

中国快递无人化何时能普及

2017/11/29

http://cn.nikkei.com/china/ccompany/28009-2017-11-29-04-51-30.html/?n_cid=NKCHA014

在中国快递市场，将货物从最后一个配送网点送到顾客手中的“最后一公里”使用无人机和机器人的动向正在扩大。因为以前依赖廉价劳动力的配送已经完全跟不上电子商务等的爆发性普及。各快递企业均计划建立不使用人力的配送系统来提高物流效率。不过，中国政府的相关规定越来越严格，今后的发展依然存在课题。

11月12日，这是大型网上促销“双十一”后迎来的首日。在上海市内的住宅和写字楼前，纸箱堆得像小山一样高。这些都是尚未送到顾客手中的快递包裹。

在今年的双十一活动中，仅阿里巴巴集团的单日成交额就达到1682亿元，相当于日本乐天整整1年的销售额。包裹数量预计达到约15亿个。再加上发货后的退货和重新配送等，物流可能会有近1个月难以恢复正常运转。延迟送货带来的纠纷也接连不断，已上升为社会问题。

正因为存在这种状况，中国各快递企业开始尝试将最后货物送至顾客手中的环节交给机器来完成的措施。

尝试已经开始

在上海市内一家写字楼里，中国网上订送餐服务“饿了么”的送餐员把自己从店家运来的咖啡放进一个圆筒型机器人内。随后，该机器人自动乘坐电梯，并在到达目标楼层后通过电话通知订餐的顾客“您订的餐到了”。



机器人被活跃于网上订送餐服务（中国上海）

顾客只要在机器人的显示屏上输入自己的手机号后，它就会解锁打开盖子，让顾客从中取走商品。完成送餐后，机器人又会自行乘电梯离开。

运营饿了么的上海拉扎斯信息科技有限公司从10月份开始在上海等几个地方启用了这款配送机器人。目前1天能配送20单左右。该公司负责开发的技术总监余立鑫表示，引进配送机器人是为了提高配送的人力成本效率。今后还打算增加投放数量。

除送餐外，越来越多的电商开始尝试通过人力以外的方式提高效率。

“送货比以前快，不用再花半个小时的车程去超市了”，居住在江苏省宿迁农村的小陆（24岁）通过京东采购洗面奶等日用品。让送货时间得以短缩的“功臣”是无人机。

京东从2016年6月以后陆续在江苏省和陕西省启动尝试通过无人机配送。在宿迁投放了约40架无人机。包裹会先临时送到物流中心，然后在那里被装上无人机，随后从空中送到十几公里外的农村配送点。虽然目前还是通过人工最后送到顾客手中，但估计将来打算直接由无人机完成送货。

与城市地区不同，农村地区很少有大量订单，而且很多地方路况不好，容易延长送货时间和提高成本。京东的负责人表示，虽然无人机送货还处于试验阶段，但早晚会扩大网点。



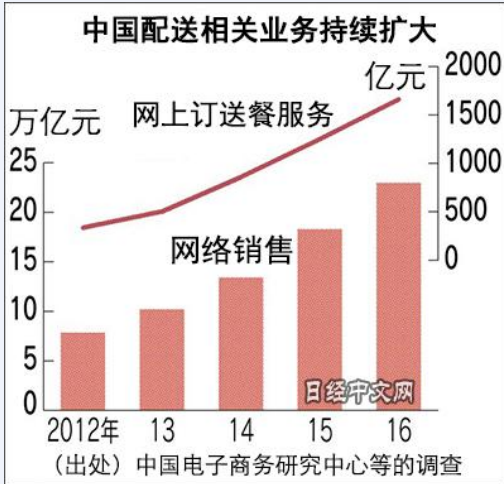
京东集团开始使用无人机送货（江苏省宿迁）

2016年中国的电商市场规模为22.97万亿元，5年里扩大至3倍，网上订送餐服务市场规模为1662亿元，5年里也扩大至5倍。相关市场今后被认为会继续增长。

目前，配送业务主要由人工费低廉的外出务工人员承担，但由于订单数量的增长速度过快，配送人手不足的情况日益明显。快递公司之间的配送员争夺战也越来越激烈，本来应该很便宜的人工费不断上涨。在快递行业，如何充分利用机器人和无人机等人力以外的手段提高效率被认为是长久立足的关键。

“无人化”仍面临难题

在中国迎来网络消费社会这一繁荣景象的同时，人手短缺的配送业务也面临着崩溃的危机。越来越多的声音期待配送机器人的开发和运用能够成为解决人手短缺问题的杀手锏。但是相关尝试才刚刚开始。一方面，拓展服务区域还面临着政府限制等课题。



出于安全方面的原因，中国政府从今年开始加强了对无人机的管制。无人机的商用必须获得当地政府的批准。但是对于引入尚无先例的最新技术，绝大部分地方政府都态度消极，企业很难从地方政府获得许可。

上海拉扎斯信息科技有限公司计划今后活用平衡车“Segway”和自动驾驶汽车等提供送餐服务。关于连接餐饮店与顾客的途径，还在讨论采用机器人配送机制。但是当前仍面临诸多课题，例如构筑可让快递员简单利用的机制、防止被盗以及如何与现有订单系统协作等。

如果服务利用区域无法扩大，无人机等机器的量产也将无法推进，从现状来看不仅无法改善经营效率，甚至可能成为挤压相关企业盈利的主要原因。估计当前相关企业将在依赖人力进行配送的同时，摸索完善物流网和开发机器人的机械化之路。

日本经济新闻（中文版：日经中文网）原岛大介 上海