

浙江菜鸟供应链管理有限公司升级服务模式——

跑出物流配送加速度

本报记者 吉蕾蕾



在菜鸟天猫超市武汉江夏仓自动化流水线上,分拣后的快递包裹即将装车发往配送站点。 本报记者 吉蕾蕾摄

10月12日,天猫超市联合浙江菜鸟供应链管理有限公司(以下简称“菜鸟”)宣布,正式在北京启动半日达服务。这意味着北京的消费者能够在天猫超市体验“上午12点前下单,下午到;半夜12点前下单,次日上午到”的购买模式。

今年以来,菜鸟陆续在多个城市上线半日达服务,并联合速卖通推出了“全球5日达”快线产品,进一步提升消费者的综合物流体验。比时效、拼服务,菜鸟的物流配送体系还在持续升级。

提升服务时效

进入天猫超市,记者发现,收货地址在北京的不少商品已标上“半日达”“送货上门”的绿色标识。“6个月的时间,我们启动的半日达服务已达20座城市。”菜鸟副总裁、国内供应链事业部总经理帅勇说,为保障北京半日达服务的履约确定性,除了此前覆盖北京地区天猫超市业务的天津武清仓外,菜鸟还在北京启用了顺义专仓。

“履约能力提升对订单数量、用户数量、购买频次都具有大幅拉动作用。”天猫超市半日达项目负责人鑫达告诉记者,在已经实现半日达的城市中,天猫超市用户满意度明显提高。

帅勇认为,企业只有不断提升服务质量和效率,才能让服务产品更有竞争力。此前,菜鸟联合申通快递宣布,启动全国重点经济圈物流升级计划,推出智选仓配次日达服务,全天九成订单实现次日达,平均每个包裹提速8个小时。对于标示“次日达”的包裹一旦出现延误,菜鸟承诺给消费者一定补偿。

物流时效的底气源于基础设施的不断完善。今年以来,菜鸟持续加大投入,升级自动化、半自动化设备等基础设施,积极建设大客户定制仓群。同时,公司在算法、技术方案、场景等方面也不断推动迭代。

国内次日达、半日达生活圈越来越大,跨境物流时效也在不断提升。9月26日,菜鸟联合速卖通正式宣布上线“全球5日达”国际快递快线产品,首批落地英国、西班牙、荷兰、比利时和韩国。这意味着,上述国家的消费者在速卖通下单带有“5-day delivery”(五日达)标识的商品,可在5个工作日内收到来自中国的包裹。

“5日达是我们基于对跨境商家和消费者的洞察,创新打造的电商快线产品,旨在给客户创造差异化的价值和体验。”菜鸟副总裁、国际快递事业部总经理丁宏伟介绍,目前,菜鸟国际快递物流网络已覆盖200多个国家和地区。未来,菜鸟将联合速卖通一起把“全球5日达”拓展至更多国家和地区,助力更多跨境商家货通全球。

赋能更多商户

区别于普通快递从揽收到签收的半程时效,菜鸟半日达是指从支付到签收的全链路半日达。半日达不仅承诺时效,晚到必赔,还承诺送货上门、不上必赔。

半日达服务为消费者提供了一种全新的购物体验,也为更多品牌带来了新机遇。“我们抓住半日达带来的消费风口,挖



今年以来,菜鸟在国内20座城市推出半日达服务。图为菜鸟全自动化立体仓库。 王圣添摄(中经视觉)

掘不同区域的消费潜力,使品牌能够快速触达核心城市消费人群,提高增长效率。”中粮福临门食品营销有限公司数字营销部副总经理金毅磊说,比如面向江浙沪市场推出清淡菜籽油,面向川渝市场推出风味菜籽油,为消费者提供更丰富的商品供应。

“半日达服务是以消费者需求为出发点的一次尝试和突破。”鑫达告诉记者,“半日达订单里不少是米面粮油等每日做饭要用到的商品,尽管时效每增加1个小时,成本相差很多,但这是可以挖掘的增量市场。”数据显示,从半日达开城的8个城市运营数据来看,日购买用户数、订单量与交易总额都实现了20%的增长。

对于消费者和商户来说,时效是衡量物流服务水平的重要指标。速卖通物流供应链总经理铁云介绍,内部测试显示,“全球5日达”快线产品对全托管商家单量和消费者复购带来极大帮助,形成物流带动量增长的正向循环。过去半年,菜鸟和速卖通在韩国率先试点5日达产品。数据显示,速卖通韩国今年5月订单量同比提升100%以上。

“在跨境物流链路中,只有减少包裹交接次数,时效才会更快,成本才会更低。”丁宏伟说,菜鸟国际快递围绕链路持续突破,通过减少不必要的交接,强化各链路咬合,同时强化数字化运营能力,推动每个物流环节降本提效。比如,在国内通过揽收网络建设,实现仓储、分拨、干线仓的功能“三合一”,为商家平均节约1天至2天的时间;在海外清关过程中,将清关与分拨结合在一起,实现物流快速稳定,这种“快进快出”

