

网上中国

能够即时配送到家门口的商品种类越来越多

“下单不到一小时就送来了！”

本报记者 彭训文

随着即时配送服务模式在中国兴起,越来越多消费者发现:从生鲜蔬菜到面包饮料,从外卖餐食到医药产品,能够快速送到家门口的商品种类越来越多。

即时配送效率高,是线上线下消费加速融合发展产生的一种服务新模式。在这一新的商业模式下,如何完善基础设施、降低运营成本、提升线上线下融合效率,是各家电商竞争的关键。

消费市场节奏加快

“现在想吃点海鲜、新鲜蔬菜,我都通过手机APP买,下单不到一小时就送来了!”在上海市一家公司工作的陈丽,每天下班后都要为家人准备一顿丰盛可口的晚饭。以前下班晚了,等她赶到家附近的超市,新鲜蔬菜已经所剩无几,结账、停车还得排队,太耽误时间。现在,很多超市推出即时配送服务,下班前陈丽通过手机下单,人到家后蔬菜也送到。特别是防疫期间,送货骑手把蔬菜放到小区快递柜里,她下班后自提,配送收货无接触,既方便又安全。

即时配送通常指消费者通过线上平台下单、线下实体店零售接单后快速配送的一种零售服务方式,以畅通、高效为主要特征。一般情况下,即时配送服务范围为3至7公里,从用户下单到拣货打包再到商品送到消费者手中,通常只需要30至60分钟。

消费者特别是年轻消费群体不仅希望生鲜能够快速送达,对医药、日用百货等商品的即时配送需求也不断增加。北京市朝阳区“90后”居民王薇记得,去年一个晚上孩子在家意外磕伤,药箱里纱布、胶布、碘伏等医疗用品过期了。她尝试通过线上平台下单,不到半小时药品就送到了。

根据咨询机构埃森哲发布的《聚焦中国“95后”消费群体》报告,“95后”人群更加注重配送速度,超过50%的“95后”消费者希望在购物当天甚至半天内就能收货,7%的“95



安徽省宿州市泗县一名外卖小哥正在为顾客配送订单。

新华社记者 黄博涵摄



▲湖南省长沙市雨花区东塘街道枫树山社区,一辆无人车正在运输中。新华社记者 陈思汗摄
▲在浙江省杭州市一家医院门口,外卖小哥通过手机扫码准备将餐食放入智能取餐柜。龙 巍摄(人民图片)

后”消费者希望能在下单后2小时收到商品。

即时消费为何会快速发展?业内人士认为,主要原因在于伴随着消费升级,中国消费市场呈现快节奏的特点。防疫期间,消费者线上消费、即时性消费习惯加速养成。

“随着市场规模持续扩大,即时零售正在走向全客群、全品类、全场景、全天候。”物流商业智库罗戈研究院院长潘永刚认为,数字时代消费者对于生活的追求注重“随时随地,所想即所得”,推动了即时零售市场快速

增长。即时零售供应链基础设施不断完善,也促进了零售业改革发展。

高效配送咋炼成的

配送环节如何做到快速高效?在沃尔玛超市北京建国路店,记者看到一个专门的拣货仓,消费者日常下单频率较高的食品、调料等百货在这里分区域放置,拣货

员手里拿着显示商品图片、位置、件数等信息的终端设备,在仓内忙碌着。

达达优拣众包拣货员肖玉娟介绍,日常拣货和打包主要在拣货仓内进行。用户下单后,拣货员从仓里货架上找到商品并打包后放置在交接区,等待骑手取货配送即可。

“除了骑手配送,即时配送服务前端的补货、拣货、打包和交接也非常重要。”达达优拣业务相关负责人说,这些环节的效率提升依靠数字化系统对整个流程的管控。通过企业自研的系统,拣货员能快速定位商品、及时补货,系统还会根据门店订单量变化来调整拣货员人数,有效应对订单高峰。

从商家到消费者的末端快速配送,是商贸流通体系中的重要一环。商家线上线下融合发展程度,决定了配送环节能否做到畅通、高效,不仅影响商品的流通成本,也直接关系到消费者体验。为提升服务效率,有的品牌商通过自建APP、小程序或入驻第三方即时零售平台,满足消费者对商品的即时需求;有的线下门店通过自建线上平台或在第三方即时零售平台发布商品信息,实现全渠道运营;有的服务商与各大平台和品牌商合作,打造跨品牌共享前置仓网络和即时零售全场景一体化解决方案。

“技术变革给零售业生产端和消费端都带来巨大变化。”中国社会科学院评价研究院院长荆林波说,社交电商、垂直电商等新业态不断涌现,即时配送零售等到家模式蓬勃发展,推动零售行业线上线下加速融合。线下零售主动拥抱线上,在方便消费者的同时,也把线上流量转化为新的订单来源。

即时配送零售模式有力激发了消费潜力。京东小时购业务已接入10万家全品类实体零售门店。根据艾瑞咨询研究预测,到2024年,中国即时零售市场规模将达近9000亿元。

推进物流体系建设

通过研发数字化中台系统为连锁零售商提供全渠道数字化解决方案;打造无人车配送系统,进一步提升效率;通过库存共享智能调度,提前规划“大促”等活动期间拣货人员储备……针对拣货作业难度大、冻品冷藏品配送要求高、配送时效要求高、商品破损率高等行业痛点,不少零售平台、配送服务商通过技术与模式创新,提出多种解决方案。

