

# 大數據分析調度 最優分發方式提升效率

## 智慧物流無人化 移動取貨憑「暗碼」

隨着網購的發展，智慧配送也不斷更新升級。在北京以及上海的特定區域，無人配送服務已應用落地。消費者打開手機App下單網購，一小時內，無人配送車就會行駛至消費者所在的小區，其效果相當於「可移動的取貨櫃」。提供該項服務的達達快送昨宣布攜手京東物流及白犀牛，共同打造在商超即時消費場景下的無人配送生態，為惡劣天氣以及疫情影響下的配送服務，提供了新的解決方案。

●香港文匯報記者倪夢環上海報道



●工作人員將網購貨物放入無人配送車中。受訪者供圖



▲消費者可憑收到的特殊取件碼取貨。▼無人配送車夜間也可以送貨。受訪者供圖

近日，內地多地受颱風影響，不少快遞騎手風雨中送貨的視頻，讓「颱風天該不該點外賣」成為熱搜，加上多地疫情的反覆，也讓無接觸配送受到了更多的關注。香港文匯報記者了解到，在無人配送合作試驗區域，消費者通過手機下單，便可能收到一個特殊的取件碼，這是無人配送車發來的取貨獨家「暗碼」。然後消費者來到單元樓下，或者在小區內的指定區域，通過輸入取件碼或手機掃碼，便完成了「暗碼」對接，收貨成功，全程沒有工作人員參與。

不過，由於目前在推廣試驗階段，無人配送並非指定可選的項目。據達達相關負責人表示，「無人配送系統會搜集

和分析周邊騎士運力和無人配送資源，根據綜合路徑及調度規劃，選擇最優的方式進行分發，將合適的訂單分配給無人配送車完成，在履約時效範圍內由無人車最快送達用戶手上，確保為消費者提供穩定服務，提升配送效率。」公司不會額外收取配送服務費用，但目前暫無寄件服務功能。

### 風雨無阻 補充運力作用漸顯

據介紹，相比傳統運力配送，無人配送在遭遇惡劣天氣，或是業務高峰期，夜間配送等運力不穩定情況下，無人配送作為補充運力的作用得到凸顯。

目前，京東物流、白犀牛的無人車已接入達達無人配送開放平台，並服務於

七鮮超市、永輝超市，配送範圍覆蓋10餘個小區，已完成無人配送訂單量約5,000單，自動駕駛里程超1萬公里。

消費者馮女士表示：「我經常在線上購買七鮮超市的商品，但惡劣天氣時騎士配送困難，很擔心騎士的安全。無人配送則滿足了我在夜間、惡劣天氣的下單需求。」

### 瞄準商機 互聯網企爭入戰團

事實上，近期有越來越多的商家已經開辦無人配送業務。此前，美國正式發布了自研無人機FP400系列，並表示截至今年6月，美國無人機已完超20萬架次的飛行測試，在深圳配送真實訂單

超過2,500單，阿里也向外界展示了可量產的物流機器人小蠻驢，可以向園區、學校等場景提供快送、外賣等最後三公里配送服務。

### 續拓配送場景 研人車交互

達達快送無人配送項目負責人還表示，除了社區、寫字樓等場景中已經實現無人配送的落地，未來隨着無人車大規模應用和硬件成本降低，以及路權逐步開放，達達將持續拓展無人配送在更多即時配送場景中的應用，達達快送還啟動了消費者和無人車的交互研究與改造，以實現無人車與達達騎士的高效接駁，由騎士完成上門、上樓需求，提升無人配送的服務體驗。

## 傳抖音停與物流方數據交互

香港文匯報訊（記者孔雯瓊上海報道）近日網絡流出一則《抖音電子面單通知》，顯示自8月1日起，抖音店鋪無法再使用菜鳥、拼多多等電子面單號，這意味着抖音要切割阿里和拼多多提供的快遞服務。業內分析稱，抖音平台和物流方存在着一定的數據交互，封殺阿里系和拼多多提供的快遞服務，主要原是不願其龐大的數據流入其他平台。