的关仓一体模式大幅提升了物流时效。

深耕仓配一体化

走进菜鸟武汉江夏物流园自动化仓库,从商品入仓、分拨上架到拣选包装的各个环节,随处可见AGV(自动导引车)来回穿梭。仓库内,16层楼高的立库存储着本地消费者所需的各类商品。

“这套基于柔性供应链理念改造的方案,可以让立库内的作业空间利用率更高。”帅勇告诉记者,仓库与菜鸟速递的分拨转运中心直连,一条自动化流水线可以让包裹从仓库直达配送链路,再经由车辆送达配送网点,效率大幅提升。

快递速度提升的背后,考验的是物流企业在仓库和整个配送网络体系的硬实力,以及全链路配合的程度。以菜鸟此次在北京实现半日达为例,就是由北京顺义与天津武清的大仓作为重要服务仓库,前者有超过6万个商品,后者则有超过10万个商品,覆盖大量快速消费品和家电品牌商品。“我们通过各种数据的拟合、仿真、流程咬合,努力把物流时效做到极致。”帅勇说,半日达是快递包裹物流的极限配送时间,而在消费者获得这一时效体验的过程中,全链路的数字化能力至关重要。

据介绍,在菜鸟的仓库里,即使工作人员下班了,机器人也会继续工作。基于对各类商品的销售情况及预测,机器人会对仓内货品进行“腾挪搬移”,就是为了把最

好卖的商品放到离包裹生产最近的地方。不仅如此,在平衡波次安排配送人力以及“夜揽晨配”等多个环节,菜鸟都对供应链进行了智能化重构。

在仓配一体化体系中,高弹性、全域性的能力也必不可少。高弹性意味着可以应对直播、大促的订单波动,也包括灵活调整作业链路实现半日达提速;全域性则意味着菜鸟供应链支持商家线上线下一体、多平台跨平台经营。据了解,目前菜鸟供应链已将半日达服务面向商家开放,并推出优选仓配半日达产品,商家入驻菜鸟仓、使用菜鸟配送后,同样也能实现商品半日达的时效。

随着“双11”“双12”等电商促销节即将到来,行业也将进入业务旺季。“仓配供应链模式是今年国内物流提速的关键。”帅勇说,菜鸟5年前推出的预售极速达模式,将在今年实现升级。通过算法对预售订单进行综合分析后,将快递配送网点升级为前置仓,提前把商品打包、存储到距离消费者最近的前置仓。正式开售后,就近发货,最快可以实现分钟级送达。

据介绍,菜鸟在全国共拥有230多个仓库,总面积超过3000万平方米。菜鸟速递拥有13个一级分拨中心、7500多条运输线路、5000多个终端站点和5.3万名快递员。“有了基础设施的支撑,再通过高时效服务创新,我们希望消费者能体验到菜鸟物流能力的稳定提升,客户能体验到效益的确定性增长。”帅勇说。

河南力威热能设备制造有限公司加强技术创新——

向节能环保要效益

本报记者 夏先清



河南力威热能公司车间内,工人在检查锅炉外壳。 王琳峰摄(中经视觉)

走进位于河南焦作市武陟县的河南力威热能设备制造有限公司(以下简称“力威热能”),生产车间里机器轰鸣,工人们忙碌而有序地工作着,切割、焊接、组装、调试、搬运……一派繁忙景象。

成立于2007年的力威热能,是专业从事工业热能设备制造、安装的A级锅炉企业。公司研究制造各类环保型锅炉,拥有3000蒸吨的锅炉设备年生产能力,产品已广泛应用于洗浴、供暖、供水、工业烘干等领域。

经过十几年发展,力威热能已经由最初只有9名员工、年产值不足300万元的小企业,成长为拥有100多名员工、年产值超4000万元的企业。近年来,力威热能积极开展科技创新,持续引进先进技术,加深校企合作,先后合作成立热能研发中心、非常规能源装备研发中心和实验基地,不断开发新产品,提高市场竞争力。

技术创新形成了新的竞争优势,也为力威热能拓展了广阔的发展空间。力威热能以新技术、新产品开发为先导,综合国内外先进技术,设计开发了SZS型、WNS型燃油气锅炉等9个系列共200多种不同型号的产品,并全部采用可视数控技术。其中,WNS产品采用大烟管技术、分区给水技术、烟箱门技术等专利技术,技术水平处于国内领先地位,新开发的真空热水锅炉单机功率已达14兆瓦,产品销往30多个国家和地区。2022年,力威热能产值超4000万元,今年1月份至8月份已完成工业产值3000多万元。

