

无人配送科技『加码』零售业即时零售新业态加速发展

无人机在楼宇间穿梭,将外卖配送至指定地点;无人驾驶自动车在园区内独立完成配送……无人配送科技正加速进入消费领域。

业内专家指出,即时物流蓬勃发展,推动即时零售新业态加速发展。预计2025年,即时零售市场规模将突破万亿元,为2022年的3倍。

“我们在深圳世界之窗主题公园游玩的时候,通过无人机配送,点了一份网红奶茶套餐,仅等了5分钟左右,无人机就将奶茶送到景区指定地点,这样的消费体验太好了。”消费者毛女士说。

据了解,无人配送技术正加速进入零售领域,推动零售新业态多元化发展。

“我们非常关注无人配送的发展。”连锁餐饮企业探鱼·鲜青椒爽麻烤鱼负责人说,“考虑到无人机载重与烤鱼外卖的重量比,目前探鱼使用无人机主要配送单人餐。”

部分企业加速布局无人配送领域。据美团无人机公共事务负责人闫琰介绍,美团自2017年启动无人机业务的自研,目前已初步完成自主飞行无人

无人配送科技“加码”零售新业态

机、智能化调度系统及高效率运营体系的研发建设工作。

“无人机配送致力于为消费者提供3公里、15分钟的标准配送服务。截至2023年8月底,美团已在深圳、上海等城市总计落地7个商圈、17条航线,可为14个社区写字楼、4个5A级景区提供无人机配送服务,并已累计完成用户订单超18.4万单。”闫琰说。

达达快送也在“加码”无人车配送业务。“达达快送与京东物流、毫末智行、新石器无人车、推行科技等企业达成合作,旨在推动无人配送业务的常态化、规模化应用。”达达快送相关负责人说,自2021年上线以来,达达无人配送开放平台累计完成无人配送订单超14万单。

业内专家指出,即时物流蓬勃发展,推动即时零售新业态进入快速发展期。

“即时零售是依托互联网交易平台,线上下单、线下配送、即时送达,是零售新业态、消费新模式。”商务部流通产业促进中心副主任武传亮说,即时零售呈现出商品品类日益丰富、服务区域不断拓展、服务客群持续扩大、消费场景更加多元的发展趋势和特点。

即时买菜、夜间买药、跑腿服务……一些即时消费模式已成为部分消费者的“必选项”。“我通常在下班前在消费平台选购生鲜菜品,我到家的时候,生鲜菜品已经配送到了,非常方便。”消费者王女士说。

“即时零售不是应急零售,而是一种高确定性的生活方式。”美团高级副总裁、到家事业群总裁王莆中说,即时零售已进入加速发展期。

商务部国际贸易经济合作研究院近期发布的《即时零售行业发展报告》指出,预计2026年,即时配送规模将达

即时零售新业态进入快速发展期

到万亿元。正是因为具备了“万物皆可送”的配送能力,即时零售平台向消费者提供的品类更广泛、商品更丰富。

《即时零售行业发展报告》同时指出,近年来,即时零售一直保持50%以上的年均增速,2022年市场规模达到5042.86亿元。预计2025年,即时零售市场规模将达到2022年的3倍。

“有机构统计显示,今年上半年,43%的消费者已体验过‘即时零售’,并且这个数字的增长是极快的。”波士顿咨询公司全球合伙人章一博说。

国金证券分析师陆意指出,近几年,即时零售行业用户渗透率显著提升。预计即时零售行业在2021年至2025年间,复合增长率将达到51.33%。

“消费者的购物需求能够被实时满足,而不是需要提前计划,这种消费体验是最棒的。”中商惠民集团总裁苏小新说,看好即时零售赛道的长期发展前景。

(新华社)



沃尔玛中国打造全渠道一体化购物体验

本报讯 近日,腾讯全球数字生态大会在深圳国际会展中心举行。本次大会主题为“智变加速,产业焕新”,以产业创新升级为核心,共研共探千行百业数智发展前沿趋势,开启智能变革时代新征程。沃尔玛中国出席腾讯全球数字生态大会,分享了沃尔玛在数字化建设方面的经验。

