

调查 LAOCHA

智能物流激活“最后一公里”

日前,在上海举行的2019 WA-IC世界人工智能大会开幕式上,科技部公布了最新一批国家人工智能开放创新平台名单,包括以智能供应链为代表的京东、以基础软硬件为代表的华为、以智能家居领域为代表的小米等。作为新一轮科技革命和产业变革的重要驱动力量,人工智能产业的发展再次迎来政策“红利期”。

机器人2小时搞定员工1天工作量

在深圳福田区,黄女士来到小区里的快递柜前取快递,这次她不是在屏幕上输入取件码,而是看了看屏幕上方的摄像头,快递柜就自动识别并打开了柜门。黄女士说:“这个刷脸程序,我认为还是非常方便的。如果人们忘记带手机,就可以利用这个系统进行刷脸,可以及时取到快递。”



京东的“亚洲一号”智能物流仓库内,地狼机器人正在忙着“拣货”。资料图片

本和提效率。

无人车进不再只是作为噱头的故事,而成为真实发生的行业变化,它们为物流行业注入了新力量。中国邮政、顺丰、京东等公司已经用上无人车技术,并不断研发新产品。

消费者享受好服务好体验

行业专家认为,此次建设智能供应链国家新一代人工智能开放创新平台的价值主要体现在:从上游看,可以提升产业资源配置能力、协同能力及服务支撑能力,帮助传统企业向智能化、数字化转型;从消费端看,意味着消费者可以便捷享受到“好产

品”“好价格”“好服务”“好体验”甚至更加个性化的产品和服务,全方位满足现代消费者的所有需求。

在其他行业里,一般认为有市场的竞争者越多,对消费者越有利。但特定的物流场景采用集中托运具有实质性好处。根据一项估计,欧盟物流业效率每提高10%到30%,就会为欧洲物流业节约1000亿~3000亿欧元成本。

目前很多物流公司也在尝试探索采用智能化合作模式进行运营,许多快递公司都和国家邮政公司以及一些小型本地快递公司最后一公里配送上建立合作关系。

华创证券交通行业首席分

析师吴一凡分析:“我们观察重点工作中,包括启动第一批15个左右国家物流枢纽布局建设,这会促进现代物流业与制造业的深度融合,以枢纽作为抓手,聚集物流资源,提供高效服务,从而降低成本、提升区域企业的竞争力,也可以促进制造业集群化的发展。”

电商物流

重点聚焦“人机CP”

在任何物流模式下,劳动力永远是关键因素,目前,从仓储到最后一公里配送,所有的物流环节都可以实现自动化。智能物流的投入和建设逐渐改变着未来物流行业的人才需求结构,也为物流人的转型、成长提供了更大的发展空间。自2016年初至今,京东物流通过云梯计划培养物流精英。云梯计划因其极高的人才筛选门槛、魔鬼式的训练方式等特点,被称为“物流界MBA(工商管理硕士)”。

每一次新技术的诞生都会让人机关系进入一种新的平衡状态,人工智能时代也是这样。让机器人配合员工工作,不仅仅是体力、脑力上的增加,而是协助人类以另一种全新的方式去解决问题。2019年,新的“人机CP(couple,配对)”还将继续增加,关注核心科技,更关注和从业人员的搭配工作,各大电商物流企业仍然会进行重点聚焦。

在过去两年里,各种黑科技以最快速度融入中国物流,但物流的本质从未改变,对消费者不断变化的需求和供应链效率的追逐依旧是每家物流企业把握的核心。科技带来的改变将不再局限于某个行业的某个场景,而是供应链整个链条的方方面面。

据新华社

第七届科博会集中签约超900亿元 比去年增长近20亿元

记者8日从第七届中国(绵阳)科技城国际科技博览会成果发布会上了解到,本届科博会集中签约项目105个,吸引投资金额923.75亿元,其中5亿元以上项目39个,比去年增长近20亿元。

