

大数据，给物流植入智慧大脑

近日,电商巨头亚马逊宣布了一项重要举措:要求所有三方卖家从8月31日开始,将其包裹的投递速度提高40%。那么,亚马逊究竟是如何在保证销量的同时,提高整个平台物流效率的?其实,亚马逊不仅仅是电商平台,还是一家科技公司,其在业内率先使用了

大数据,利用人工智能和云技术进行仓储物流的管理,创新推出了预测性调拨、跨区域配送、跨境配送等服务,并由此建立了全球跨境云仓。可以说,大数据应用技术是亚马逊提升物流效率、应对供应链挑战的关键。

DHL发布《2018/19 物流趋势雷达》(Lo-

gistics Trend Radar)报告中指出,未来5-10年,有28个关键趋势影响着物流业的发展,数字化将成为行业变革的最大驱动力。新的物流趋势是以客户为中心,不断创新的需要。

数据是赋能的魔法,尤其是物流大数据应用,使物流企业能够提高效率,降低成本,

并寻求新的商机,可以说,大数据正在成为物流行业最大的福利。联想到这几年物流行业的快速发展,处处可见的大物流、大流通、新物流、新渠道、新零售、无界零售等等,成立的前提都是数据应用,是数据的变现与数据沉淀的结果。

数据支撑共享货运

发货企业或个人车源、货源等提供一个高效的业务对接,在提高物流行业服务的同时降低物流成本。

在货运行业,中交兴路是一家拥有扎实的基础大数据平台和全面先进数据服务的物流企业,负责运营的全国道路货运车辆公共监管与服务平台覆盖了全国95%以上的重载型货车,积累了数据量高达10PB的海量货运大数据,数据范围涵盖重载卡车的动态和静态数据,车主、司机相关数据以及物流企业“用油、ETC、金融”数据三大类,每日新增数据量超8TB。这个平台将多维、实时的智能大数据叠加在物流场景中,

借助技术驱动和数字牵引,苏宁智慧物流发展成绩斐然。截至2018年3月末,苏宁物流及天天快递拥有仓储及相关配套合计面积近700万平方米,拥有快递网点达到21904个,苏宁物流社会化营业收入(不含天天快递)同比增长84.84%。而基于大数据分析的智能包装推荐、路由网络优化、绿色快递盒投放与回收等系统上线,使得苏宁物流运营效率与成本管控能力显著增强。

大数据时代的到来为物流业转型升级指出了新方向、提供了新动力,为物流行业赋能升级。多年来,物流行业“多、小、散、乱”及信息不对称等问题,始终制约着物流行业的发展。中国物流成本占GDP的比重是15%,发达国家是7%到8%,我国物流效率仍有较大的提升空间。数字经济作为革新传统物流的新方式,数据成为基础战略资源,特别是大数据,使物流行业变得更加智能,也更加高效。

运满满的全国干线物流智能调度系统,基于云计算、大数据、移动互联网和人工智能技术,以复杂事件检测分析和处理技术,大数据智能分析决策技术创新为重点,运用先进的算法模型,实现了智能车货匹配、智能实时调度、智能标准报价,对物流信息全程追踪和可视化。仅2015年、2016年两年,运满满平台上司机的月行里数由9000km提高到12000km,平均找货时间从2.27天降低为0.38天。

运满满有关负责人表示,车货匹配平台企业最核心的竞争力是具有绝对优势的用户数,以及每日沉淀的货运大数据。

专注于城际整车运输的互联网交易平台福佑卡车,摆脱了直接做车货匹配信息平台的思维,开辟了经纪人竞价模式,并依托交易过程中积累的大量数据,运用大数据和人工智能技术,开发了图灵智能报价系统。图灵智能报价系统根据市场供需、货源品类、车型、线路、天气等要素推算运价,并及时进行报价,生成整车运输价格表。货主企业在福佑卡车平台发货平均节省了8%的运输成本,请车和询价时间减少了1个小时以上。

福佑卡车运营负责人颜潮在福佑卡车的运营中体会最深刻的是:“当下无论是对于信息平台还是交易平台,数据都是最核心的竞争力。对于交易型平台而言,数据是提高交易精准度和建立信用评价体系的关键。”

“物流+大数据”的运用还有很多,像菜鸟电子面单的推广,打印速度能提升四到六倍,使得发货效率至少提高了30%,还可以提高快递人员的打印效率和分拣效率,在环保以及保护个人隐私方面都有一定的成效,深得消费者的青睐。

“大数据+物流”的到来,为智慧物流开启了新的运营模式,既是顺应时代的发展,也是智慧物流必走的路径,“未来的物流公司成长要靠数据、技术和人才”,马云在2017全球智慧物流峰会上如是说。

