

网上中国



当今社会,“互联网+”正在给各行各业带来深刻的变革。对于物流行业来说也不例外,云计算、大数据等技术的融入,使物流行业走上智慧化发展道路,效率大大提升。

数据显示,中国快递业务量规模去年继续稳居世界首位,在全球占比超过四成。那么,作为世界第一快递大国的中国,其物流发展水平和智慧化程度如何?近日,交通运输部科学研究院、菜鸟网络与阿里研究院共同制作发布了《中国智慧物流大数据发展报告》。报告显示,2016年中国智慧物流指数全年均值为40.9,处于快速发展阶段。

智慧物流发展蹄疾步稳

本报记者 孙懿

供给侧改革先行军

“智慧物流”这一概念是从2009年IBM提出的“智慧供应链”概念延伸而来的,主要是将物联网、传感网与现有的互联网整合起来,通过精细、动态、科学的管理,实现物流的自动化、可视化、可控化、智能化、网络化,从而提高资源利用率和生产力水平,创造更丰富的社会价值。

近年来,中国的智慧物流投资总体规模不断扩大,中国物流行业基础信息化建设已经进入一个相对稳定的状态,物流企业开始重视业务流程管理、客户资源管理、全程物流服务和以供应链管理为基础的一体化服务等方面的投入,作为提升自身核心竞争力的重要手段。数据显示,2005到2007年,中国物流行业智能物流技术投资规模从26.3亿元增至42.3亿元,增幅达60.8%,2010年物流行业智能物流技术投资规模超过70亿元。据前瞻产业研究院《2017—2022年中国智能物流行业市场预测与投资战略规划分析报告》显示,2016年中国物流行业智慧物流技术投资规模超过250亿元。

2016年对于中国智慧物流发展来说具有标志性意义。2016年7月,国务院部署推进“互联网+”高效物流战略,以现代信息技术为标志的智慧物流已成为物流业供给侧结构性改革的先行军。这一年,电商物流迅猛发展,不断刷新物流

业的历史纪录,催生出各种新的商业模式和业态,智慧物流从此进入了快速发展的新阶段。

世界物流业必由之路

随着国内市场需求、竞争条件的变化,中国的钢铁、煤炭、汽车等行业物流需求快速增长,一些新兴物流服务,如冷链物流、应急物流和逆向物流等也显示出广阔的市场前景,中国物流市场需求的多样性、层次性、细分化特征更为突出。同时,随着中国经济的持续快速增长、经济全球化和世界制造业向国内转移,专业化的第三方物流市场形成并逐年扩张。在此背景下,物流企业的运营必然要走向智能化、标准化和全球化发展的道路。

“智慧物流是世界物流业必由之路,是行业发展的价值体现。”菜鸟网络CTO王文彬表示,随着智能科技与大数据的结合,智慧物流会加速中国物流升级。背后最大原因是需求量。据国家邮政局统计,继2014年、2015年中国快递业务量先后突破100亿件和200亿件后,2016年再上新台阶,超过300亿件。全年快递企业业务量达312.8亿件,同比增长51.4%。“我们预测今年整个中国流转的包裹数每天可能会超过1亿件,在这背后,智慧物流、大数据将是非常重要的关键词。”王文彬说。

根据国家物流行业中长期发展规划,有预测认为中国智慧物流市场规模将保持20%以上的高速

增长,到2022年,中国智慧物流市场规模将超过7900亿元。

瓶颈短板是发展机遇

尽管中国智慧物流发展迅速,但仍存在着行业短板。

《中国智慧物流大数据发展报告》显示,中国的物流业务数据化程度相对较好,但跨境物流详情数据完备率指数仅为13.5;数据基础设施还处于起步阶段,指数值为18.8;物流协同化处于高速发展中期,基础协同相对成熟,2016年12月末端协同率仅为9.4。

这些数据意味着,中国的智慧物流尚面临诸多瓶颈:跨境数据链路衔接不足、末端智能程度有待加强、数据基础设施建设仍是挑战。

对此,有业内人士认为,目前行业的瓶颈和短板其实正是最大的机会。以末端为例,快递末端网点的重复建设客观上造成了资源浪费、效率低下、过度竞争以及交通拥堵等问题。因此,共享协作才是行业出路。围绕降本增效,开放、共享、协同、智能、绿色等理念已成为行业共识。