本届科博会于9月5日至8日在绵阳科技城举行,围绕协同创新、前沿关键技术、科技成果转化等热点问题,聚焦北斗导航、信息安全、5G智能等新兴领域,重点展示了我国战略性新兴产业和高新技术产业的最新成果及产品。

据四川省科技厅副厅长景世刚介绍,本届科博会展出了上万件展品,我国自主研发的火星探测器、“中国科技之星”亚轨道运载火箭、高温超导磁浮车、5G+远程医疗、腾讯云、优炫数据库等新一代“黑科技”产品纷纷登场亮相。

据悉,包括中国科学院、中国工程物理研究院在内的20家院所和高校,亚马逊、微软、腾讯等知名企业在内的687家国内外高新企业及机构,以及俄罗斯、奥地利、捷克、以色列等38个国家和地区参展参会。

由科技部和四川省政府共同主办的中国(绵阳)科技城国际科技博览会,是四川省对外交流、开放合作的重要平台。自2013年创办以来,科博会已吸引61个国家和地区参展参会,累计签约项目3066个,吸引投资6454.08亿元。

据新华社

房企半年报:“造血”能力待考

“现金流”、“回款率”,成为这个“房企半年报季”的热词。往年财报季,房企销售规模大小、土地储备是否雄厚、营收净利润增长率等指标往往是关注焦点。如今,融资环境不断收紧,考验的便是企业自身的“造血”能力。

上半年 标杆房企回归一二线

2018年下半年起,三四线城市棚改货币化安置部分收紧,楼市整体成交也随之下滑。今年上半年,房企在各自布局三四线城市加速出货,这也导致部分房企上半年销售均价下降。在拿地区域选择上,“聚焦一二线”也成为房企普遍选择。热门三四线城市仍然受到关注,但与过去几年相比,企业的态度已趋于谨慎。

据记者不完全统计,2019年上半年万科、旭辉、融创、中海等房企七成以上的住宅土地布局在一二线城市。数据显示,2019年上半年,全国标杆房企拿地变化明显,18家标杆房企2019年拿地已经高达10031亿,其中一二线城市拿地金额高达7349.49亿,占比高达73.27%,这一比例也是最近几年的高点。

曾经重仓三四线的标杆房企热情下降,布局纷纷回归一二线。一方面,由于棚改接近尾声,三四线及下沉镇未来购房需求会出现明显下降,过于激进在三四线城市拿地未来风险性会不断提升;另一方面,从目前一二线城市人才引进政策来看,对于人才的吸引力远大于三四线城市,未来三四线城市新增居住人口增长也会明显弱于二线城市,同步导致房企退出三四线城市。

除了恒大、碧桂园等下沉幅度较深的大型房企及区域性房企外,多数大中型房企的布局重心都以一二线城市和核心城市圈为主。其中,阳光城、中海、雅居乐、奥园等房企认为一线城市及以一线城市为核心的城市群,在未来始终是中国最有活力的地区,拿地重点区域主要集中在二线城市,以及二线城市省会城市。

下半年 以高周转缓解融资难

上半年,回归一二线成为房企主旋律,在目前融资政策持续收紧的大环境下,除了外部资金的支持,如何自食其力成为了房企下半年的课题。

毋庸置疑,房企最主要的盈利方式是房产销售,想要保持资金状况,下半年房企仍需要靠高周转及大规模出货来维持企业生命。

面对房地产市场调控的高压态势,房企不得不继续使用快拿地、快建设、快销售的“高周转”方式,进而提高资金使用效率。

易居研究院研究总监严跃进称,“房地产是一个对政策变动十分敏感的行业,尤其是近几年的限价限购、融资端收紧使得此前‘低周转’所带来土地红利的策略变得不再可行,加上房企的‘降负债’大趋势,企业若想继续维持甚至进一步提高资本回报率,不得不寄希望于加快周转速度。”

