不一定要100%无人,苏宁物流重点突破的是在非作业流程上的人工解放。比如说库存盘点开发视觉盘点技术;通过管理技术将每一个人的效率发挥到更大。在南

京、上海、广州、深圳等地,苏宁物流通过5G、人工智能等技术武装仓储,会更智慧、更柔性,自动化程度、效率更高。

实际上,现阶段物流企业人工流失惨重,机械化的作业流程更加速了工人的流失,为应对该问题,不少企业都进行了无人化升级,通过机器代替人工。苏宁物流研究院副院长栾学锋表示,苏宁物流现阶段正努力提升智能化水平,以仓库为例,通过自动化、智能化方式简化作业流程,新员工通过“分钟级”教学就可上手作业。不过现阶段,智能化、无人化成本较高,只能通过逐一升级的方式循序渐进。

不过,针对成本问题,栾学锋认为,5G技术的成熟将解决高成本问题。他表示,以AGV机器人为例,目前,每台机器人都有自己的“大脑”(芯片),价格约在8万元左右,若5G技术成熟,未来可通过集约化方式统一管理,通过“中

央大脑”管理上百台AGV机器人;也就是说,未来AGV机器人可能只是一个空壳,自身没有大脑,这样或许能将8万元的成本骤减至2万元左右,大大节省采购成本”。栾学锋说道。

逐渐代替人工作业

不过智能化仓储网络的布局不会一蹴而就,无人化也要逐一布局。有分析称,无人化的最大优势是提高效率、降低成本,是未来发展的趋势。但目前,末端无人化的实现还为时尚早,国家邮政局发展研究中心研究员、物流学博士方玺指出,无人技术在快递行业的发展仍处于初步阶段,还无法应对复杂场景,例如暴雨天气引发的路面积水,无人车就难以完成配送。不过随着政策的开放和技术的成熟,无人技术在未来或将部分代替人工运输。

快递专家赵小敏表示,现阶段,无人车、无人车配送都以实验为主,真正推广操作可能比较困难,所以,快递企业首先需完善内部无人分拣工作,这样可以让更多消费者感受到更精确的分拣、更快的分拣速度以及更小的错送率。未来逐渐实现无人仓、无人重卡、无人车、无人机等全流程的无人技术闭环。

北京商报记者 王晓然 陈韵哲

解密亚洲文明巡游的台前幕后

北京商报讯(记者 刘一博 宗泳杉 武媛媛)16个亚洲国家、30多支各具风情的演艺团队轮番上阵,刮起一阵“最炫亚洲风”。5月16日,以“亚洲文明世界共融”为主题的亚洲文明巡游活动开幕,活动进行的6天里,亚洲文明巡游活动还要以每天两场的频率进行,通过“中华风采”、“亚洲风情”、“神州风韵”、“北京欢迎你”四个表演板块内容的展示,展现出“文明对话、交流平台、一带一路、世界共融”的创意理念。

作为旨在展现亚洲和世界各国璀璨辉煌文明成果的表演活动,留给亚洲文明巡游活动执行总导演赵京生的难题莫过于与外籍团队沟通。从筹备到实施,亚洲文明巡游活动共筹备了3个月的时间,与外籍团队沟通是筹备工作的难点。从音乐选择到表演形式,我们都是通过邮件形式与外籍团队沟通。”

在亚洲文明巡游的活动中,40名穿着轮滑鞋、手持风筝的少年引发了现场观众的欢呼,北京体育大学轮滑专业的学生刘昊天就是其中的一名成员:“亚洲文明巡游的导演组找到我们专业老师,希望可以在大会期间进行表演。我和同学们听到这个消息都非常兴奋,这是我第一次感到自己与祖国的距离如此接近。”刘昊天说。

亚洲文明巡游的活动中,不仅有激动和自豪,还能在朝气蓬勃的志愿者那里感受到无处不在的温暖。“我是第一次参加国家级会议的志愿者工作,当时学校招募志愿者时,我第一批就报了名,通过审查选拔后成为了一名志愿者。在会议开始之前,来自很多学校的志愿者在一起进行培训,听着老师们讲注意事项,观看了关于志愿者的宣传片,一天的志愿工作中时常会有疲惫感,毕竟需要全程站立。但当帮路人拍照、指路、解决问题的时候,疲惫感也会随之减弱。”北京体育大学体育休闲与旅游学院16级本科生王诗悦向北京商报记者说。

盲盒玩具缘何成了欲罢不能的“潘多拉”

继口红机、娃娃机后,盲盒玩具成为了又一款“不确定消费”的网红产品。所谓“盲盒”就是消费者不能提前得知具体产品款式的玩具盒子,通常具有一定收藏价值。北京商报记者近日发现,快手等直播平台上拆盲盒玩具的视频逐渐增多,且点击量较高。记者了解到,盲盒玩具的价格大多在49-69元之间不等,而一个系列的价格大概为七八百到1000元不等。

年消费过万

一位资深玩家告诉记者,她已经“入坑”一年多了,并且已经花了上万元购买盲盒。“盲盒价格并不重要,重要的是盒中能给消费者带来什么惊喜。”

据记者观察,国外盲盒价格较高,正品的Hairdorables美发娃娃价格都在200元左右;一个香玲宝宝盲盒的价格也在160元以上;LOL惊喜娃娃分为大中小型,价格49-299元不等。而泡泡玛特一个系列的盲盒价格大概为七八百到1000元不等。

这位资深玩家还透露,其实泡泡玛特盲盒中的娃娃还挺保值的,等绝版后都会升值。如果



能够抽到隐藏版,出手价格会更高。记者从闲鱼上看到,泡泡玛特任意一个隐藏款都能卖到300元以上,更有甚者,能将隐藏款卖到1500元,如“坐坐家族系列”盲盒中的金米奇。

代购者入局

正是看到了盲盒玩具的商机,不少国内企业和代购纷纷加入该行列。一位美国代购对记者表示,现在不光是代购化妆品了,购买盲盒的需求也日益增多。“与化妆品一样,购买盲盒的消费者多数为20多岁的年轻女性。”

但由于代购时间较长、盲盒价格高等一系列问题,如今也出现了各种“祖国版”盲盒,外观与正品看起来并无太大差别,但价格和质量区别较大。如亿奇惊喜猜拆乐仿照LOL惊喜娃娃盲球生产,价格在35-79元不等,整盒

12款的价格仅为449元;而祖国版美发娃娃价格为35元左右,价格仅为正品的1/4。

文化消费需求旺盛

对于盲盒如此受到消费者欢迎的原因,商务部国际贸易经济合作研究院流通与消费研究所副主任关利欣在接受北京商报记者采访时表示,盲盒热销反映出当前年轻消费者的文化消费需求旺盛。从消费主体来看,盲盒的消费人群主要为“90后”、“00后”的年轻人,且以年轻女性白领为主,他们更加喜欢个性化的商品,愿意为取悦自己的产品买单,享受盲盒消费带来的惊喜。从消费客体的角度来看,在满足基本生活需求的衣食住行外,消费者将更多支出花在体验更丰富的产品和服务上,以盲盒为代表的潮玩、新奇特产品越来越受欢迎。

但同时,关利欣建议,消费者在享受盲盒带来的新鲜感的同时,也不要忘记理性消费,往往越便宜的东西会消费得越多,从而产生更大的浪费。

北京商报记者 王晓然 王莹莹/文并摄