网上中国

75万组柜带来300亿市场

快递柜打造物流新生态

本报记者 王 萌

2010年中国邮政设立第一台智能包裹投递终端后，智能快递柜进入公众视野。作为快递行业“最后一公里”的解决方案，智能快递柜市场正一路“狂飙突进”。国家邮政局最新发布的报告显示，2018年前三季度，中国主要企业设立智能快递柜25万组。另有报告预测，到2020年，全国智能快递柜组数将达75万，市场规模将近300亿元人民币。

事实上，智能快递柜的发展，可谓是“外行看热闹，内行看门道”，市场迅猛拓展的背后，还存在着用户质疑多、商家盈利难等困境。尽管如此，在专家和业内人士看来，快递柜的市场潜力依旧不可小觑。

安徽省阜阳市祥源文旅城祥云府小区的居民在小区大门口新安装的智能快递柜前取快件。 王 彪摄（人民图片）

三阵营占主要市场

近几年间，智能快递柜作为解决快递配送“最后一公里”的方案之一，正在各地社区安家落户，并在短时间内获得大量资本入局。

2015年6月，顺丰、申通、中通、韵达、普洛斯共同投资创建丰巢科技；2017年7月，中国邮政以50%股份控股速递易，“国家队”正式进入智能快递柜行业；2018年4月，菜鸟推出菜鸟驿站智能柜……有报告预测，到2020年，中国快递柜市场规模将近300亿元。

智能快递柜之所以能在短时间内获取资本市场的关注与投入，与快递行业有很大关系。数据显示，2018年上半年全国快递业务量累计完成220.8亿件，已经超过2015年全年快递业务量。在业内人士看来，高速增长的快递包裹量，加之城市劳动力数量不足，完全依靠传统的“快递小哥”上门派送已经不太现实，同时，快递配送“人难找、门难进、送件慢、收件难”等“最后一公里”难题突出，智能快递柜等智能终端凭借其灵活性、安全性和便捷性等优点，获得了大量消费者的认可。

如今，智能快递柜基本形成了快递系、电商系和第三方企业三大阵营。快递系以中邮速递易、丰巢为代表，旨在加强末端配送控制力，打造快递产业链；电商系以京东、苏宁为代表，希望通过加强末端配送多样性，提高客户体验，增强客户粘性；第三方企业多为快递运营管理公司，该类企业希望能够占领市场，获取超额利润。

中国快递协会原副秘书长邵钟林认为，借助智能快递柜，企业可以进军社区生态领域。智能快递柜预计在未来3年出现盈利拐点，应用于人口稠密的区域，成为最有效的替代方案。

发力解决运营难题

智能快递柜的发展并没有想象得那样顺风顺水。用户不买账、运营方盈利模式不清晰等问题一直阻碍着行业的前行。作为一个基于物联网的全新商业模式，智能快递柜仍处于探索期，加之竞争较为激烈，行业投入巨大而营收微薄，引发了外界对智能快递柜的质疑。

纵观整个市场发展，快递柜目前还处于入不敷出的状态。业内人士计算得出，一台智能快递柜一年的运维成本将达到10万元，设备投入、物业租赁、运营维护等成本费究竟该从哪里赚回来？目前看来，还没有明确的答案。

不过，就现状来看，这些问题并没有阻止市场继续发展。当下无论是电商企业、物流公司还是第三方企业仍在积极布局智能快递柜，下一步该如何走成为这些企业不得不面对的问题。

“智能快递柜最主要的成本就是场地费用，我们看到，目前在许多社区每一家公司都分别设置快递柜，造成不良竞争，导致物业费用水涨船高，运营成本进一步加大。”北京邮电大学邮政发展研究中心主任赵国君在接受本报采访时表示，智能快递柜盈利模式还没有形成良性循环，集约化的发展模式将是未来趋势。

赵国君认为，首先应解决智能快递柜建设、维护的主体问题。“邮政有国家信誉、普遍服务的基础设施等先天优势，以邮政的普遍服务为主建设快递柜，可以降低运营成本，同时提高服务水平。”赵国君建议，智能快递柜建设通过邮政搭建平台，快递公司共享使用，走集约发展模式。

新业态显社会意义

无论是政策层面还是市场需求层面，智能快递柜快速发展大势已无法阻挡。依托智能快递柜，许多新业态也在涌现。

在陕西省西安国际港务区，中邮速递易快递柜成为企业政务业务申办窗口。企业可将材料放置在快递柜，政府工作人员在取走材料办理相关业务后，按照申办人的要求，将办理证照寄回。

丰巢2017年推出“朕要上巢”业务，智能快递柜成为一块广告平台。用户在“丰巢智能柜”微信公众号“朕要上巢”栏目可以选择特定的丰巢柜及发布时间发布图片，通过审核后就可以在快递柜的屏幕上发布相关内容，价格为每台每天1元。

“基于智能快递柜这一终端，可以触动很多创新点的迸发。比如快递柜搭载市政、养老、医疗等功能，可以拓展出许多业务。”赵国君分析说，中国人口众多，且住宅以集中公寓式为主，智能快递柜的社会意义更加凸显。