“这是客户定制的2套水冷全预混超低温燃气锅炉,已通过最后验收,这两天就能完成交付。”力威热能技术总工程师李世庆指着两台新设备告诉记者,公司新开发的水冷全预混超低温燃气锅炉已在多地投入使用。

目前,力威热能在节能、环保、低氮方

面拥有36项专利,获得ISO9001质量管理体系、ISO14001环境管理体系、ISO45001职业健康安全管理体系等认证,并入选河南省创新型中小企业名单、河南省科技型中小企业名单。

“我国能源消费结构中,除清洁能源天然气的比例将继续增长外,电能占比也将大幅上升。作为工业锅炉响应‘双碳’目标的一个发展方向,环保型锅炉市场份额将呈增势。”力威热能董事长贺敏说,在稳定天然气锅炉生产的同时,力威热能不断开发生物质直燃和燃气锅炉、氢气锅炉、特种低值燃料炉等非传统可再生能源产品。

针对不同燃料特性,力威热能精准进行结构设计,在保证锅炉安全、高效运行的同时,充分考虑用户使用特种燃料时操作、维护的便利性。目前,公司已从单一的锅炉制造商转变为制造、运营、管理一体化服务商。

“锅炉行业属于热能动力行业,因此我们倾力打造节能环保型锅炉,通过技术研究和生产体系建设方面引进行业高水平专业人才,确保产品质量。”贺敏说。

为满足市场需求,力威热能在数字化管理和转型上狠下功夫,逐步实现生产标准化,推动产品在节能、智能控制、集成装配和品牌影响力等方面再上新台阶。

凭借多年的热能设备制造经验,力威热能形成了完备的产品设计、工艺设计、工业设计的技术体系,自主设计与制作了生产用工装模具、实验测试设备、专用设备、自动化设备,离散制造能力大幅提升,为企业高质量发展注入强劲动能。

“下一步,公司将坚持科技创新引领,进一步优化产品结构,不断提升核心竞争力,走绿色可持续发展之路。”力威热能总经理刘双喜说。

跨企业漫谈

最近,一家知名运动品牌企业发布公告,表示未来将逐步退出运动鞋服业务,将粮食业务作为公司主要经营发展方向,优先、重点做大做强粮食业务。

从运动鞋服跨界到粮食业务,看似“八竿子打不着”。但实际上,该企业2022年粮食贸易主营收入为10.66亿元,占比达50.54%。过去两年,其通过收购、投资不断加码粮食业务,具备了发展基础。

企业提出转型并非空穴来风。一是,随着运动体育用品市场发展,行业竞争日趋激烈,头部品牌集中度不断提升,其他企业市场份额难免受到挤压。二是,随着国内外环境的变化,粮食安全备受国家重视,伴随消费者多元化高端化食物需求,粮食产业蕴含着市场机会。从该企业今年上半年经营情况也可以看出端倪:2023年上半年,运动鞋服业务营收2.32亿元,同比减少19.51%;粮食业务营收为3.42亿元,同比增加43.51%。

非农企业跨界农业早已不是什么新鲜事,多年前就有房地产企业、互联网企业等各类工商企业跨界进入农业的情况。不过,以往大多是作为业务多元化发展的方向之一,农业板块无论是体量还是盈利占比都有限。像该企业这样整体转换赛道,把农业作为核心主业的还是少见。农业领域对工商企业来说是全新领域,如何在这个赛道上形成自身竞争力,还需要时间验证。笔者以为有以下两点可供类似转型企业参考。

跨界转型要发挥原有优势。运动鞋服领域是高度市场化的领域,既要有产品质量、科技含量,又要有品牌能力、营销能力。而农业行业普遍存在品牌和营销短板。企业若能把之前积累的品牌和营销优势移植到农业产业上,也可能打造出有一定知名度的粮食品牌。一些互联网企业进入农业,也是立足发挥原有的数字技术优势,实现对流量的变现和产业的再造。可见,企业跨界转型意味着要有所舍弃,针对新行业的痛点难点,在新领域实现原有优势的嫁接,这样可以降低转型成本,实现优势再造。

跨界转型要找准切入点。近年来,以门业为主导产业的美心集团种起了葡萄,以白酒为主打产品的江小白种起了高粱。美心集团之所以种葡萄,是由于其在重庆打造了一座红酒小镇,打算在种葡萄酿酒的同时,利用农旅模式发展葡萄园观光、红酒制作体验等,带动红酒销售。对江小白来说,高粱是酿酒原料,江记酒庄和高粱基地天然具有产业协同,其还利用自身IP以江记酒庄推出了“江小白的酒”和“江小白的米”。可见,企业跨界转型离不开对产业的深度分析和对自身的全新认知,转型农业尤其要注意选择好细分赛道,同时应防范自然风险和市场风险。

任何一个行业都有其艰辛与荣光,对企业来说,唯有浸润其间才可能获得此中真意。