

深圳市前海晨供应链公司自主研发全流程供应链物流管理平台——

数智一体化 物流加速度

本报记者 杨阳腾

提升供应链物流管理能力,不仅是制造业实现高质量发展的重要环节,也是企业实现降本增效的有效抓手。瞄准智慧供应链物流领域,深圳市前海晨供应链管理有限公司(以下称“前海晨供应链公司”)以数字化、智能化为抓手,推动物流业与制造业深度融合,创新研发一体化智慧供应链物流管理平台,逐渐成长为提供集运输、仓储、逆向物流、国际货代、自动化集成等全链条供应链综合解决方案的服务商。目前,公司服务网络覆盖江苏、广东、四川、安徽、湖北等多个省份,在国内外设立60多个业务基站。

开展数字化转型

近日,记者走进位于深圳市光明区的前海晨物流仓库,数百名工作人员正在井然有序地对物料、成品进行检验、包装、贴标、分拣、打包、配送等。与此同时,技术人员手持激光测量仪,对仓库创建3D模型进行仿真模拟,实施自动化改造。

“这个仓库主要用于笔记本电脑、台式电脑、服务器等电子产品的原材料供应与成品发货。每个产品涉及的零部件都是成百上千种。我们需要按生产计划进行分拣、打包,将各种不同型号的产品生产时涉及的所有原材料准时配送至生产线。面对繁杂的订单、庞杂的物料、紧迫的时间,只有通过全面自动化、数字化的手段,才能满足客户需求,提高生产效能,减少差错。”前海晨供应链公司投融资总监余敏介绍,待智能化改造完成后,该仓库将实现从存储、分拣到配送全流程的数字化与智能化管理,大幅降低员工劳动量。

前海晨供应链公司2001年进入物流行业,开展进口电子零配件跨境陆运服务。近年来,随着5G、人工智能、大数据等新技术快速发展,工业互联网加速向各产业的供应链渗透,推动生产模式发生了重大转变。尤其在电子消费领域,生产模式已从过去先生产再销售,变为先销售再生产;从过去单一产品大规模制造,变为个性化产品小批量定制。“生产模式的改变,要求所有零配件与成品流转必须非常高效,对供应链物流供应带来了极大挑战。”前海晨供应链公司研发总监梁化勤告诉记者。

为了应对行业变革,前海晨供应链公司开展数字化转型,在加大对物联网技术与自动化设备开发的同时,深耕供应链物流的每个环节,积极推动机器人换人,利用数字化手段提升供应链物流精细化管理水平。

基于技术运用、资源整合、效率提升,前海晨供应链公司已建立了一支近百人的研发团队,每年研发费用投入超过3000万元。目前,公司自主研发了集智能运输、仓储管理、关务服务、系统集成于一体的综合供应链物流信息管理平台,并获得4项发明专利、3项实用新型专利、58项软件著作权。

与生产相配套的供应链物流中心标准化程度较低,但对物料响应时效要求很高,这成为前海晨供应链公司数字化转型的最大难点。

如何破解这一难题?梁化勤介绍:“入厂物流是生产组装的前端环节,其效率直接影响生产制造速度。我们将入厂物流的所有环节根据实际生产需要,进行流程再造,对整体业务进行逐步分拆操作,将不同产品和业务的服务内容塑造成相对标准化的模块流程,通过信息系统进行节点管控,简化工作难度,实现流水线化作业,以此实现高效赋能生产一线。”



前海晨供应链公司供应商管理库存仓。

(资料图片)

前海晨供应链公司——

每年研发费用投入
超过——3000万元

在国内外设立
业务基站——60多个

自主研发综合供应链物流信息管理平台,获得4项发明专利、3项实用新型专利、58项软件著作权

数字化转型的另一个难点是,要充分考虑现场操作人员的实际需求。“常规的数字化管理平台功能繁多,操作比较复杂。在很多ERP(企业资源计划)系统中,仅一个流程就需要几十个岗位节点录入。针对这个问题,我们在系统升级与改造中,尽量让操作界面简洁易懂,屏蔽非必要的信息,工人仅需拿着扫描仪对着条码一扫,即可将物料所有信息录入系统,既保证信息录入正确,又大幅提升了供应链物流效率。”梁化勤说。

打造供应链体系

“党的二十大报告提出,要加快发展物联网,建设高效顺畅的流通体系,降低物流成本。”前海晨供应链公司规划总监张建安说,当前,工业数字化发展迅速,“制造业服务化”和“服务业制造化”蔚然成风,高效、无人、数字、低碳已成为行业发展的趋势。