可以见得，快递柜的市场潜力不可小觑，未来应加大沟通协调力度，在提高消费者满意度的同时，探索成熟的发展路径。

中国社科院工业经济研究所副研究员赵剑波建议，智能快递柜行业从业者要进一步确立行业规范，逐步探索出代管、租赁、维护、分成等各个环节的利益分享机制，维持行业的健康持续发展。要着力避免“风口”过后，大量公共设施资源被闲制，最终造成大规模的社会资源浪费。

海客游

图为宫原眼科甜品店。

怀旧甜品让时光倒流

海外网 夏丽娟

在台中的几天，印象最深的除了高美湿地，就属宫原眼科甜品店了。

宫原眼科位于台中火车站附近，1927年由日本眼科医生宫原武熊所兴建，是日本殖民时期台中规模最大的眼科诊所。日本战败后，眼科医院被变为台中卫生院，后又因地震和台风等的破坏，变得残破不堪。2010年经过修整，改造成了一座集餐饮、茶楼、零售于一体的综合卖场。现在，宫原眼科不但是台中观光、采购伴手礼的必去之地，其精致美味的各式冰激凌更是台中少女心之光。

这座建筑的外观保留旧有的格局及古式牌匾，搭配重新修整后深蓝色的玻璃屋顶，成为新旧融合的全新建筑，在传承历史文化的同时，也让人对它充满了好奇。大门外的地板上嵌着数只蚂蚁图案，据介绍，这是象征着嗜甜的蚂蚁被美食吸引而来。大门入口处的地板上记载着“宫原眼科1927”。室内的装饰是豪华的欧式建筑布景，木质的大型橱柜和华丽的大红落地窗帘，使得展示柜里的点心更显精致。

相比柜台中的特色伴手礼，边上的宫原眼科冰激凌更有看头。服务员引导顾客有序排队，给大家试吃几种不同味道的冰激凌。

宫原眼科的冰淇淋特别之处在于原料的采用上，除了黑叶荔枝、甘蔗、巨峰葡萄等18种台湾本土水果调制出的口味，甚至还有客家擂茶、红糖姜母、芝麻杏仁、高山乌龙这样的选择。此外，这里每款冰激凌都有很特别的名字，如月朦胧鸟朦胧、半梦半醒之间、恰似你的温柔、跟往事干杯……冰激凌颜值与美味并存，纯正细腻，用料十足也更加健康，价钱并不算贵，非常值得尝试。

走到休息处，抬头便见超高的塔楼书架。书架高达几米，直耸穹顶，气势非凡。每个层板交错摆放着一排排的书本，仿佛是一座百年藏书阁。空气中弥漫着浓浓的书卷气息，让人顿感古典、神秘。但，那不过只是你的错觉，这一排排的书本内可不是纸质文字页面，而是各种包装精美的凤梨酥和太阳饼，其他各式点心，像糖果、茶、咖啡、巧克力等也都被包装成一本书或一张音乐光碟，因为“幸福在于吃糖，聪明在于读书”。

在宫原眼科吃完冰淇淋，走到了它顶楼的小露台上，偶然间在墙角发现用繁体中文刻着这么一段话：“离乱的路树变回浓阴的绿川，路过的银行家变回贫穷苦读的学生，死亡的哀伤变回初生的喜悦，破碎的婚姻变回花前月下的海誓山盟——时光倒流在宫原眼科。”

互联网大咖秀

杰克·利特：

心怀一个大梦想

海外网 魏雪巍

也许在大多数人眼中，“改变世界”这四个字说起来容易可做起来太难，但这世上确实有人会为了这个理想而愿意一路披荆斩棘、奋不顾身。迈斯沃克（Mathworks）公司创始人兼首席执行官杰克·利特就是这样一位心怀大梦想的创业者。

上个世纪70年代，计算机在美国的发展进入了快车道，利特就成长于这一年代。利特1978年毕业于麻省理工大学电气工程和计算机科学专业，之后又于1980年在斯坦福大学获得了电气工程学硕士。在读书期间他开始思考一个问题：如何能让计算机的运算变得更加迅速和简单？为了实现这一理想，他开始全身心地投入到研究工作中，并且在1984年成立公司，想召集更多志同道合的人一起为共同的理想而奋斗。

俗话说“万事开头难”，公司成立初期利特是唯一的一名员工，但他从来没有想过放弃，在他租来的房屋里没日没夜地研究程序和代码，而他的坚持也终于等来了另外两位合伙人，就这样他们三人渐渐将公司运作起来。

经过不断地尝试和努力他们终于开发出了公司的第一个也是目前最成功的数学计算机软件——Matlab（矩阵实验室），这一软件在理工世界中可谓人尽皆知。

此后，公司便开启了“疯狂”的升级和扩充模式。升级体现在对产品的要求上，利特对产品的创新要求非常高，不同阶段一定要拿出不同的创新成果，迈斯沃克公司不断研究并发布Matlab的多个版本，进而又对每一个版本进行改进、增添新功能。

