

菜鸟全球化和中国品牌出海的“速度与激情”

中经记者 李立 上海报道

从阿里巴巴旗下的电商基础设施,转身成为独立面对市场风浪的全球化物流公司,菜鸟用了12年。菜鸟跨境物流总经理熊伟日前在接受《中国经营报》记者采访时透露了菜鸟整合的最新进展:目前菜

时效“压倒一切”

每天最高处理峰值百万单,货物来到菜鸟东莞智慧分拨中心,最快4小时出库,发往全球市场。

菜鸟东莞智慧分拨中心的一天,从晚上10点开始。晚上10点到凌晨5点是这里的繁忙时段。每天最高处理峰值百万单,货物来到菜鸟东莞智慧分拨中心,最快4小时出库,发往全球市场。

“对于跨境电商,时效对客户来说比价格还重要。”东莞分拨中心负责人土国告诉记者,“跨境卖家最注重的一定是时效,包括交货之后什么时候在你的系统快速上网,什么时候从中国飞出去,什么时候在当地开始派送。”

2024年9月投入运营的菜鸟东莞沙田分拨中心,是目前菜鸟自动化程度最高的分拨中心。与时间赛跑的故事,每晚都在这里上演。

华南地区的跨境商家一般是早上接单、下午打包、傍晚发货,跟着商家需求走,分拨中心的分拣机从深夜10点开工。相比上一代分拨中心,东莞沙田分拨中心总时效提升20%,效率大幅提升背后是数字化链路的创新与科技“狠活”。

首先,入库安检区采用快递领域最新的单件分离——六面扫——高速安检设备:包裹在叠件分离机上自动摊平,六面扫设备同步捕捉货物信息,安检员在辐射区外的办公室远程判图。这套中国跨境电商领域首创的系统,可以实现6000多单/小时。安检效率提升两倍以上,误处理率显著下降。“以前包裹要被摸七次,每摸一次就增加一次人力(消耗),现在最多四次。”土国介绍。

鸟已开始加速“单飞”,真正蜕变成一家市场化的全球化智能供应链物流企业。

脱胎于阿里巴巴的菜鸟已正式进入3.0发展阶段,主要聚焦于“国际物流+科技”双引擎发展。熊伟对记者表示,菜鸟加速全球化的背后,既是海外平台对接中国供应链

需求的体现,也是菜鸟陪伴中国品牌出海业务爆发式增长的体现。

记者注意到,菜鸟加速全球化伴随着中国品牌出海潮:从中国潮玩品牌在欧美、东南亚市场实现72小时送达,到适配跨境电商平台以及中小商家“5美元10日达”跨境快递,再到“一杯咖啡价钱送全球”的

“全球五日达”,菜鸟已经悄然建成覆盖全球200多个国家和地区的跨境物流网络。

从国内智慧分拨中心到海外布局的eHub货运中心,再到境外超40个海外仓,菜鸟智慧物流网络加速建设的背后,有太多中国品牌的出海新故事。



图为深夜运转的菜鸟东莞智慧分拨中心。

李立/摄影

其次,分拣区采用快递领域技术成熟的双层单车交叉带分拣机,在高速2.0m/s运行速度下,实现包裹精准供件及高效分拣。“通过高速安检设备、交叉带分拣机、摆轮分拣机等一系列自动化设备,最终实现最快4个小时出库。”

作为菜鸟全球智能物流骨干网辐射全球的核心枢纽,东莞智慧分拨中心的下一站菜鸟香港eHub,也在进一步提速。

目前菜鸟香港eHub已全面接入RFID(无线射频识别智能芯片),成为香港首个RFID全场景覆

盖的智慧货运中心。“RFID技术融入智慧货运中心的卸货、安检、存储、打板至出库全场景,处理包裹的时效较传统货运中心提升大约30%。”菜鸟香港eHub智慧货运中心运营总监庆堂介绍。

在庆堂看来,实现RFID贴标,最直观的感受是“全链路一个信息”,大大提高了读取率,全世界买家、卖家都可以看到货物在哪里。

全面接入RFID只是香港eHub高效运转的创新之一。“实际上,早在8年之前,菜鸟就开始布局全球智能物流骨干网的雏形,在中

国香港、比利时等地陆续推进eHub超级枢纽布局,分布全球的eHub可以实现菜鸟的‘Hub and Spoke’业务模式,达成集运所带来的时效提升和降本。”菜鸟内部人士透露。

“香港eHub位置特殊,4小时航空辐射圈高效覆盖亚太核心市场,只要5小时飞行时间就能触达全世界一半人口,已经实现与欧洲列日eHub的实时数据互通,华南货物空运至欧洲最快6小时就可完成海外仓全流程出库,真正实现全球化无缝衔接。”上述菜鸟内部人士进一步介绍。

跑马圈地“本地仓”

通过在目标市场建立海外仓既能有效提升物流的时效性,又能给消费者提供更稳定的服务体验。

如果说不断升级的分拨中心、全球布局eHub撑起了菜鸟全球网络的主干道,加速落地的本地仓则是探向全球市场的先锋。

当全球贸易面临关税、地缘政治等多种不确定性,通过在目标市场建立海外仓既能有效提升物流的时效性,又能给消费者提供更稳定的服务体验,有实力的出海品牌更倾向于选择海外仓。