同时,“造节”作为房企上半年的营销手段,以自身项目销售为目的,为部分房企带来了实质性收益,助力实现高周转的同时,提升企业知名度。因此,有业内人士认为,下半年仍会有房企沿用这个方式为自己“造节”的力度和时长都呈增加趋势。同时,部分房企为了加快资金回笼,防止自身业绩面积,不惜以打折的方式,以求迅速出货,保证现金流稳定。

除此之外,恒大、荣盛、碧桂园纷纷启动“全民营销”,实现线上与线下多平台互动,从而扩大自身影响力来拓客并实现下半年利润增长。

对于大悦城、龙湖、新城等拥有商业地产的房企来说,精准解读消费者需求,进行精细化运营也是企业可持续增收的方式之一。

房企盈利除了取决于企业的周转速度,资金回笼,成本管控能力也一定程度上决定着企业的生死存亡。

“要想获得合理的利润,最有效的方式便是降低开发成本。通常销售费用、管理费用、财务费用”是房企成本的重要组成部分,“降三费”也是房企控制企业成本、提高盈利的关键。克而瑞研究中心相关负责人汪慧称,因此,针对开发周期长、资金流量大、流程多的房地产企业来说,下半年,需要拥有更严格的成本管理制度,向低负债、低杠杆、低成本、高周转的“三低一高”模式转型,从而实现“高盈利”的目标。

据新华社



5G手机落地,中小厂商难了

进入2019年下半年,我国各大手机厂商旗下5G终端产品的发布速度明显加快:继中兴、华为、三星及iQOO后,来自小米、vivo等品牌的5G手机也将于9月起陆续上市。业内人士预计,今年国内市场将迎来超过20款5G手机,产品出货量有望突破500万台。

尽管如此,在首批发布5G手机的厂商名单之中,却未见到魅族、锤子、360等品牌的身影。日前,金立时隔9个月再次宣布将上线新机,是想借5G东风“涅槃重生”还是最后的挣扎?5G智能终端产业快速发展的背后,留给中小厂商的空间还有多少?

金立一朝复活 能否“逆风翻盘”?

9月3日,有超过9个月未曾更新动态的“金立手机”微信公众号突然“复活”,并发布将于近期发布新机M11/M11s。同日,已经下线许久的金立官网也被重新恢复了运作,包括金立M7、S11等在内的多款旧机型购买链接重新开放,可供消费者直接下单购买。

从稳居国内一线手机品牌地位,到被指无告知期偿还供应商款项,向法院提交破产重组申请,金立经历了漫长的黑暗。本次品牌时隔多月再次上线,是否意味着其有意大干一场,在手机市场由4G向5G转型的过程中来一次华丽的转身?

答案似乎并不乐观。日前,有多位专家公开表示,尽管品牌仍拥有一定的价值和用户积累,但金立重启后一定的发展前景可能并不明朗。中国信通院统计数据显示,今年1-7月国内手机市场总体出货量2.20亿部,同比下降5.5%,上市新机型数量同比下降39.1%。此外,据市场研究机构Kantar World panel统计,2016年苹果和“华米OV”(华为、小米、vivo、OPPO)这Top5品牌已占据中国智能手机市场份额的79%,2017年这一数字升至91%。曾经以“中华酷联”(中兴、华为、酷联、联想)为主导的手机市场格局被“华米OV”取而代之。然而,市场条件不明朗等外部原因只是使得金立在手机行业“举步维

艰”的其中一个原因。此前,金立被指因过度营销及投资而陷入资金周转困难,直接导致无法如期清偿供应商款项,从而使得品牌手机业务在渠道、供应链等诸多方面受到制约。“金立此次发布新品,其核心是为了偿还债权人,而非重新争夺市场。”有TMT分析师表示,金立本次“复活”醉翁之意不在酒,而可能只是借ODM(原始设计制造商)之手翻牌销售,实现“自救”。

