

媒说

面临拐点,快递业瞄准“智慧”转型

经历了草莽式发展的中国快递业开始填此前埋下的技术“坑”。在日前召开的全球智慧物流峰会上,阿里巴巴CEO、菜鸟网络董事长张勇表示,全球快递业经过十多年爆发式增长已经面临拐点,需要完成智慧转型,才能支撑未来电商经济的持续增长。

菜鸟网络CEO童文红表示,全球物流行业正在迎来新一轮升级机遇。新经济带来的需求碎片化和多样化,现有的物流模式很难满足,必然催生新的物流模式。物流行业一旦实现智慧和共享,可以帮助中国大大降低社会物流总成本。

随着电商经济在全球范围的快速发展,如何解决物流瓶颈已经成为行业的共同命

题。中国快递协会会长高宏峰表示,快递业发展到今天已有相当的规模,下一步要提速提质,发展速度要保持,服务质量也要提高。在互联网经济时代,快递业要获得双赢,关键要利用信息化来促进快递物流业的发展。

其实,虽然中国快递业近年来得到飞速发展,但整体质量却难言国际领先,高企的运营成本也一直为行业所诟病。以社会物流总成本占GDP的比重为例,这项直接影响经济体综合实力的指标,发达国家只有8%,而中国目前是16%,还有很大的下降空间。

菜鸟方面表示,通过推动物流业向智慧转型,未来目标是要把中国社会物流总成本占GDP的比重降到5%,这将是物

流新模式对社会的重大贡献,相当于每年可以节省出广东省和江苏省的GDP总和。

近十多年来,中国快递业务量的复合增长率超过30%,这样的速度保持下去,快递业的能力很快就会难以支撑,价格战、资源重复建设等也让行业面临成长压力。只有携手推进共享和智慧物流,整个行业才有可能实现弯道超车。

阿里巴巴董事局主席马云坦言,未来十年中国快递物流将与今年完全是两码事,“在未来七年左右,中国每天的快递包裹将会达到3亿票,在这样的量级下将不能仅依靠人的力量,而需要技术和数据等智慧力量”。

在智慧物流转型的大趋势下,机器人等已是快递行业共

同推动的方向。圆通速递董事长喻渭蛟表示,快递行业是一个劳动密集型产业,机器人是为了减少劳动生产力,当投建机器人的成本低于人的成本时,就投建机器人,反之则还是用人。不过,对于多家企业正在尝试的无人机送快递,企业大佬却存在巨大分歧。童文红表示,目前电商包裹差不多是6000万个/天,十年以后这个数字可能会突破3亿,“以现在的无人机技术、这样的业务量来看,未来无人机将满天飞”。童文红认为,目前的无人机送快递更具营销噱头,未来无人机技术一定不是现在这样。

据了解,菜鸟网络内部成立的E.T.实验室已完成了有关末端配送机器人、仓内拣货机器人等多个项目的研发,并将在今年陆续投入使用。

据说

万亿

在近日开幕的上海国际电影节上,网络视频企业聚力传媒发布家庭互联网战略,宣布将全面发力家庭互联网产业。业界预测,以智能电视为主体的“家庭互联网”将成为业界布局的蓝海,其承载的视频内容、应用、增值服务将迎来巨大增长空间,未来有望催生出万亿级的客厅全产业链和客厅新经济。

116384亿

国家统计局新闻发言人盛来运日前透露,今年1-5月,全国民间固定资产投资116384亿元,同比名义增长3.9%,增速同比回落1.3个百分点,再度刷新一年以来的最低值。业内普遍认为,行业歧视、资源分配不均等“隐形门”是导致投资增速持续下行的根源。

1084.35万

今年前五个月,我国汽车产销分别实现1084.35万辆和1075.52万辆,同比增长5.75%和6.96%,增幅分别比上年同期提升2.57个百分点和4.85个百分点。这是中国汽车工业协会13日公布的数据。

10-15

工信部称,将在10至15个城市开展实施消费品“三品”战略示范试点工作,组织家电、缝制机械、智能终端和童装四个行业协(商)会开展国际对标和产品品质对比活动,发布1至2批《升级和创新消费品指南》,推进一批重点产品质量控制与技术评价实验室建设,新增3至5家食品企业质量安全检测技术示范中心。

话题

未来餐饮市场将呈哑铃形

在星级酒店一起用餐的大都是商务应酬,而陪你在街边大排档吃饭的才是推心置腹的兄弟。在“大众创业、万众创新”背景下,近年来,各式各样的小餐饮呈现爆发式增长,成为最接地气的餐饮形态。日前,在福州举办的“中国餐饮商学院论坛”上,与会嘉宾就小餐饮品牌成长的话题进行了深度沟通与交流。