沃尔玛中国的数字化团队开发了覆盖全渠道的店仓运营技术平台。该平台整合了线上线下店铺和仓储设施的数据,实现了库存管理、订单处理、退货处理等核心功能的统一管理。这使得沃尔玛能够更好地掌控商品的流转和库存情况,提高了运营效率。

依托沃尔玛先进丰富的全球零售管理经验,沃尔玛中国还构建了强大的零售管理系统,改进业务流程,满足本土业务发展需求。沃尔玛中国的数字化平台能够管理海量的顾客和会员数据,实现个性化推荐和营销活动,提升了顾客的满意度和忠诚度。同时,全渠道库存和订单的管理能力,使得沃尔玛能够更加精准地掌控商品的流转和库存情况,提高了运营效率。此外,沃尔玛

还凭借大数据洞察和分析能力,协助商品分析与选品管理,实现全量单品维度的损益分析,为商品的上架、陈列和价格提供了更精细化的管理。

沃尔玛中国的数字化平台还通过算法驱动的多层级自动化补货和多渠道的库存共享,提升了库存的周转和利用率,降低了库存成本,并进一步优化了供应链与物流运营的效率。

此外,沃尔玛中国还通过集成业务计划(IBP)平台,提升了跨部门的计划协同效率,增强了业务运营计划的确定性和弹性能力。该平台能够将业务计划、销售预测、采购计划等各个环节有效地连接起来,实现数据共享、流程协调和资源优化。

沃尔玛中国坚守着以顾客/会员为中心的理念,在数字化进程中始终将人与科技相结合,通过数字化赋能和深化零售的基本功,提升全渠道的客户体验和驱动供应链的高效运营。通过关注顾客需求、利用科技赋能和优化运营组合,沃尔玛中国不断为消费者创造持续的价值。

(中商网)

持续加码有机食品 盒马牵手全球最大有机展品牌

本报讯 在亚洲国际有机产品博览会上,盒马与主办方纽伦堡会展集团签订合作协议,共同为促进国内外有机贸易发展,消费市场培育等方面展开合作。同时,同济大学、盒马、OC&C战略咨询、上海市质量监督检验技术研究院联合撰写的《2023年有机消费新趋势》白皮书做框架内容发布。

据悉,博览会上,国家市场监督管理总局认证认可技术研究中心与盒马共同举办产销对接会,约有近百家有机行业企业与盒马现场交流,进行产销对接。盒马联合创始人、可持续发展部负责人沈丽在会上表示,“盒马在发挥积极发挥新零售平台和数字经济在有机市场的正向作用,用‘人、货、场’的逻辑进入产业场景,在洞察并满足消费者需求的同时,打造从源头到餐桌的有机消费新模式”。

近年来,盒马也针对新的消费趋势,不断推动产业的发展,进而不断满足消费者对于有机的消费需求。

2018年起,盒马开始深耕有机市场,经过5年的发展,如今盒马在全国20多个城市售卖有机商品,涵盖包括蔬菜、水果、肉禽蛋、粮油、母婴等7大品类,成为国内最大的有机生鲜食品一站式购

物平台。

沈丽表示,盒马沉淀了一套完整的产业协作机制,帮助有机农产品解决高损耗的问题,让更多消费者买到“平价真有机”。

在乌兰布和沙漠中的圣牧有机贝贝南瓜基地,刚开始在沙漠种菜,损耗几乎达到非有机基地的60%以上,直到近两年与盒马合作,盒马通过自身供应链帮助基地引进数字化分拣线,让基地减少20%~30%左右的损耗,有效帮助其提高供应链能力。

盒马相关负责人介绍,在保鲜需求的推动下,数字化的产业链也被应用在冷链配送流程中,“每台车辆安装车载摄像头,并通过冷链配送北斗系统,可以精确定位、定时、定速、定温,全程控制在0℃~4℃,所有数据每30秒上传到监控终端。”一旦后台监控到出现异常,就会实时提醒驾驶员做调整。

布局有机消费市场,不仅惠及消费者和农业从业者,也为探索可持续农业添砖加瓦。6月,盒马成立可持续发展部,将有机农业、生态农业和绿色低碳农业作为可持续农业的重点探索方向。截止到9月,“有机盒马村”的数量达到49个。

(中国经济网)