相信,在未来,“大数据+物流”的结合,还会带来意想不到的惊喜。

本文综合航运交易公报、飞象网、《海峡风》、《中国企业报》、莆田商务、人民网时政频道、微构大数据等媒体报道。
本版图片均来源于网络,请作者与本报联系,以奉稿酬。

数据的价值

2018年是云鸟科技提出“用数据驱动供应链交付”的第四个年头,发展至今,云鸟科技已拥有100万专业司机的运力池,服务了1.6万家企业货主,业务覆盖全国18个省、22个一二线城市、77个地级以上城市,并辐射周边550公里的城市圈。云鸟科技创始人兼CEO韩毅在最近由云鸟科技主办的“新经济 新城配——2018中国绿色智慧城市物流峰会”上表示:“未来3年,云鸟科技的主要发展方向全部都会指向新能源自营运力和车后市场,打造全新的商业生态,而这新生态的基础就是数据,包括数据的采集、数据的处理、数据的算法。”

大数据技术能够让我们对经济领域的事物进行更加科学准确地评估。近些年,由于计算机、软件和网络技术的进步,出现大数据、共享数据、云统计、云计算,人们可以对订单、消费和物流进行精确统计和安排。

在航运业,中国大数据平台建设目前可行的有海事系统的“船舶自动识别系统信息服务平台”;航运管理方面信息系统有“国际运输船舶运力登记管理系统”、“海运集装箱运价备案系统”和“中国船舶交易网”等;政府主管部门现阶段具有的行业大数据平台只有运价备案受理系统,是《国际海运条例》和《国际海运条例实施细则》实施以来建立的首个第一手的大大数据平台。该平台的建设、安全运行、辅以运价检查,已为国际海运市场规范有序、公平竞争发挥了积极的作用。

可以说,大数据已经渗透到物流领域的各个环节之中,其作为一种新兴技术,它给物流的发展带来了更多的机遇。

对物流企业而言,合理地运用大数据技术,对企业的管理、客户关系维护、资源配置等方面都将起到积极的作用,使物流决策更加高效与准确。2014年,中国物流大数据应用市场应用规模为2.92亿元,预计到2020年将达到188.23亿元。

“数据带来的好处显而易见”,云鸟科技运力副总裁汪正伟说:“它能更好地感知世界,比如能迅速厘清物流各个环节都发生了什么事,这是数据的价值。”

近年来,我国国家层面出台支持物流大数据进步的政策不少,包括:《第三方物流信息服务平台建设案例指引》、《商贸物流标准化专项行动计划》、《物流业发展中长期规划(2014-2020年)》、《关于推进物流信息化工作的指导意见》等等,都将大数据、信息化处理方法作为物流行业转型升级的重要指导思想。

日前,在第二届中国智慧物流科技创新发展论坛上,中国信息协会副会长朱玉感慨道:“中国物流行业的发展春天来了!”朱玉认为,智慧物流已经成为“互联网+高效物流”的核心要点,物流行业正在进入一个新的发展时代。在顺丰科技有限公司大数据算法与策略部总监金晶看来,处在云计算、大数据、人工智能等信息技术高速发展变革的时代,物流业作为供应链的一部分,为经济的高质量发展起到了举足轻重的作用。

中国物流与采购联合会副会长兼秘书长崔忠付表示,物流的新旧动能的转化进一步加速,其中之一就是物流新理念不断兴起,比如菜鸟网络提出的新物流概念。新物流就是“大数据+智能+协同”,服务于新零售。

大数据和人工智能已经把物流业从肩扛手提的传统模式,带入了科技驱动的新物流时代。

大数据产业尚在起步阶段

据了解,物流大数据行业的生命周期比较长,一般要在5-8年,前期的数据积累和沉淀耗时耗力耗财。目前,中国物流大数据产业正处于起步阶段,专家预测未来5年有望快速发展,率先实现大数据增值。

当下,我国物流大数据行业还存在着信息壁垒、收集繁复等痛点。

业内人士反映,目前货车司机的涉案数据、物流企业在银行的黑名单数据、货车司机罚款频次、超载频次、交通违章频次,这些数据尚未互联互通,一定程度上影响了共享货运平台所能提供服务的质量。

“平台企业希望能与相关行政机构合作推动数据的互通共享,据此平台可以更好地掌握司机的情况从而提供更个性化的服务,司机的相关权益也更有保障。”罗鹏说。

新零售时代的物流,要求更精准地预测销量,调拨库存,以更高的效率、更低的成本、更优质的服务体验将商品送至客户手中。供应链管理下的物

流依赖于对大量信息、数据的采集、分析、处理和及时的更新。物流企业和供应链中任何一个节点之间都需要信息沟通,而这些信息可能会存在于不同架构的平台之中。因此,“在实现精益供应链管理的过程中,数据的整合是重中之重。”多位物流业界人士都有着上述共识。