據《抖音電子面單通知》，8月1日起抖音全面加密，促請各網點的抖音店鋪和客戶抓緊對接，盡快切換成抖音的字節面單。8月1日起將無法使用菜鳥、拼多多等電子面單號對抖音客戶或店鋪進行取單號和打印快遞單。

### 防面單數據「流入外人田」

所謂電子面單，是一種向商家提供的包含客戶收派件信息的面單，相當於快遞的「身份證」，上面具有收發貨人、收發貨地址、商品信息。據悉，電子面單最初由菜鳥推出，並成為快遞行業裏被廣泛使用的產品，截至2019年，菜鳥電子面單累計服務了800多億個包裹，日均生成量超過1億個。抖音此次切斷菜鳥、拼多多的快遞服務，實際上就是不願電子面單上所含的數據信息流入他人手中。

### 數據交易市場化勢掀爭奪戰

網經社電子商務研究中心特約研究員、上海漢盛律師事務所高級合夥人李曼認為，抖音將物流數據掌握在自己手中，就可以進一步優化商流，為自己後續搭建的供應鏈提供有力支持。網經社電子商務研究中心特約研究員、浙江澤大律師事務所馬悅律師指出，《數據安全法》以立案形式對數據加以保護，並首次以法律形式提出數據交易市場化。可見數據在這個時代被賦予了財產價值，所以電子面單爭奪背後是企業對數據話語權的爭奪。

# 四大證券報力撐 創業板升1.61%

香港文匯報訊（記者章蘿蘭上海報道）內地四大證券報聯手挺市，不過昨日早市A股再受恐慌情緒主導，開盤不足15分鐘滬深三大股指均跌超2%，後因金融、白馬股護盤，兩市漸漸企穩反攻。截至收市，滬綜指報3,361點，跌19點或0.58%；深成指報14,086點，跌7點或0.05%；創業板指報3,284點，漲52點或1.61%。兩市共成交12,699億元（人民幣，下同）。

### 滬綜指仍跌0.58%

四川省攀枝花市公布，對按政策生育二、三孩的攀枝花戶籍家庭，每月每孩發放500元育兒補貼金，直至孩子3

歲，成為內地首個發放育兒補貼金的省市。嬰童概念、輔助生殖、乳業等板塊再被炒起，嬰童概念漲超1%，12隻個股漲停。

行業板塊中，僅醫療、釀酒、銀行、工藝品等收紅。儘管力度偏弱，釀酒板塊在連跌四個交易日後終於成功反彈，迎駕貢酒漲停，皇台酒業漲6%，重慶啤酒、金徽酒漲4%，貴州茅台、水井坊漲3%。

銀河證券指，全面降準落地和6月社融超預期，利好銀行降負債及成本，對板塊給予「推薦」評級，銀行板塊揚升。南京疫情傳播鏈蔓延至成都、張家界等地，新冠檢測、病毒防治等板塊活

躍，多隻個股大幅拉升。

### 官媒稱市場行情未改

四大證券報發文聯手挺股市。《證券時報》稱「風物長宜放眼量」；《中國證券報》指，多家公募基金公司稱，市場調整不具系統性風險；《證券日報》稱，機構稱結構性行情未改；《上海證券報》更指，機構稱下跌帶來優質股布局機會。

中信證券首席策略師秦培景在最新研報指出，無須擔心教育行業的政策擴大至其它領域；目前場內槓桿資金規模有限，市場短期快速調整後，基金產品贖回反而會降低；內地降準落地，市場整



●滬指昨收報3,361點，跌19點。

體對宏觀流動性寬鬆的預期較穩定；加上下半年經濟驅動力及亮點猶存，基本面趨中向好趨勢不變，因此恐慌情緒集中宣洩後，A股或將迎來下半年最好的買點。

## 惠譽下調恒大及子企評級至CCC+

香港文匯報訊 評級機構惠譽再降中國恒大(3333)評級，將中國恒大集團、其子公司恒大地產和天基控股的長期外幣發行人連約評級從B下調至CCC+。惠譽同時將恒大集團及天基控股的高級無抵押評級，以及由Scenery Journey Limited發行，並由天基控股提供擔保的高級無抵押評級自B-下調至CCC，