打造集智慧运输、智慧仓储与智慧分拣为一体的全链路智能供应链系统,为数字化工厂赋能,是前海晨供应链公司推动“制造业服务化”和“服务业制造化”两业融合的关键抓手。

张建安告诉记者,随着现代工业体系分工不断细化,专业化的第四方供应链物流服务已成为制造业不可或缺的重要配套服务,信息化、智能化、平台化、一体化、无人化成为现代物流行业发展的必然趋势。公司看准这个机会和趋势,正在蓄力向供应链物流智能化设备集成商迈进。

在苏州市吴江区建设的多型机器人协同的数字孪生超高层立体仓库,是前海晨供应链公司打造智慧供应链物流体系的一个典型案例。张建安介绍,该项目运用数字技术、自动化装备,可为生产制造企业提供从原材料管理、入厂物流、成品下线及管理、成品发运等一体化综合物流服务。

仓库货架区层高24米,配套建有4层分拣区,一楼为无人车衔接作业区和立体库区,二楼为来料质量控制检验和二次分拣区,三楼为开箱分拣区,可以实现货物立体库进出货与开箱分拣功能,四楼为返工分拣

区,通过自动导引运输车衔接立体库,实现分拣、贴标签、打包等作业。

“智能化运维在吴江的仓库中得以充分运用。”张建安说,该立体库运用货架、堆垛机、存取系统、电气控制系统、通讯及信息系统等自动化立体库体系,大幅提升仓库空间利用率,共建有2万多个标准储位,实现库容空间提升2.5倍。通过应用堆垛机、无人车、搬运机器人、自动包装和贴标签等自动化设备,进出仓操作效率提升80%,人工成本下降80%,仓储工人从原来的50多名降至9名。

数字化系统能较好满足复杂业务场景下的供应链需求。通过运用互联网、云平台 and 大数据等技术手段,前海晨供应链公司在智能工厂端实现业务进度动态监控及业务数据实时分析,经与客户系统的无缝对接,能满足2小时至4小时快速出库、配送要求。同时,基于数字化、自动化技术,智能工厂还可根据客户不同的个性化需求,精准输出定制化方案,满足多客户、多维度供应链物流需求。比如,实现整进整出、整进零出、进出货二次理货入库等多种业务形态;

对进出货物体积、重量测量后进行运筹计算,实现柔性、可拓展进出管理,并满足集拼集散中心、成品仓货物配送中心、供应商管理库存等在内的多业务模式的运作。

如今,得益于数字化与智能化的加速推进,前海晨供应链公司与生产制造企业进行深度融合,一边是快速流转、精准配送至工位的智慧供应链物流服务,另一边是按订单、大规模、定制化的柔性组装机生产效能,不同产业的融合带来高效分工,创造了新的价值。

如今,前海晨供应链公司在产业链的上下游之间链接起一整套高效、智能的供应链体系,通过整合产业链中各个厂商的零部件供应与产品组装信息,有效控制各类型仓库的库存水平,使得整个产业链的生产更高效、成本更节约。

企业漫谈

近日,中共中央、国务院印发的《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》提出,发展银发经济,推动公共设施适老化改造,开发适老化技术和产品。

据测算,预计“十四五”时期,60岁及以上老年人口总量将突破3亿,占比超过20%,进入中度老龄化阶段。2035年左右,60岁及以上老年人口将突破4亿,占比超过30%,进入重度老龄化阶段。大力发展银发经济,不仅可以满足老年人需求、增进老年人福祉,而且可以成为扩大内需、促进经济增长的动力。

近年来,随着生活水平的提高和消费观念的转变,老年人的消费结构发生变化,消费需求不断增长,银发经济市场空间广阔。越来越多的企业投身其中,加快布局相关产业,新模式新业态不断涌现,有力推动老年人生活品质不断提高。

但与此同时,也有一些企业盲目跟风,产品质量不高、服务特色欠缺、不能充分满足消费者需求等问题逐渐显现。针对老年人口基数不断增长、需求日益多元化的现状,企业还需有的放矢、开拓思路,用心研究、持续创新产品和服务,充分利用多种资源提升老年群体的获得感、幸福感、安全感。

老年群体消费正从“衣、食、住、用、行”等传统消费逐渐向医疗保健、康复护理、旅游休闲等服务消费拓展。根据消费趋势,企业应有针对性地创新研究适老化产品和服务,在细分领域持续发力,打造核心竞争优势。

企业应持续苦练内功,在充分了解老年消费需求与痛点的基础上,加大研发力度,开发适合老年人使用的智能化、辅助性以及康复治疗等方面的产品,着力提高产品和服务质量,注重产品和服务的功能性与实用性。

