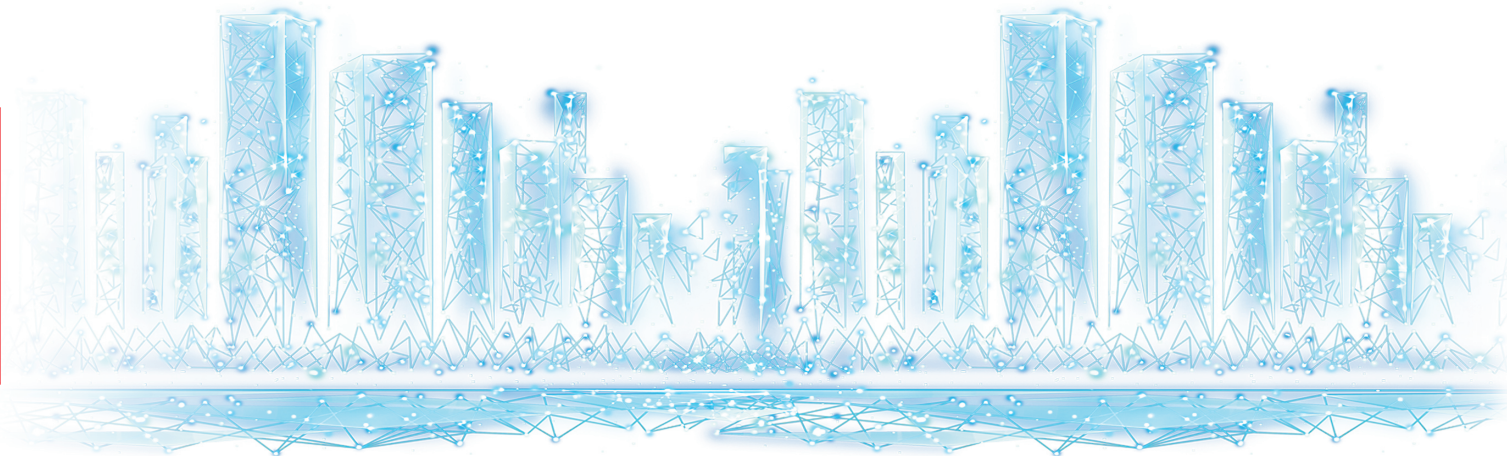


本期热词



全力建设数字邮政,打造决胜未来的数智化优势,这是集团公司党组书记、董事长刘爱力在集团公司2022年工作会议上提出的要全力打造的三大核心竞争优势之一。据全球知名调研机构 IDC 于2018年发布的一项调查显示,全球1000强企业中的

67%、中国1000强企业中的50%已将数字化转型作为其战略核心。由此可见,新一轮数智技术正在引发企业组织变革与生产方式的变革。
数智化到底是什么?中国邮政如何迈进数智化时代?本期,我们对“数智化”进行专题解读。

引领

数字经济时代,最重要的两个关键元素是“数”和“智”。数智化,顾名思义就是“数”和“智”的结合。“数”就是数字化,从消费端到供给端的全域、全场景、全链路的数字化,包括品牌、商品、销售、营销、渠道、制造、服务、金融、物流供应链、组织、信息技术等11大商业要素。“智”就是智能化,是基于数字化的闭环来进行智能决策,实现对市场需求变化的精准响应、实时优化和智能决策。

2015年北京大学“知本财团”课题组提出的概念,是对“数字智商”的阐释,最初的定义是数字智慧化与智慧数字化的合成。这个定义有三层含义:一是数字智慧化,即在大数据中加入人的智慧,使数据增值增能,提高大数据的效用;二是智慧数字化,即运用数字技术,把人的智慧管理起来,相当于从“人工”到“智能”的提升;三是把这两个过程结合起来,构成人机深度对话和互相深度学习,即以智慧为纽带,人在机器中,机器在人中,形成人机一体的新生态。随着数字技术的发展和运用程度的快速提高,“数智化”的概念也在不断丰富与扩展。