如何帮助出海品牌在海外市场搭建反应迅速的供应链和开拓当地市场,成为海外仓的首要任务。

这样的诉求在东南亚市场表现尤为明显。“现在很多客户排队入仓。”菜鸟全球供应链新加坡&马来西亚国家经理Bruce对记者透露。今年1月,Bruce被菜鸟集团派到吉隆坡开拓马来西亚市场。

“客户需求旺盛,拓仓成为当务之急。”Bruce告诉记者,“今年1月到现在,业务量已经增长了几倍,今年计划客户数量和仓储面积都要翻倍。”

马来西亚自营仓位于吉隆坡附近,交通便利,链接巴生港口及吉隆坡核心区域,实现西马半岛1—3个工作日达,末端派送覆盖马来西亚全境。为了进一步提升仓库利用效率,菜鸟采用“夹层货架+旋转分拣梯”技术将仓储效率提升30%。加上仓内配备流水线、旋转梯等基本自动化设施,高效保障商品在48小时内出入库。

海外仓的火爆背后是中国品牌的出海热潮。在吉隆坡著名的购物中心柏威年广场,晚上9点多,POP MART(泡泡玛特)门店仍然大排长龙,人头攒动。公开数据显示,中国头部潮玩TOP5品牌2024年在海外市场收入增长达到300%—450%。

据了解,多家中国头部潮玩品牌已纷纷入驻菜鸟美国、欧洲、东南亚等地的海外仓,海外消费者线上下单后,菜鸟海外仓发货平均72小时内即可送达。

不过,记者在采访中发现,不仅潮玩品牌,东南亚尤其马来西亚市场已经成为众多中国企业不容错过的掘金要地。从元气森林、蜜雪冰城、霸王茶姬等茶饮品牌,到海底捞、湘菜“农耕记”等餐饮品牌,再到华为、荣耀、中兴通讯等消费电子品牌,都出现在吉隆坡的中心商业区。

像菜鸟这样的物流服务商,在中国品牌出海背后扮演的角色,也不止提供简单的物流服务。

Bruce举了一个例子,一家国内食品类零售门店品牌,2023年年初第一次出海。一开始只有一名员工到马来西亚考察,对清关、仓储、配送完全不了解,甚至不知道该选择自营还是加盟。了解了客户需求后,菜鸟给出了从国内清关、海运运输、本地仓储、配送到门店的完整解决方案。现在该品牌已在马来西亚30多个大型商场开店,业务增长迅速。

“目前马来西亚电商市场仍在早期阶段,需求远大于供给。拥有仓库就不愁业务,机会非常多。”Bruce给出建议。

从时间线看,菜鸟在东南亚加速布局仓储网络,几乎与中国品牌出海同步。从2023年开始,国内企业出海东南亚热潮明显升温。菜鸟响应迅速,布局仓储网络,目前除吉隆坡外,在新加坡、越南、泰国等地也有仓库。“未来我们将根据客户需求采用灵活模式,包括包仓、流量计费等,核心逻辑是解决客户痛点。”Bruce透露。

下转

峰飞、亿航纷纷抢滩 低空物流市场现千亿空间

低空物流长距离飞行上演“接力赛”

中经记者 陈佳岚 广州报道

近期,我国长线低空物流领域捷报频传。

大湾区首条超长无人机物流航线开通,完成珠海至广州的城际往返货运飞行,阳江海陵岛至珠海海泉湾的跨海长距离低空物流线完成验证飞行,国产吨级eVTOL(垂直起降航空器)“凯瑞鸥”实现海上物资运输突破。

对此,浙江大学城市学院副教授、文化创意研究所秘书长林先平在接受《中国经营报》记者采访时表示,跨海、城际等复杂场景低空物流航线的成功运行,有效证明了中长线无人机物流在时效性、可靠性方面的优势,将加速资本和产业链资源向该领域聚集,推动行业从技术验证向规模化运营转变。

峰飞航空方面人士亦对记者表示,中长线低空无人驾驶物流在效率上较地面交通有明显提升,在紧急物资运输、高附加值产品运输等场景价值凸显。以峰飞凯瑞鸥为例,其已获航空器适航认证的“三证”(型号合格证、生产许可证和单机适航证),在合规前提下完成的长距离飞行,无论载重、航程还是实际海上应用场景,都是行业重要的里程碑。

8月3日,峰飞航空2吨级电动垂直起降航空器“凯瑞鸥”首次实现远海石油平台物资运输飞行。它从深圳陆地起降点起飞,装载新鲜水果和紧急药品等物资,经过58分钟跨海域飞行,降落在距离深圳海岸线150公里的海上油气平台。

而在8月1日,珠海市低空产业投资运营有限公司与中山福昆航空科技有限公司合作,完成了阳江海陵岛至珠海海泉湾的长距离跨海低空物流线验证飞行。此次试飞采用福昆E40H大型物流无人机,载着从海陵岛海域捕捞上岸的18公斤海鲜,实现了150公里的跨海点对点运输。