交通运输部科学研究院副院长王先进表示,下一步中国将加强智慧物流基础设施建设,加强交通设施网络的基本状态、交通工具运行、运输组织动态的信息采集,形成动态感知、全面覆盖、互联的交通运输运营体系。

云中漫笔

勿用「刷流量」点虚火

孙丽娜

移动互联网时代,视频网站正在取代电视台成为用户观看视频的主流平台。IP大剧、综艺、电影等在各类视频网站赢得了可观的流量数据和口碑,热播剧的平台播放量更是轻松就能破百亿。

但是,关于网络视频点击率存在“刷流量”、数据造假的传言却不绝于耳。之前,有媒体报道某古装热播剧的刷分被网路“刷流量”水军讨薪,将网播量数据造假的“潜规则”搬到了聚光灯下。近日,又有影视公司业内人士爆出“网络视频点击率90%都有水分,网播量存在流量数据造假情形”。一时间,网络视频点击率用“刷流量”进行数据造假的话题再次成为焦点。

所谓刷流量是指一些热播剧在网络播出时,通过技术手段虚拟点击。通俗来讲,就是通过掌握大量IP地址来制造访问量。据悉,刷流量已经形成了一条产业链。在淘宝输入“视频点击”、“刷流量”等关键词,提供该项服务的商家就有近百家,售卖记录的数量更是惊人。

无利不起早。深挖网播片方“刷流量”的背后原因,主要涉及内容制作公司和投资机构的利益博弈。流量数据是衡量一个热播剧的广告价值、品牌价值等商业元素的重要参考项。据悉,很多内容公司在内容制作初期就会与植入广告的广告主和投资方签订所谓的“对赌协议”。如果电视剧、综艺等内容能够获得“喜人”的数据和口碑,那么内容制作方就可以获得良好的广告和投资“营收”,同时利用后续品牌效应吸引更多投资。流量数据不仅“养肥”了内容制作方自身,也能便于投资方“交差”。

因此,无论是从营销角度还是从投资角度来看,拥有流量就等于拥有了真金白银,视频行业唯“流量”马首是瞻也就不难理解了。

然而,视频行业刷流量的行为严重污染了我国影视内容行业的发展生态。一些内容质量不高,依靠“颜值”“绯闻”等炒起来的IP大剧屡屡占据“热播榜”。相反,部分内容立意好、制作精致的作品却因为缺乏营销被淹没。

面对此种现状,内容制作方、视频播放平台和广告主应该如何自纠自查?

笔者认为,首先,内容制作方应该多在“好剧本、好立意、好演员”上面下功夫,少在“刷流量、刷口碑、炒绯闻”上面动歪点子,用高质量的作品吸引用户,用真实数据塑造作品的商业价值。就拿最近热播的反腐剧《人民的名义》来说,无需点“虚火”,这部剧就以阳光、正派的好立意以及老戏骨的精湛演技实力“霸屏”“圈粉”,赢得了响当当的好口碑。

其次,作为视频播放平台,应该采用最新的数据统计技术和监测手段,建立自己的流量防刷、IP甄别系统,将“刷流量”行为扼杀在摇篮里。

最后,广告主在选择广告植入项目时可以引入第三方的广告数据监测系统,同时将粉丝回复、舆情概况等因素考虑在内,以防止内容制作公司用“刷流量”自欺欺人。

iFresh集团 恭祝中美元首会晤圆满成功

纳斯达克上市公司iFresh是在美国首家挂牌上市的华人超市集团,是集进口出口、零售批发、农场种植,水产养殖、海产捕捞、物流配送,餐饮服务为一体的综合集团。用赤子之心搭建中美两国友谊的桥梁,iFresh为您奉上最新鲜、最地道、最诚心的故乡美食和农场自供当天送到的生鲜蔬果。

iFresh2月14日在纳斯达克挂牌上市,董事长邓龙敲钟

Nasdaq

IFMK
Nasdaq Listed

FRESH·爱新鲜
www.iFreshmarket.com



集团在美国佛罗里达州Sunrise的酒家



集团在美国佛罗里达州Sunrise的连锁超市



集团位于美国佛罗里达州Loxahatchee的果园



集团位于美国佛罗里达州Vero Beach的农场