回收率評級為RR5。

惠譽指出，評級下調反映出恒大集團在保持流動性方面的安全邊際不斷縮小，流動性十分脆弱，嚴重依賴於銀行短期貸款和信託貸款續期、持續動用應付賬款以及大量合同銷售來產生現金流。但近期的負面消息，可能影響了利益相關者的信心，給流動性帶來進一步

的壓力。

### 機構紛下調恒大評級

標普全球於周一晚間發布評級行動報告，將中國恒大及其子公司恒大地產、天基控股的信用評級，從B+調降至B-，且展望負面，因為其融資渠道轉弱，流動性收緊，影響公司有序減少負

債的能力。

內地評級機構中誠信周二也表示，預計今年下半年中國商品房銷售金額增速將較上半年有所放緩，且房地產金融監管力度將持續強化，將中國房地產行業的展望由穩定調整為負面。早於本月初，穆迪已將中國恒大信用評級下調至B2，並表示有可能進一步下調。

## 港企今年美國聖誕樹訂單飆三成

香港文匯報訊（記者蘇征兵、胡進廣西報道）中美貿易戰已持續三年，美國市場對中國產品的需求反倒愈來愈強勁，港企從中獲得大量商機。位於廣西貴港市的港企保利高塑膠製品正忙着今年聖誕節美國客戶的訂單。

公司總經理姜峰說，今年的聖誕樹訂單總量比去年增長了25%至30%，已經超過了3萬2千個標箱，「實在沒辦法再接單了，生產線全部排滿。」

7月28日下午，香港保利高塑膠製品（廣西）有限公司數千平米的生產車間裏，工人們正忙着對聖誕樹進行成

型、網紮和通電測試。當記者來到公司11,000平米的巨大倉庫內，看到到處堆滿包裝整齊的聖誕樹，最小的聖誕樹99美元，最大的售價499美元。公司共有4個這樣的大倉庫，還有5個6,000平米的小倉庫，更多的廠房和倉庫仍在興建中。

「聖誕樹的生產周期通常是從三月份到十月中旬，現在是我們生產最忙碌的巔峰時刻。」公司總經理姜峰說，今年的聖誕樹訂單總量比去年增長了25%至30%，生產線全部排滿，從前幾天開始已經拒單了，「就算接下來，也只能納入明年的生產周期了。」

### 海外疫情持續 訂單回流大增

據姜峰介紹，該公司屬於「兩頭在外」的來料加工企業，原材料全部進口，產成品全部出口，由於公司產品質量過硬，與美國各大客戶的合作關係相當牢固，因此中美貿易戰開打三年來，對公司經營並無什麼影響。加上新冠疫情在全球的爆發和持續，大量的東南亞和南亞地區的訂單回流內地，直接促使訂單量猛增。

但訂單回流的同時也帶來了一些不利的衝擊，主要體現在物流運輸上，從美國進口的PVC原料不僅漲價，而且供

應持續延誤，原本一個月的船期普遍延長到三個月，而出口方面，每個月的裝船量相比往年減少了700至800個標箱，申請的船期存在很大的不確定性。

據悉，保利高集團廣西項目位於廣西貴港市，於2015年9月正式簽約落戶，總投資15億元，佔地面積約800畝，員工約4,500人，目前產能佔集團產能約20%，主要客戶包括沃爾瑪、Costco、Homedeopt、BH等。姜峰表示，隨着內地經濟的復甦，加上廣東招工越來越難，廣西公司的產能還將繼續擴張，「未來5至10年，廣西將成為保利高集團最大的生產基地」。



●圖為保利高集團廣西貴港廠區生產線。