

以智慧物流为方向的数字化、智能化

近日印发的《数字中国建设整体布局规划》指出，建设数字中国是数字时代推进中国式现代化的重要引擎，是构筑国家竞争新优势的有力支撑。

当前数字化窗口已经打开，各行各业都在与数字化结合。对于快递业来说，以智慧物流为方向的数字化、智能化，**是当前转型升级的必由路径。**

商业世界多变而残酷，每一次变化都会重塑竞争逻辑。现如今，快递业的新浪潮已经再次涌起。企业如何把握住数字化机遇，充分发挥数字经济的新优势，是下一轮竞争的关键。

| 01

头部快递企业试水

我国快递业务量连续两年突破千亿大关，2022年已达1106亿件，连续八年稳居世界第一，对全球市场增长贡献率超50%，日均服务用户近7亿人次。

亿豹网认为，快递行业上半场比拼的是规模和资本，而下半场拼的是效率，**数字化速度将决定企业提质增效的程度。**



在信息化、数字化、智能化等方面，头部快递企业也在争相进行数字化转型。

以圆通为例，多年来圆通以金刚核心系统为基础，通过行者、运盟、网点管家、管理驾驶舱等数字工具，实现快递全业务流程的数字管理，**并推动数字化从呈现问题向智能决策转变。**

圆通还在自动化设备中率先融合数字化工具应用，推进柔性分拣和机器视觉应用，并试点无人化。数据显示，圆通近年来的数字化转型效果初显——2021年，圆通快件时效显著增强，全程时长同比缩短超6小时；客户体验持续改善，投诉率同比下降超30%。

德邦快递也在寻求数字化，希望通过线上化和自动化降低客户服务成本，提升客户体验。**德邦快递建立了一个数字化指挥中心**，实时采集外场、网点的全景视频，物流环节、区域网点、电商渠道、客户反馈等核心指标数据，并且在客服、下单、电子面单、ar量方称重、支付、查询、评价等业务流程都已经实现数字化。

慧眼神瞳·质量管理

感知和分析人员操作、物品状态等生产场景，保证生产质量、服务质量。

VAPD 违规行为检测	BKPD 外包装破损检测	BAVR 视频检索追溯	BCLD 输送线堵转检测	VPSD 违规码货检测
				
<ul style="list-style-type: none">• 抛扔、拖拽、掉落等行为轨迹识别• 全量检测和随机抽查模式	<ul style="list-style-type: none">• 外包装检测识别• 实时预警	<ul style="list-style-type: none">• 全国联网，视频可视化查询• 依据订单、条码等识别号追踪查询	<ul style="list-style-type: none">• 识别高速运转的输送线上的停转、堵塞、物品堆积等场景	<ul style="list-style-type: none">• 对物品堆放高度、倾斜度、大不压小、重不压轻的规范性识别

识别场景丰富，违规行为、场景一网打尽，事中秒级预警，事后回溯追查

顺丰在科技上持续布局人工智能、大数据等前沿技术，“慧眼神瞳 (AI ARGUS)” AIOT 感知平台应运而生。据悉该平台融合了 AI、SLAM、物联网、多传感器信息等技术，能覆盖全场景的实时业务动态数据，保障物流安全、提升物流效能及自动化水平、减少人力投入，助力泛物流行业场景运营数字化智能化。

除此之外，京东也推出京东工业互联网平台、中国邮政推出“超级邮编创新实验室”，分拣机器人、无人驾驶、云计算……越来越多的智能技术和产品被应用于快递物流行业。

| 02

数字化并非想象中简单

随着 5G、大数据、物联网等技术手段的加速发展，我国快递业也从速度和规模向质量和效益转型，行业数字化发展迎来了快速增长期。

数字化的本质是用数字化的方式对商业模式进行重构，并由此创造更多的商业价值。在整个实现过程中，第一步是要收集实时在线的数据；第二步是数据要产生价值，

通过数据优化业务；第三步是通过数据赋能行业，帮助行业做速度化升级。



亿豹网发现，但数字化却往往并没有我们想象得那么简单。从现实情况看，信息对称难、部门协同难、人才培养难、系统实施难、效益显现难成为企业数字化转型途中遇到的普遍问题。

就比如，最常见的数据安全问题。目前，快递相关企业掌握了大量用户信息，由于系统平台漏洞和数据保护权责划分不清晰，近年来已发生多起数据泄露事件。究其原因，还是物流企业对数据保护技术和人力投入较少，存在严重的信息保护缺失隐患。

而且，各家企业均使用自己的系统和数据标准，这导致无法实现行业之间的数据互通，难以建立统一的标准，从而也影响物流业的数字化发展。

据数据显示，**只有 28% 的运输和物流公司在数字化方面认为自己是“先进”的**，而且还有研究发现，只有 35% 的托运方认为 3PL 服务商能支持其大数据计划，仅 26% 的托运方对目前行业中的数据分析能力感到满意。



另外，**快递物流企业对数字化转型也存在一些认知误区**。一是将信息化简单等同于数字化；二是简单地认为数字化是一种轻资产；三是对数据的理解过于片面。折射出不少企业数字化思维普遍缺失、数字化意识相对淡薄、数字化人才奇缺等问题。

整体来看，快递行业的数字化程度仍然处于初级阶段。但不可否认的是，数字化转型是顺应新一轮科技革命和产业变革趋势。将高质量发展与数字化结合，是每一个物流企业应具备的经营理念。

| 03

转型之路任重道远

后价格战时代，快递企业要实现产业价值的差异化，获得竞争优势，要认识到什么是真正的数字化转型。数字化转型不仅仅是颠覆或技术。它是关于价值、人员、优化以及通过智能使用技术和信息在需要时快速适应的能力。



亿豹网了解到，目前来看，**物流行业的数字化主要包括数字化软件和数字化硬件两个方面**。在软件方面，物流企业可在物流运输过程中的每个重要节点通过数字化手段进行优化；在硬件方面，物流企业需要让前沿科技在物流实际运营场景中落地。例如无人配送车、无人叉车、智能量房等前沿技术的应用。

统计显示，截至 2022 年 10 月，全国经营范围涉及数字物流的企业（包括在业、存续）达到 1.6 万余家。其中，新成立物流企业中数字物流企业的占比从 2018 年的 0.4% 增长至 2022 年的 2.02%，占比逐年攀升。

在企业营收规模上，据中国物流与采购联合会不完全统计，2020 年数字物流整体市场规模是 356.7 亿元，到 2022 年增长至 1280.5 亿元，年均复合增长率达到 70.86%，数字物流市场整体呈现高速增长态势。



数据技术能力是企业的立身之本，但企业如何进行数字化转型升级成为全行业的难题。当前，物联网、云计算、大数据、人工智能、区块链等新一代信息技术应用成本仍然偏高，硬件装备改造或替换成本也很高。而整个物流企业税后利润率在4%左右，中小微企业仍然存在“不敢转”、“不会转”、“不能转”等问题。

《规划》提出，到2025年，基本形成横向打通、纵向贯通、协调有力的一体化推进格局，数字中国建设取得重要进展。数字基础设施高效联通，数据资源规模和质量加快提升，数据要素价值有效释放，数字经济发展质量效益大幅增强。

物流兴，则经济兴。物流高速增长背后，是迫切的数字化转型需要。谁能抓住新的行业核心竞争力，谁就能在新阶段抢占领先地位。