扩充则体现在公司的屡次搬迁中。因为新员工的不断加入，迈斯沃克从最初的出租屋转移到马萨诸塞州更大的一间屋子，可还是有很多员工只能在不同的地点远程工作，之后公司又搬到南纳蒂克一栋大楼的顶层，并最终“霸占”了整栋大楼。而现在，公司的足迹已经遍布世界其他地区。

目前迈斯沃克公司的员工总数达到3000多人，2014年收入达到8亿美元，最重要的是公司研发的软件为世界各国的科研工作、工程建设以及专业人士提供了独一无二、高效的问题解决方案，成为名副其实的“助推器”，而利特也通过创业实现了他的人生理想。

5G的特质：轻快流畅

海外网 周 璇

“5G”是2018年移动通信领域热词。通信业界把2019年定为5G元年，5G把用户的互联网体验升级到新高度，“轻快流畅”的“5G”，会给用户带来更完美的新体验，也给全球移动通信市场带来新竞争。

抢机遇

作为大宽带、低时延、大连接的新一代移动通信技术，5G将把人们的移动宽带体验推向新高度，极大地丰富人们的工作生活、娱乐体验。

从中国的情况来看，目前中国三大运营商都已公布了5G试点城市计划，而终端厂商也在“抢闸”争抢5G手机的第一波红利。在日前高通公司的4G/5G峰会上，高通总裁克里斯蒂安诺·阿蒙表示，目前全球与高通共同规划5G早期部署的运营商名单至少有18家。中国知名的手机厂商此前均表示将在2019年推出5G预商用手机。

一加手机联合创始人裴宇表示，一加正不断加大在5G上的投入，深化与高通以及运营商的合作，预计将在2019年发布5G可商用手机。2018年，一加手机发力国际市场，在第二季度的印度高端市场更是超过了苹果和三星，成为印度旗舰机销量第一名，市场份额高达40.5%。近日，一加在纽约举办一加6T新品发布会，并宣布与美国最大的运营商之一T-Mobile达成战略合作，正式进入北美运营商合作体系。一加手机也一直致力于为用户提供先进的技术和无负担的流畅体验。为了带来更快更便捷的网络连接速度，一加在5G研发方面进行了大量的投入。对此，一加手机创始人刘作虎说：“用户需要最好的技术，这是我们与世界分享品质科技的使命中自然而然的一步。”

拼品质

业界专家估算，全球主流运营商投入数十亿美元用于网络部署，为2019年实现5G商用做准备，2019年上半年外界将看到支持5G的安卓旗舰机在不同地区推出。5G将是一个非常大的潜在服务市场，预计到2020年，其产品和技术将覆盖到约1000亿美元的广阔市场。5G时代，手机有望成为最核心的“连接器”，并且继续主导着移动端市场。

纽约时代广场T-Mobile门店，大批用户排队等候购买一加6T手机。 张小清摄

2018年10月26日，刘作虎基于实验室环境下的5G网络，发出5G推特。他在推特上写道：“向5G问好！”随后，刘作虎转发了这条推特，并补充道：“这是世界上第一条5G推特。”这条推特标志着一加手机成为全球首家成功使用5G网络的手机品牌。

手机生产商正磨拳擦掌，卖力准备5G手机的首发。不可否认，每一代通信网络的升级都会带来强劲的换机潮，甚至引发手机市场格局的强烈震荡。一加在“不将就”的理念下，为5G研究投入，裴宇表示，5G产品的研发，是一加对速度和尖端技术的追求，也是满足用户对新技术尝鲜需求的表现。轻快流畅的用户体验一直是一加的追求，5G在速度上的巨大优势是一加愿意如此大力投入5G产品研发的重要原因。

看未来

4G改变生活，5G改变社会。

业内专家指出，5G将赋能无人驾驶、物联网、车联网、工业互联网等，推动众多行业数字化转型，催生万亿级规模的数字化市场。克里斯蒂安诺·阿蒙表示，未来5G将会使许多行业发生更加巨大的变化，5G将移动技术拓展至万事万物，使得万物互联。

中国工信部表示，将加快5G部署和全光网络建设，提高数字经济核心竞争力。5G作为新一代信息通信技术的代表备受世界关注。不论是进行5G研发试验、系统验证还是相应标准的研制、创新应用的推出，近期中国关于5G的布局加快展开。

一些龙头企业也在5G技术和应用上取得阶段性突破，将加强4G与5G协同发展，着力打造完整产业链，深入开展全球5G合作。对此，刘作虎表示，5G是革命性的，在未来4至5年，人们可能会看到其对生态系统产生重大影响。对于一加来说，这个机会是巨大的，我们将非常积极地成为这个领域的早期领导者。

5G网络登场，将带来几倍甚至几十倍于4G速率的提升，并衍生出移动无线VR、自动驾驶、智慧城市、智慧工厂、智能家庭等新兴产业。同时，人们熟悉的家居、家电、电网、城市建设等都将随着5G时代的到来发生巨大的改变。未来，人们会有更加畅快的互联网体验。