但无论如何,重返市场的金立不仅要克服自身在资金运转等方面的重重困难,还要在渠道、供应链、技术及研发方面与“华米OV”相抗衡。特别在5G大潮加速来临的背景下,用一系列竞争力稍显薄弱的4G手机与首批5G手机对标,目前看来情况并不乐观。

华米OV“强者愈强” 中小厂商难以“逆天改命”

目前国内头部厂商除小米、OPPO外,华为、中兴、vivo等都已发布了旗下首款5G商用手机,其中价格最低的仅需3798元。业内人士预计,今年第四季度vivo NEX 5G、小米9S 5G、华为Mate 30 5G、OPPO Reno 5G,以及来自魅族、realme等品牌的全新机型也将上市,年内5G手机出货量或突破500万台。“但如果手机热情高,今年内5G手机很可能出货会过千万。”中国信通院产业知名观察家刘立群表示。

留心观察可以发现,自8月起率先上市商用的5G手机大多来自“华米OV”及其子品牌或子产品线。为何魅族、360、锤子等中小厂商在首批名单中集体失踪?记者了解到,这背后除了5G网络本身尚不够成熟,厂商出局5G迈出的步伐普遍保守等原因外,技术、渠道、供应链资源缺乏等因素亦占主导地位。以核心供应链资源为例,如今手机头部厂商除华为、三星可实现5G芯片自给自足外,其余品牌仍需要向高通、联发科等处获得支持,而中小厂商由于缺乏行业话语权,预计获得企业5G技术支持的难度较大。也正因此为蒙受了这样的压力,360董事长周鸿祎此前正式宣布“退出这么可怕的市场。”



资料图片

然而,5G到来,焦虑的绝不只是中小厂商。除华为外,小米、OPPO及vivo等一线厂商同样怀有心志。

日前,小米CFO周受资在第二季度业绩发布会上坦言,每一轮通信技术的升级都会有部分老牌“商”掉队,面对5G大潮,小米同样面临危机感,团队内部正在加快调整速度,提前准备应对策略。

尽管如此,5G时代下手机行业的洗牌或许不会像4G时那么残酷。记者发现,目前“华米OV”四强独立的局面已然形成,且深耕“主品牌+子品牌”战略的打法,在线上渠道,高中低端市场乃至游戏玩家、女性等细分市场都有完整布局,更可能多地投入了企业资源。“华米OV”已经在4G时代占尽优势,他们在5G时代很可能会把这种优势延续下去。“某手机行业从业者如是说。”

5G手机真的像看上去一样“香”吗?

Galaxy Note10+5G的5G性能进行了全面测试,结果显示其能够实现1.6Gbps的峰值网络速率,下载一部时长2小时的电影只需不到10秒;但在使用5G网络状态运行一段时间后,手机出现了明显的发热,掉

电现象,仅三小时就耗电超60%,其他5G手机也存在类似情况。

除此之外,目前中兴、vivo等厂商5G手机中采用外挂骁龙X50基带芯片的方案亦不够完美。有业内人士表示,曾在使用这类设备进行5G网络测试的过程中,发现“X50基带在5G网上速度抓不上去,或者是数据不能走5G通道的问题。”对此,vivo信通院总经理陈永表示,5G商用初期,信号不稳定的现象确实存在,且可能还会持续一段时间。“这是5G初期的常态,是整个行业的常态。”

此前,有业内人士指出,5G覆盖工作仍未完成,网络稳定性等仍待改善。此外,5G智能设备结构设计及配置性能方面,厂商亦有不小的改进空间。

然而,无论成熟与否,5G仍是手机厂商面向未来必要的储备技术,也是今后的核心竞争力之一。据Gartner预测,到2020年,5G手机的年销量将会达到6500万台,届时5G将成为通信市场的核心技术环节。“我们几乎是公司70%、80%资源都投入到5G研发中。”Realmi品牌总经理卢冰表示。可以预见,中国手机厂商的5G军备战已然打响。

据新华社