

“今年企业能够明显感受到餐饮企业对数字系统服务、智能化产品需求的增长。”

趋势

◆ 无接触

疫情下这场无接触消费模式的创新,勾勒出无人车、配送机器人、智能柜等智能产品潜在的市场空间。

在疫情最为严重的武汉,京东无人车往返行驶总里程超过6800公里,运送包裹约1.3万件。无人配送技术的实操经验累积加速着企业智能产品的商业化进程。9月,京东物流与金龙客车签署战略合作协议,共同推动低速无人驾驶车辆的市场化。

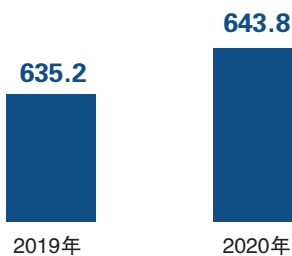
而菜鸟、饿了么和盒马也在不断强化智能产品在快递、外卖、生鲜等民生消费场景的落地。一位专门针对餐厅场景提供智能机器人产品的商家表示,今年能够明显感受到餐饮企业对数字系统服务、智能化产品需求的增长。

(单位:亿件)

1-10月

快递业务
完成量

增长**29.6%**



◆ 智能渗透

今年的“双11”有所不同。若是步入快递企业位于各个城市的转运中心和物流仓库群,往日人头攒动的景象早已不再。交叉带自动分拣线正以秒为计高速运行,上千条滑轨能将包裹按三段码精准划分派送区域,供件机械手以每小时1600件的分拣效率抓取各类型包裹,关节机器人凭借视觉识别技术辅助货物辨识定位,将码垛效率提升至80%。同时,5G技术的推广应用正为物流企业在仓储分拣、末端配送等环节提供更具效率、成本更低的智能化解决途径。

然而,在快运和大票整车等领域,运输经营主体多为个体司机,运力资源混杂且分散,数字化渗透和普及还道阻且长。

◆ 绿色化普及

2020年是物流朝着绿色环保迈进的重要年份。为了适应新形势新要求,推进快递包装绿色治理,国家邮政局印发了《2020年行业生态环境保护工作要点》提出实施“9792”工程,即“瘦身胶带”封装比例达90%,电商快件不再二次包装率达70%,循环中转袋使用率达90%,新增2万个设置标准包装废弃物回收装置的邮政快递网点。

数据显示,截至今年8月底,快递“瘦身胶带”封装比例达94.3%,电商快件不再二次包装率达到68.5%,可循环中转袋使用率达87.2%,设置标准包装废弃物回收装置的邮政快递网点新增了3.5万个。国家邮政局预计,在2020年底前能够完成四项既定任务。

在今年的“双11”,物流企业正以实际行动来促进行业的绿色化进程。