信息化

通常指企业应用现代信息技术的过程。在商业行为中,信息化不仅单纯指向信息技术的应用,还包括企业应用信息化技术后实现的商业模式、业务模式、组织结构的变化。

数字化

利用现代信息通信技术,将物理世界中的人和物的信息转化为数字信号和编码,形成可存储、可识别和可计算的数据。

数智化

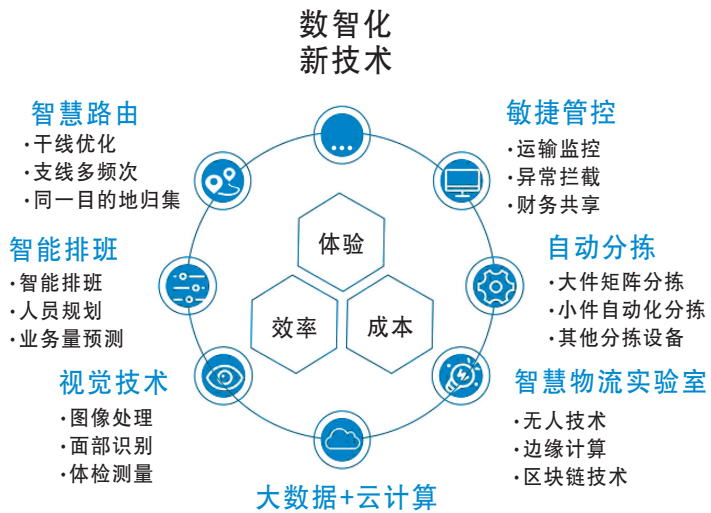
企业在数字化转型后,在利用海量大数据的基础上,利用AI等技术,深度挖掘数据价值,提升应用数据的水平和效率,反哺业务决策的过程。

数字技术与产品结合,使产品具备初步智能,这是数智化发展的最初阶段;将数字技术用于管理调度,使系统更智能,这是“数智化”的第二阶段;将不同来源的数据形成聚合,使人机协同的领域日益扩展,实现虚拟世界与实体世界融合展现,类似“元宇宙”概念,这是“数智化”的第三阶段;人与人之间的“思维互联”,人与物思维互联,天人合一、万物一体、智慧协同是数智化发展的

最后阶段,即智慧世界阶段。
数字化的核心是数据的“在线化”,主要是对外部数据的采集、传输、存储、分类和应用,而数智化的重点在于“智能化”,强调人数协作。在这一阶段,数据本身成为基本生产要素,在自然语言理解、语音语义识别分析、计算机视觉、传感器等技术的支持下,企业可大批量自动采集数据,通过数据训练人工智能代替/辅助人类进行决策。

总体而言,数智化给企业带来的变化可以概括为:因数而智,化智为能。因数而智,主要是指通过数据智能,重建企业决策机制,使决策机制由基于经验和少量信息的模糊决策,转变为基于数据的实时、精准、智能决策。化智为能,则是相比传统企业,高度数智化的企业可以获得新的能力和优势,获得面向未来的“代际优势”,全面提升自身的市场竞争力。

数字邮政



数智化新技术在业务、运营商的应用

- 揽派** 智能终端 云打印 网格计算 便携设备 信息安全
- 运输** 智慧路由 配送 路由规划 全程可视 面部识别
- 中转** 中转排班 智能调度 自动化分拣 异常拦截 业务量预测
- 服务** 电子面单 移动APP 定时派送 定制服务
- 协同** 智能客服 协同平台 地址归集 共享平台 学习平台

智慧

智慧物流是“数智化”的典型体现,指通过智能硬件、物联网、大数据等智慧化技术与手段,提高物流系统分析决策和智能执行的能力,提升整个物流系统的智能化、自动化水平。在智能物流中最引人注目的是物流“无人化”。以数字化、智能化、自动化为核心驱动的机器能够取代人力,满足大幅增长的包裹的高效处理与配送需求。无人机和无人车等设备可以有效应对末端配送的突发状况,缓解“最后一公里”的难题。