中国物流与采购联合会主办的第十届中国物流信息大会上,百世集团高级副总裁、车辆研究院院长郭蕾认为,对于企业来说,要做到物流的降本增效依旧面临很多瓶颈,即便是面对当前大数据、云计算、物联网带来的新机遇,要想从中把握发展机会,实现降本增效并不容易。例如,很多车企、大车队、车主以及各类设备厂商,运力数据可以实时获取,但业务运营数据却难以拥有。在当下以前端消费影响后端生产的状态下,要想更好地降低物流成本,提高运营管理效率,还需多方探索。

不仅公路货运存在大数据运用的瓶颈,海运业也是如此。据悉,海运业在整个物流体系中占有的

分散,而线下零售商SKU有限、规模化程度高,因此,双方在供应链中间的采购、仓储及运输环节的核心资源共享将带来可观的规模效应。

三类物流“玩家”分工协作

“新零售模式下物流服务提供商将具备更为清晰的分工与紧密的协作:供应链整合商、运力提供商及基础设施提供商三类物流玩家将分工协作、主导市场,在新零售下的供应链环节中各自承担更为清晰的任务分工。”报告分析指出,供应链整合商这一“玩家”在前端与消费者距离最近,在数据抓取上具备天然优势,可以提供准确且具前瞻性的供应链计划,同时对接后端供应链各物流执行环节的利益相关方并提供指导。进而,运力提供商及基础设施提供商逐步发挥自身在运输、仓储及物流科技应用环节上的优势,助力物流运营效率的提升。

而不同类型的物流服务提供商将具备鲜明的角色及

价值定位:供应链整合商在供应链环节中将以“计划者”及“整合者”的定位为核心,在全局上整体提升供应链的协同效应及释放规模效应。

运力提供商将回归“运输专家”的角色定位,力求在提升物流交付时效、稳定性的同时,有效降低运输成本。而基础设施提供商则进一步体现“赋能专家”的角色定位,通过最优的仓网布点及柔性、敏捷的物流科技研发提升各节点的运营效率。不同的角色定位对三类物流服务提供商的核心能力提出差异化的构建要求,中国物流企业要想在未来的竞争中脱颖而出,就需要根据自身定位,有针对性地提高自己的竞争力。

核心竞争力来自何处?

报告最后给三类物流企业如何提升核心竞争力提出了建议:供应链整合商未来的核心竞争能力来源于数据驱

中国物流企业如何“玩转”新零售

姜业宏

欧洲咨询公司罗兰贝格日前发布的一份最新报告《新零售下中国物流企业的应对之道》显示,中国网络零售市场增速放缓,预计未来将过渡到每年约20%至30%的复合增长速度。报告称,以“数据驱动”和“渠道融合”为特点的新零售业态,消费者的多样化诉求在数据驱动下将被极大满足。同时,在整个链条中,各环节库存数据打通并实时动态共享,将有效降低库存,提升整体供应链效率。

线下潜力巨大 线上加速布局

这份名为《新零售下中国物流企业的应对之道》的报告提出,近年来,互联网巨头在线上零售战场之外开始积极寻找新的增长点。未来,将进一步依托大数据、人工智能等技术手段对传统线下零售生态进行复能。

一方面,线上零售商具备极强的数据抓取及分析能力,可实现更为准确的需求预测及采购与物流计划,同时,线下零售商拥有丰富的网点物流配送价值可供激活,可实现更为快速的配送时效及更具竞争力的配送成本,因此,双方在供应链前端计划环节及末端配送环节的核心能力共享将释放显著的协同效应。

另一方面,线上零售商SKU(最小商品单元)多、订单

动、供应链计划及三方资源整合能力。数据驱动能力要求其进一步以先进人工智能手段为依托,实现更多维、更深度的大数据采集及分析,进而逐步强化需求预测及供应链网络分析及优化。同时,在供应链环节逐步向上游延伸,搭建上游寻源及采购体系,并具备整合优质三方物流资源的并购、信息对接及管理能力。

运力提供商未来的核心竞争能力来源于及时稳定的运力保障、最优的成本控制以及优质的服务能力。因此,相关企业应积极围绕社会化运力的寻源及管理、线路规划、运力调度、车队管理、标准化服务培训及增值服务相关的能力构建,以期在现有的同质化竞争中率先脱颖而出。

基础设施提供商未来的核心竞争能力来源于最佳仓储网络布局、商品库内高效周转及提升供应链柔性的物流科技开发及应用能力,其中,仓储网络分析及规划、土地资源获取、高效库内管理及增值、柔性科技研发及应用等相关能力应尽快构建以占得先机。