为推动即时配送这一新的商业模式快速发展,相关部门出台了一系列政策给予鼓励和支持。商务部等11部门去年7月印发的《城市一刻钟便民生活圈建设指南》提出,统筹考虑当地电子商务、即时配送等在线商业发展水平,做到实体店配置与在线商业发展相协调;商务部等部门去年8月印发的《商贸物流高质量发展专项行动计划(2021—2025年)》也提出,推广共同配送、集中配送、统一配送、分时段配送、夜间配送等集约化配送模式,完善前置仓配送、门店配送、即时配送、网订店取、自助提货等末端配送模式;今年4月出台的《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》明确,要创新消费业态和模式,加快线上线下消费有机融合。

业内人士认为,应统筹推进现代流通体系建设,提升物流的“科技范儿”,促进无人化以及智能化配送体系发展,进一步提升配送效率。

中国连锁经营协会秘书长彭建真认为,即时配送与云计算、大数据、物联网、智能化科技发展结果紧密相关,平台应加大科技研发力度;商家要在经营和服务特色方面多下功夫,满足消费者特色化需求,把更多线上流量转化为实际销量。

延展文旅场景的时空体验

把文化IP做出新鲜感

海外网 刘倩倩 李德偲

藏品,足不出户也能感受到各地不同的特色。

业内人士认为,智慧旅游的发展也越来越成熟。无论是软件服务还是硬件设施都极大改善了旅游者的出游感受,中国文旅产业越来越看重“沉浸式、数字化”的体验。

政策助力提供“施工图”

数字技术突破时空界限,广泛应用于文旅产业升级、城市形象宣传、消费者数字体验等领域,不仅为消费者打开了全新、多维立体的文旅体验,也为文旅产业高质量发展写下生动注脚。

文化和旅游部、国家发改委等部门曾发布《文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见》《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》《“十四五”文化和旅游发展规划》《“十四五”文化产业发展规划》等文件,从顶层设计引导文旅行业数字化转型,支持新兴文旅业态规范发展,推动企业“走出去”,培育更有活力、创造力和竞争力的文旅市场主体。

今年5月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》,明确提出到“十四五”末,基本建成文化数字化基础设施和服务平台,形成线上线下融合互动、立体覆盖的文化服务供给体系。到2035年,建成物理分布、逻辑关联、快速链接、高效搜索、全面共享、重点集成的国家文化大数据体系。

专家认为,在系列政策助力下,数字文旅将成为文旅行业转型升级的重要方向,有以下几个发展趋势:以网络化、智能化科技成果,创新传统文

旅产品和服务方式,使其朝着数字化、个性化、体验化等方向发展;转型的核心是文化IP的挖掘和转化,即不断提升文旅产品的内涵和竞争力;利用技术创新,实现数字文旅与多种服务设施、场景和人的链接,延长文旅产业链。

疏通堵点上“加速器”

在数字化转型浪潮下,紧抓新技术应用、推进产业融合发展,将是传统文旅行业成功转型的关键所在。这不仅要求在数字文旅产业发展中不断提升5G、大数据、云计算、人工智能等技术的实际应用水平,也需要推动数字文旅产业与新型制造业、智慧农业、现代服务业等其他产业跨界融合,不断创新沉浸式旅游、数字化体验产品形式。



“一部手机游云南”的直播画面。

图片来源于网络

随着5G、云计算、大数据、人工智能等新一代信息技术快速发展,以数字化为核心的文旅新产品、新服务和新业态应运而生。数字科技正“活化”文旅资源,为文旅产业转型升级注入新动能。

数字赋能找好“新方向”

提到数字文旅,不少人会想到“网络直播”“短视频”“云看展”和“云旅游”等。在数字科技助力下,数字文旅以资源无限、时空无界、数据驱动、身份多元等新特性,不断延展文旅场景的时空体验,使文旅产业的空间运营价值更加多元。

沉浸式博物馆、沉浸式演艺等“沉浸式文旅”,以“文化+科技”的魅力,较好地呈现数字旅游的画面感和代入感,受到越来越多企业和景区的青睐。比如新疆博物馆推出《新疆历史文物陈列》的数字博物馆沉浸体验项目、杭州市富阳区文化和广电旅游体育局联合马蜂窝旅游平台打造的“富春山居实景游”线上沉浸式体验互动馆、完美世界文创打造的融合沉浸式文化体验“CityGame”的线下体验空间《慢坐书局》,都因其独有的文化融合、游戏化的互动以及数字沉浸式体验而受到网友关注。

数字藏品正成为一种风尚。据黄山旅游发展股份有限公司董事长章德辉介绍,黄山旅游发展股份有限公司曾在国内同行率先发布了迎客松3D数字藏品和金箔迎客松数字藏品,8000份《迎天下·迎客松春》和8000份《非遗·金陵金箔迎客松》数字藏品在短短5秒内售罄,可见其火爆程度。今年黄山又联合“饿了么”创新推出首款10000份臭鳜鱼数字藏品,成为徽菜美食馆的首件发布藏品,得到诸多“美食爱好者”的追捧。不少游客认为,通过购买数字



近日,位于内蒙古自治区呼和浩特市“黄河·长江水生态科技展览馆”正式向公众开放。该馆展陈面积3000平方米,展览分为大国之家、治水为耀、兴盛之本、东源之道4个篇章,通过现代图像和数字技术手段,全面综合地展现了黄河、长江流域20个省区水资源利用、保护及生态环境保护治理成果和内蒙古沿黄河7个地级市水生态保护及“一湖两海”水生态环境明显改善的情况,向社会大众传播环保节水理念和节水知识。

图为观众在展览馆内观看南水北调红旗河调水工程沙盘。丁根厚摄(人民图片)