集团公司党组书记、董事长刘爱力在集团公司2022年工作会议上强调,建设数字邮政,打造决胜未来的数智化优势。通过数字化技术,推动企业发展与变革、赋能业务、产品创新、优化运营。通过数智化建设,精准识别寄递、金融、邮务、电商各方面的需求,实现各业务相互引流、叠加销售、交叉营销,最大限度地捕捉商机,最有效率地促进线上线下融合发展,激发商流、物

流、资金流、信息流“四流合一”的独特优势。数智化成为中国邮政发展的核心竞争要素。

目前,邮政在智能寄递方面,利用运筹规划、机器学习、时序预测、大数据计算等前沿技术,陆续开展了寄递“网络智能+转型”的航空及陆运智能网络规划。可以实时动态调度、智能预报的城市智能物流运输调度系统,可助力企业加快建设新一代寄递智能服务平台、集现代物流和行业前沿技术于一身的无人化分拣分拨中心以及“干线有人一支线无人一末端智能”的无人化运输体系等。在智能服务方面,顺应数字化、电子化潮流,运用信息技术推进精细管理,大力加强数字惠农服务平台建设;以科技赋能传统政务服务,试水数字政务市场;打造智能厅堂、智慧便民、智慧新零售等智慧服务场景,推出中国邮政智能网点、智能远程服务等。在数字金融方面,邮储银行围绕银行普惠金融、邮政普遍服务、本地生活场景等,通过数字人民币

服务模式、市场激活的能力、可执行的洞察力、面向未来的数字化人才、协调统一的生态系统、快速响应的运营模式等七大能力。

2021年是“十四五”规划开局之年,也是数字化向“数智化”迭代的元年。新一轮科技革命为零售行业带来了巨大推动力,利用数智化技术为营销降本增效,进行数智化转型,已经成为行业上下游企业的普遍共识。网点精细化管理、顾问式金融服务以及新零售综合服务平台等新产品、新服务的逐步开发、应用,无疑加快了企业迈向数智化时代的步伐。

网点精细化管理:随着RFID、AI技术发展,越来越多的行为数据和门店数据可以被记录和跟踪。比如,在精准营销阶段,在顾客喜好渠道投放营销内容,实现营销精准触达;在客户识别阶段,分析客户画像,快速建立客户认知,实现需求挖掘、产品精准引导;在体验提升阶段,销售人员根据客户偏好,推荐商品、提供服务,提升客户体

验;在快捷支付阶段,支持选择多种支付方式和支付渠道,提升客户支付的便捷性;在体验闭环阶段,对服务体验进行评价反馈,并将此反馈导入相应业务环节,从而形成良性循环。

顾问式金融服务:通过建立金融运营管理平台,围绕客户全生命周期需求,向主动营销的财富管理转型,并结合邮政特有服务场景,用规模化的方式进行个性化服务。譬如,日本邮政通过建立客户数据与产品数据的匹配关系,结合算法生成理财方案,赋能财富管理顾问提供个性化的精准服务。

新零售综合服务平台:围绕“体验引领”和“服务赋能”,从客户、商品、门店、员工和管理五个层面展开,推动网点数字化转型,逐渐向平台型生态服务转型,进一步提高商品组配货能力,向站点提供智能选品。为保障数据链条的完整性,明确数据价值,从而发挥每一个关键客户对于数据采集的积极性。

洞察

在寄递、金融和电商领域,各大企业均已加快了数智化改造的步伐。

寄递

顺丰控股加速推动供应链数智化变革。顺丰控股在2020年年报中提出新愿景:成为独立第三方行业解决方案的数据科技服务公司,为客户提供涵盖多行业、多场景、智能化、一体化的供应链解决方案。快消行业商品品类多,极易发生滞销和缺货并存的现象。顺丰创新推出“一盘货”模式,合理调配、按需履约,实现多渠道库存统一管理,解决品牌全渠道库存周转问题,实时可视化、大数据决策线上线下物流,最终实现渠道库存的流转、管控、优化与共享。未来进入真正数智化生态环境,将以数据为起点,助力客户DTC转型。此外,基于零售门店场景,顺丰与全球领先零售巨头联合创新,以大数据为基础,结合区域仓、前置仓与门店一盘货的高效人工智能补货算法,能平均提高门店工作人员库存管理效率90%以上。

