

本报讯 何治民 作为低空经济的热门场景,无人机物流配送的商业模式正逐步清晰。日前,在第八届世界无人机大会之无人机物流配送应用论坛上,湖南智航飞购科技有限公司董事长戴旺称,当前,无人机即时零售80%消费者的年龄为21岁到35岁,无人机即时零售正处于初级业态,预计2030年以后能实现不同品牌融合飞行的经济业态。

据商务部国际贸易经济合作研究院发布的《即时零售行业发展报告(2023)》显示,过去几年,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,预计到2030年即时零售市场规模将增至3.6万亿元,相当于同期社会消费品零售总额的6%。

近年来,随着美团、饿了么、京东等大平台的人局,即时零售快速发展,快递时效从传统电商的2~3天缩短至2小时,随着AI技术的发展,无人机即时零售新业态出现,戴旺介绍,同样满足用户的即时需求,无人机即时零售能实现15分钟内即配到家。

去年12月19日,美团无人机就在清华深圳国际研究生院开通了首条高校航线,学生可选择由无人机送到校内指定降落点,商品从打包到送达仅需约6分钟。

今年3月27日,工业和信息化部、科学技术部、财政部、民航局四部门联合印发《通用航空装备创新应用实施方案(2024—2030年)》提出,加快推动“低空+物流配送”规模化发展。方案聚焦“干一支一末”物流配送需要,在长三角、粤港澳、川渝、内蒙古、陕西、新疆等区域,鼓励开展无人机城际运输及末端配送应用示

## 未来发展空间广阔 无人机即时零售业态持续升温



范,形成量大面广的航空物流配送装备体系。

对于专注无人机末端物流的无人即时零售,要想真正实现规模化运营,不仅要解决如何平衡“安全性”、“规模”和“成本”这三个要素的难题,还面临运行管理、飞行安全、法规标准等方面的痛点。

“目前,在技术上,无人机即时零售可以做到24小时全天候作业,但是处于订单较少,成本相对较高的阶段。”谈及当前无人机即时零售发展的痛点,戴旺分析称,未来无人机即时零售成本的降低,一方面依赖于通过消费者习惯的培育,提升订单规模来实现。另一方面,依赖于政府加大政策扶持、



标准智能柜等基础设施的投入,提高产业规模来实现。

戴旺还提到,未来无人机即时零售要想实现“想飞就飞”,还需要完善空管服务体系,确保各类无人机飞行信息的共享,重塑空域管理的现有格局,构建统一服务运维、统一指挥调度、统一飞机体系、多载荷配置体系、多业务场景服务,实现全方位智能管理和



## 物美为流通产业发展注入更多活力与希望

本报讯 随着数字化时代到来,我国流通产业正全面拥抱数字化,加快建设现代流通体系。物美通过大数据、云计算、人工智能等手段,打造了以生鲜为核心的数字化供应链,不断提升订单满足率、门店有货率、网上有货率,有力保障了市场的民生商品供应。例如,自动补货系统通过“智能预测—智能补货—订单可视—零供协同”一体化,每日计算缺货率、高库存等核心指标,报警高库存、售罄等急需关注的重要数据。自动补货实施以来,试点门店缺货率由最高时的7%降至2%以内,

每年节约门店人力成本约5000万元。这一系列创新为整个现代流通业发展提供了数字化转型的范例。

正是这样高效运转的保供系统,在特殊时期成为打赢“菜篮子”保卫战的重要力量。2020年,面对突如其来的新冠疫情,物美充分发挥供应链优势,保证各类民生商品源源不断摆上货架,并通过线上线下融合的新零售模式,为小区居民提供配送服务,部分小区还设立“物美多点社区抗疫提货站”,社区居民通过多点App下单,选购日常需要的蔬菜水果、肉蛋奶、米面粮油等

商品,物美物流中心和门店分拣后及时发送到提货站,系统自动向消费者推送短信,消费者按订单到提货站自提,有效减少了人流集中造成的交叉感染风险。

截至目前,物美会员总数已经突破4000万,年活跃会员突破2000万,App的销售占比达到80%。随着技术的不断进步和消费者需求的日益多元化,流通产业将更加注重品质、效率和创新。作为中国流通产业的重要参与者,物美将继续加大技术创新和研发投入,推动流通产业的数字化转型和智能化升级,并通过引

进先进的物流技术和管理经验,不断提升自身的运营效率和服务质量,为消费者提供更加便捷、高效、个性化的购物体验。

未来,随着技术的不断进步和消费者需求的日益多元化,流通产业将迎来更加广阔的发展空间和更加激烈的竞争态势。作为中国流通产业的重要参与者,物美将继续秉持创新、务实、高效的发展理念,不断探索和实践数字化转型的新路径和新模式,为推动流通产业的持续健康发展贡献更多的智慧和力量。

(据《生活日报》)

## 三林崩瓜亮相北京盒马门店

本报讯 桑雪骥 近日,上海浦东地产水果南汇8424西瓜和三林崩瓜集中上市。今年上海本地西瓜正式走向全国,首批供港南汇8424西瓜和三林崩瓜于近日启运香港。三林崩瓜乘坐盒马定制的“专车卧铺”北上,亮相北京门店。

作为继南汇8424西瓜之后的又一张浦东“名片”,三林崩瓜还得从它的“暴脾气”说起。传说每每打雷下雨,或是有人走过瓜田脚步重了些,瓜皮仅有约1元硬币厚,但是瓤肉脆甜多汁的三林崩瓜便会如点燃引线的炮仗般崩裂开来。

近年来三林崩瓜能在盒马上架销售,这背后是农业专家、种植户和主要流通渠道盒马为之付出的心血。

20世纪70年代末,专家们从海外引回三林崩瓜原种开始尝试种植,2007年,浦东新区将三林崩瓜列入抢救性品牌项目。通过专家们长达半个世纪的技术接力,三林崩瓜得以小规模现身于果蔬市场,其中盒马是最主要的销售渠道。

“每到崩瓜采摘季,我们员工都要将指甲修剪得尽可能短,指甲长的稍微碰一下崩瓜的外皮它就会裂。”川沙盒马村种植基地的技术顾问金志华介绍说,为了与崩瓜“和谐相处”,瓜农们也使尽浑身解数。

为了能让三林崩瓜大批量走上消费者餐桌,2023年盒马在川沙镇包下了150亩基地种植崩瓜。上线第一年,销售增长近两倍。

此外,今年盒马的崩瓜在保持了传统崩瓜“皮薄如纸、个小瓤黄”的优势下,通过品种筛选的手段将崩瓜的糖度提升了1.5倍。同时,为了使其在采摘运输过程中不易裂开,瓜农通过测算,在采摘前20~22天控制浇水量,让西瓜水分降低,瓜皮更加坚固,损耗的下降也让今年上市的三林崩瓜在价格上降低了15%。

据了解,前不久浦东新区又新增了3个盒马村,分别为盒马供应8424西瓜和三林崩瓜。随着盒马村的落成,种植面积较去年扩大了30%,今年的崩瓜上市量还将进一步扩大。加上稳定供应链和品种改良的基础,盒马今年计划扩大三林崩瓜的销售区域,送西瓜出沪上京。

在运输过程中,瓜农们发现,崩瓜的开裂是从上下两端开始。为此,盒马今年特地在包装上进行了改良,专为崩瓜细长的身材量身定制了“横卧”式包装箱,用泡沫纸和气泡柱包裹的崩瓜果体不易晃动,再加上物流方面全程专车配送,崩瓜48小时内便能从种植基地“躺”到北京。