与会餐饮专家认为,小餐饮品牌要想做好,有三个关键要素:一是尊重顾客需求,二是以情相交,三是有理想抱负。

事实上,小餐饮与大餐饮的区别,并非单纯指面积的大小。总是自认为有什么卖点,从不考虑顾客需要什么,这种高高在上的傲慢就是大餐饮思维。相反,小餐饮是尊重人的餐饮,要考虑别人需要什么。

此外,品牌的本质是被信任,要与顾客达成情感的沟通和维系,而非单纯用产品换钱的利益之交。

小餐饮还要有大梦想。每个品牌都要有自己的市场地位,这个市场地位不是你的现在,但可能是你的未来。

近两年,经历了互联网浪潮冲击之后,匠心又开始被餐饮界重新提起,工匠精神成为很多企业标榜的新追求。

匠心究竟是什么?与会嘉宾各抒己见。有的认为匠心就是绝技、绝活;有的认为匠心就是放低功利心,坚持而专注;还有人认为,匠心就是只讲究不将就,在可能的情况下做到极致。

然而,正如一位新入行的

餐饮人所说,匠心首先要讲良心,一种是餐饮人自己要讲良心;另一种则是通过一种方法,让整个体系做出来的东西全都讲良心。后者其实更为重要。

中餐过去有四大风味、八大菜系的说法,如今则出现了很多创意菜、融合菜、江湖菜。业内人士普遍认为,融合虽然是趋势,但从经营角度,今后反而会更加细分,因为必须凸显特色。

事实上,地方特色构成传统中国菜的体系,包括了不同地域的特产原料,以及各个地方的不同口味等。过去,八大菜系就相当于武侠小说中的八大派别,都自认天下第一。而现在都是融合菜,不同派别互相“通婚”,去掉内心的围墙。但江湖混战之后,还是会重新细分。

业内人士认为,商业的本质永远是创造价值、满足需求。今后,过于简单的菜系标签可能会被更多消费者心里的标签所取代。

在商业领域,一个人战胜不了一个团队,而一个团队战胜不了一个趋势已经成为共识。那么餐饮业未来趋势究竟如何?在当天讨论中,工业化、哑铃形成为出现频率最高的词汇。

很多业内人士认为,未来餐饮一定会呈现哑铃形——要么具有很高性价比,以工业化快餐为主;要么非常昂贵,追求大师级的烹饪技艺。

对于小餐饮来说,首先是制作出符合百姓口味的产品。然后是如何标准化、工业化的问题。而中式烹饪最大的困境是受到厨具设备的制约。因此,中国餐饮业特别是大众化快餐的发展,与快餐设备的研发制造紧密相连。

面孔

林松涛:为用户价值而投资



6月16日,2016中国“互联网+”峰会在北京召开。腾讯公司副总裁林松涛在峰会期间就“互联网+”创业创新的投资动向给出分享。

林松涛表示,中国企业的成长速度非常快,很多创业者

真正迸发创新的力量,不再是大家想象的像PC时代一样,抄袭借鉴欧美。随着移动互联网的纵深发展,垂直领域里不断崛起和成长出来越来越多巨头企业。“并不是什么热就投什么,我们看到很多冷门领域的崛起。”

对于想要跟众创空间合作的创业项目而言,最关系的是众创空间的扶持标准。对此,林松涛表示:“我们更看重项目本身是否对用户创造实际价值。以往我们强调创业,现在我们更看重创新。你的公司是不是真正能与众不同,为用户创造新的价值,这类企业是我们鼓励的,就是为用户创造的价值。”

话说

微商关键在团队策划

“网红是一门互联网零售生意,做的好不好取决于流量的多少,塑造销售场景的能力;而微商是传统线下批发生意的互联网化,做的好不好取决于团队的销售能力,对团队的培训能力,营销策划能力。”

青葱新媒体CEO 桑兮兮

母婴类电商口碑最重要

“纯垂直电商在母婴行业里是很难长期生存的,只有全渠道平台和综合性大平台才能给消费者提供更多便利和选择。由于特定人群的消费特点,母婴类电商的可持续发展最重要的是口碑。”

乐友孕婴童CEO 龚定宇

小龙虾市场将迎整合

“小龙虾的持续走红催生诸多小龙虾品牌,无论在线上还是线下,百家争鸣终将决出翘楚,线下餐饮企业的介入加之同质化竞争的加剧将让小龙虾竞争逐渐过渡至品牌、供应链及资金的竞争,小龙虾外卖品牌之间将逐渐开始进行整合并购。”

中国食品产业评论员 朱丹蓬

内容创业已开始洗牌

“内容创业的未来趋势如何?我看到的趋势是精细化,行业更加细分,内容更加优质。内容创业现在已经开始洗牌。之后,各个垂直细分领域参与者的差距会显著拉开。”

二更视频CEO 李明