基础设施与监管体系需完善

从整个无人机物流市场来看,主要参与者被行业报告普遍分为长途运输公司和末端配送企业两类。末端配送企业以顺丰、京东、美团等快递、外卖企业为主,专注于“最后一公里”的末端配送。目前,这一领域是商业化落地最广泛、最活跃的部分。例如,美团在深圳福田区中心公园、北京八达岭等地开通的常态化无人机配送航线,这些都让末端配送更加便捷高效,深入人们的日常生活。

而长途运输又可以进一步划分为支线物流运输和干线物流运输,支线物流聚焦100—1000公里的城际/跨区域运输,使用固定翼、复合翼或eVTOL,服务于生鲜冷链、医疗应急、海岛补给、高值工业件等时效与可达性要求高的场景,被业内视为中长距离无人机货运

时间再往前推,7月30日,在“2025万山群岛低空综合应用大会”上,亿航智能VT20系列物流eVTOL航空器搭载海鲜成功完成珠海至广州的城际往返货运飞行,这是大湾区首条超长线无人机物流航线,单程飞行距离83公里,时间约55分钟,为城际生鲜及其他物资的快速运输提供了范例。

短短数日内,大湾区多项长线物流飞行任务成功完成。

根据《广东省推动低空经济高质量发展行动方案(2024—2026年)》,广东计划到2026年建成3000亿元规模的低空经济产业集群,重点推进无人机物流网络建设。目前,大湾区已划设84个低空空域和

更现实且发展更快的方向。相比之下,超1000公里的干线物流仍处早期研发阶段。

这一点从中国物流与采购联合会航空物流分会统计的数据也可以得到验证。该航空物流分会数据显示,2024年,我国新开低空物流航线超过140条。城市开通低空物流航线主要以末端航线为主,城市内航线占比达到新开航线总量的90%,跨省、市航线仅占10%。北京、上海、深圳、成都等多个城市共开通了20多条快递、外卖运输航线,用于快递末端配送以及运输零售、餐饮、医疗物品等即时消费商品,为消费者提供更加便利的服务。

行业普遍认为,末端配送商业化最成熟,而支线运输是现阶段中长途发展的更现实方向。北京

70条航线,2025年新增空域数量同比增长43%,为无人机规模化运营提供空域保障。

事实上,记者留意到,今年年初榆林到西安的无人机城际物流航线飞行便为长距离物流提供了范例。

2025年2月,一架满载新鲜榆林羊肉的大型固定翼无人机从榆林马合通用机场起飞,经过2小时47分、540公里的飞行后精准抵达西安蓝田通用机场。这是我国首条大型无人机城际低空物流航线成功首航,填补了国内大型无人机干线物流运输的空白。由于生鲜产品对运输时间和保鲜条件要求很高,该航线的成功运营,

社会科学院副研究员王鹏对记者分析,一方面是技术与成本的原因,末端物流无人机生产技术要求更低,而干线、支线无人机投资规模更大,需求量较小。另一方面还是空域管理、法规限制等问题。

亿航智能物流业务相关负责人对记者表示,城际无人物流尚处起步期,还需在基础设施与监管体系两端同步完善。基础设施层面,起降场、充电及仓储等配套设施虽已布点,但规模与密度仍难匹配大规模运营需求。监管体系层面,长距离运输涉及跨境协同、航空器与货物安全、环境影响等多重环节,急需企业与主管部门共建统一、科学的安全标准与监管框架,确保运行安全可靠。伴随生态持续优化,低空物流市场有望释放更广阔空间。

峰飞航空相关人士近日回应城际无人机物流大规模商业化问题时表示,当前空域与航线审批流程虽然需要一定时间,但因涉及安全这些综合考量,并非实质性障碍。该人士指出,无人机物流面临的核心挑战在于与地面交通的市场竞争,在地面交通发达且成本低廉的地区,无人机可以通过紧急场景的时效性或特定产品运输,凸显其社会价值与独特意义。该人士认为,低空物流需先打造典型应用场景再逐步推广。未来,随着航空器运营费用下降、基础设施完善及网络化发展,其成本将逐步降低,竞争力提升后有望拓展更多应用场景。

峰飞航空相关人士称,此次飞行是常态化商业运营的开端,相关工作预计到今年下半年就会根据

具体航线规划情况开展起来。

亿航智能物流业务相关负责人表示,目前暂无可公开的常态化商业运营具体时间表,但将携手合作伙伴,逐步推动珠海—广州城际物流航线实现常态化飞行,助力粤港澳大湾区低空物流网络的建设。

萨摩耶云科技首席经济学家郑磊建议,政策层面还需要重点构建几个支撑,建立分级分类的空域使用规范,完善适航审定和运行标准体系,制定跨区域协调管理机制。建议采用“监管沙盒”模式,在粤港澳大湾区这些先行区开展制度创新试点,通过动态风险评估实现安全与发展的平衡。同时,需加快建立无人机空中交通管理UTM系统,为规模化运营提供技术监管支撑。