在丰富产品品种、提升产品质量、创建产品品牌的同时,企业还应深化互联网、大数据、人工智能、5G等信息技术与老年用品产业融合发展,建立为老年人服务的专柜和体验店,并创新线上线下融合模式,提供更加专业、便利、贴心的服务,满足老年人多样化、多层次消费需求。

企业还可以充分利用扶持政策更好地发展养老服务。各级政府出台了不少养老服务用地用房支持政策,吸引并鼓励企业积极参与。比如,近日印发的《陕西省“十四五”养老服务体系建设专项规划》提出,在不改变规划条件的前提下,允许盘活利用城镇现有空闲商业用房、厂房、校舍、办公用房、培训设施及其他设施提供养老服务。企业用好扶持政策,既有助于减轻自身的经济压力和经营风险,也有助于与公共资源形成深度捆绑,增加养老服务覆盖面,提升养老服务品质。

银发经济蕴含着无限潜力,企业需不断挖掘市场空间,针对不同年龄、不同地域、不同消费能力和偏好的老年人群体,生产和提供差异化、个性化、高品质的产品与服务,不断丰富适老产品和服务供给,助力老年人安享幸福晚年。

本版编辑 刘佳 张苇杭 美编 王墨晗

杨开新

携程迎来业绩回暖

本报记者 李治国 李景

携程2022年第三季度——

净营业收入
69亿元 ▲ 同比增长
29%

“净营业收入69亿元,同比增长29%,净利润2.45亿元,经调整EBITDA(税息折旧及摊销前利润)14亿元,同比增长164%。”这是携程集团日前交出的2022年第三季度成绩单。在经历了上半年的市场“寒冬”后,我国2022年第三季度暑期旅游市场触底反弹,海外旅游市场复苏,携程也迎来业绩回暖。

随着疫情防控政策及外部环境不断变化,携程集团的经营状况明显好转。2022年6月,第九版疫情防控方案提振了暑期旅游市场,公司业务迅速复苏;7月,国内酒店预订暴涨;8月,尽管受疫情反复影响,但国内酒店预订量依然保持高速增长。

“预订周期缩短、本地预订增速加快,成为国内酒店预订市场的主要特征。”携程集团联合创始人、董事局主席梁建章介绍,2022年三季度先是本地酒店预订高速增长,紧接着防控政策调整后,携程的国内长途酒店预订环比增长超130%,国内长线出行需求开始增加。

疫情推动了旅游交易加快向线上渠道转移的速度。2022年三季度,携程国际平台的机票和酒店预订量继续保持高速增长。其中,国际平台整体机票预订量同比增长超过100%。梁建章表示,“当前,国际旅游上行趋势是携程推进国际化战略的重要机会。公司将继续深耕全球市场,深化与当地合作伙伴、品牌、平台之间的协作”。

“随着全球市场持续复苏,以及我国政策不断优化,如今的携程正站在拐点之上。”携程集团首

席执行官孙洁表示,随着疫情防控“新十条”出台,旅游业还将迎来持续复苏。尽管短期内,携程集团可能仍要面对诸多不确定性,但对行业的长期前景和未来机遇充满信心。

2022年三季度以来,携程集团始终瞄准消费需求,抓住旅游业复苏机遇,积极布局相关业务,创新产品和服务形式。公司发布了“LESS·可持续旅行计划”,承诺将逐步实现企业的全面可持续运营,与生态合作伙伴联合推出至少1万个低碳旅行产品。在此基础上,公司近期上线了“可持续旅行”标签,涉及“绿色住”“绿色飞”“绿色行”“绿色差”四大场景。截至目前,已覆盖超10万个绿

色出行产品。站在新起点上,携程集团发布了“2023旅游振兴A计划”,推出赋能生态伙伴的“三重战略”,为国内旅游市场复苏谋划布局。据介绍,“三重战略”将通过建设10个文旅产业孵化中心,重构产业生态;通过千名当地向导打造千种目的地“重逢”体验,重塑品牌价值;通过四季营销促进万亿元旅游消费,提振消费信心。

梁建章表示,随着疫情防控“新十条”的发布及落实,为国内旅游的恢复和跨境旅游复苏打下坚实基础,携程集团也将沿着旅游业复苏的脚步继续前行。



科技创新添效益



位于河北省肃宁县的河北中科印刷科技发展有限公司,持续提升科技创新能力,先后引进多条数字化、智能化、无人化生产线,年产各类图书9000多万册,产值达2.6亿元。目前,公司拥有多项专利。图为公司员工在操作智能控制组合式印刷机。

刘巨雷摄(中经视觉)