京东科技注重与产品及场景相结合。京东研发的科技具有四个关键特征,一是腾挪,计算资源能够敏捷高效调度;二是一体,线上与线下的动作无缝、流畅、实时匹配在一起;三是落地,追求产品和场景深度结合;四是弹性,随着业务的多元化发展,前端的敏捷灵活要建立在稳定的底座基础之上。京东成为2022年央视春晚独家互动合作伙伴,春晚场景开始前,京东云需要调度上千万核心资源用于春晚。京东云研发团队选择不增加服务器的情况下,通过敏捷高效的资源腾挪调度,实现服务器能效利用最大化,此举为业内首次,底气来自其“泰山系统”,该系统已高效支持了过去4次“618”与“双11”大促,取得了零事故的成绩。此外,京东云还有一套混合云操作系统云舰,其所有底层业务、服务承载和算力资源,都以云舰为底座,提供业务场景与资源切换的技术保障。观众在春晚的购物活动,由京东物流三位一体供应链技术体系保障。一件商品从下订单开始,一直到客户手上,横跨了物理世界和数字世界,全程都由大数据支撑,实现了对商家、仓库、分拣中心以及配送的全流程智能预测和科学布局,给客户更快速的物流体验。

京东的智能客服“素质超高”,在交流过程中,客服业务可在真人与AI之间切换,而客户对此毫无觉察,更不会发生信息的中断或遗漏。京东特别考虑了实际电话客服服务中“打断”的场景,联合语音与语义进行创新研究,以达到当客户意图复杂时,AI会无缝转给人工客服,转时还会把之前交流的情况生成摘要,这样人工客服就知道聊到哪了,可以接着处理。关键问题解决后,常规问题再转回AI,机器来进行填表做工单、跟踪物流等工作。未来,京东还将推动更“聪明”的人工智能走向前台,进入售前咨询,学会做金牌导购。

金融

网商银行智能化创新破解农民“贷款难”。从2019年开始,网商银行积极探索通过卫星遥感技术结合AI模型算法,获取可信动态数据,并创造性地将识别结果应用到涉农信贷贷款模型中。目前,以5天为周期,网商银行需要实时更新卫星影像和识别结果,监测农作物的长势,判断作物所处的育苗期、拔节期或收割期等阶段,进而分析农民插秧、施药、追肥以及收割时期的不同资金需求。此外,采用大数据风控技术构建特色种植品类(果蔬茶等)行业风控模型,实现农民的精准授信,提升农民的融资效率。目前,模型准确率达93%以上,处于行业领先水平。农民只需简单在手机上把地“圈”出来,就可以贷到款。以前,由于农民缺乏有效抵押和担保,“活”数据不足,金融机构不够了解农民,无法评定其信用情况,导致农村金融一直是行业难题。有了卫星遥感信贷技术的加持,农民“贷款难”的问题得到一定程度的解决。

电商

阿里巴巴是以数字经济驱动的全球电商龙头企业。阿里为电商发展提供数智化工具,阿里零售通为品牌商、经销商与小店之间搭建生态平台,融合阿里系伙伴,为交易双方提供数据指导,提升商品流通效率,实现高效分销;阿里妈妈建立了消费者统一身份识别体系,是阿里巴巴集团旗下数字营销的大平台,基于阿里巴巴集团5亿名真实用户,从消费数据到兴趣数据、从出行数据到社交数据,汇聚碎片化的用户信息,能够对应到个人,更加立体描绘每一个消费者画像,帮助品牌更好地进行消费者资产管理;阿里云的“云+端+智能”一站式解决方案沉淀阿里云十年、百万名用户最全面的业务场景,是中国第一、全球第三的公有云服务商,为企业提供数智化转型技术和服

务,主要客户来自互联网、公共部门、新零售以及金融行业。