

京东联手腾讯欲打造“互联网采购供应链”新标准

66 京东企业购近日与腾讯在深圳腾讯总部举行合作签约仪式,致力从互联网企业多元、创新和快速响应的诉求出发,打造“互联网采购供应链”新标准。京东企业购将与腾讯在企业级市场展开合作,从市场营销、积分兑换、办公用品、员工福利全维度升级互联网采购供应链,对腾讯现有的 EPO 采购平台在响应速度、效率及运营品质进行全面升级。

■ 李智

据悉,腾讯与京东企业购本次联手升级的采购供应链主要集中在两个维度,一是腾讯自身运营所需的采购物资管理,包括腾讯集团的办公集采、员工福利等,另一个是供腾讯社交、游戏等产品用户进行市场活动、积分兑换等的采购供应链升级。

腾讯对双方合作表示认可,其认为通过与京东企业购在采购供应链端的合作,将切实加速腾讯公司的企业采购供应链管理升级,并将高效、精准、便捷的服务进一步延伸至腾讯各事业群面对的 C 端消费者,升级互联网行业 B2B2C 的商业模式。

京东联手腾讯发起互联网采购供应链之变

腾讯与京东企业购联手打造的互联网采购供应链新标准,直击近年来互联网行业发展的供应链痛点。

一直以来,互联网行业为了实现业务的快速发展、高效决策,组织架构通常是以事业



群制,这增加了企业管理的难度,也影响了互联网企业的高效运转。作为中国互联网领军企业之一,如何在确保腾讯业务快速发展的前提下,实现集团高效的采购统筹管理,防控采购风险,确保采购链条的阳光透明,也是腾讯致力解决的问题。

对此,腾讯公司采购部总经理任立新对与京东企业购的合作模式表示认可,他告诉记者,与京东企业购的合作,在办公集采和员工福利两大场景的改善上显而易见。“相较于传统采购的模式,与京东企业购合作后,腾讯原有的 EPO 采购平台将实现全面升级,不仅能快速响应员工需求,在采购供应链后端的配送环节提效明显,货品配送周期大幅缩短,腾讯采购供应链的综合成本得到了有效控制。”任立新说到。

采购供应链管理效率的大幅提升,对不断壮大的腾讯而言意义重大。腾讯在与京东企业购达成合作后,相比于传统线下采购 4~5 天的采购周期,其产品采购可在 1~2 天内完成,采购效率提升 2 倍以上,在后期配送环节,京东企业购的集采集送服务可大幅降低其二次配送所带来的成本和效率问题。更为关键的是,通过京东企业购提供的产品池,腾讯的采购品类数量将实现 5 倍以上的提升。任立新认为,与京东企业购的合作,对腾讯采购供应链的升级无疑是一个具有里程碑意义

的事件。同时,京东企业购还与腾讯 HR 部门展开“鹅民公社”的员工福利合作,遍布保险理财、旅游、生活、实物等个性化的福利采买服务,提升员工满意度。

升级服务标准 破解互联网用户粘性痛点

作为本土互联网领军企业的代表,腾讯一直走在互联网变革浪潮的前端。记者发现,腾讯本次开启的互联网采购供应链升级,对整个互联网行业的成效升级、竞争力重构有很好的借鉴意义。

“我国互联网企业发展迅速,但也呈现发展快、淘汰率高的特点。特别是一些创新型互联网企业,虽然好的创意让这些企业在资本助推下快速成长,但其管理水平的欠缺,也导致其在成长过后出现一系列问题,甚至被淘汰出局。”京东集团大客户部副总经理、大型企业客户部总经理陈川告诉记者,“从这个层面来看,腾讯与京东企业购的合作模式,可以为解决互联网企业成长过快之痛提供一个很好的解决方式。”

与此同时,面对互联网行业竞争日益激烈的格局,通过强化企业在供应链管理上的能力,对互联网企业通过高质量的市场营销及客户服务,实现产品流量提升及用户粘性的升级,也将起到很大作用。

而升级腾讯用户的服务体验,同样也是腾讯本次与京东企业购合作的重要考量。记者从签约现场了解到,在升级后的 EPO 平台上线后,积分兑换场景的品类将实现 5 倍提升,配送周期将大幅缩短,不管是远至克拉玛依,还是六盘水的玩家,都能快速收到其兑换礼品。从这个层面来看,腾讯通过与京东企业购在供应链管理上进行深入合作,不仅可以给其用户提供品类繁多的礼品选择,同时还大幅缩短用户礼品的配送周期,升级广大“网友”的消费体验。

互联网行业专家告诉记者,腾讯与京东一旦完成互联网采购供应链新标杆的打造,对双方而言无疑是一次双赢。“腾讯可借助优势供应链的重构,强化互联网领军企业的优势地位,而京东企业购则借助这一新模式,打开其在互联网企业级市场的新局面。”

京东集团副总裁、大客户业务负责人宋春正也就与腾讯的本次合作表示,“京东企业购与腾讯在企业级市场的合作,从市场营销、积分兑换、办公用品、员工福利全维度升级互联网采购供应链,其实也是京东向零售基础设施服务商转型,利用自身在技术、供应链、商品和金融方面的优势对外赋能的一次有益实践。我们也希望通过与本土互联网领军企业腾讯的创新合作模式的探索,为更多的中国互联网企业的采购供应链升级服务。”

打通收件端与收件端 快递 100 轻智能云服务产品真正优化收寄效率

■ 戴建兴

这几年快递公司在解决“最后一公里”的用户痛点上不遗余力,但“最前一百米”这个行业的痛点却很少有人关注到。12 月 2 日,国内领先的快递信息和数据服务提供商快递 100 发布了“轻智能收寄时代”云服务系列产品,打通收件端与收件端,让寄件用户和快递员直接连接,同时从而真正优化收寄效率及用户粘性。

打通寄件用户与快递员 实现一对一绑定连接

和“最后一公里”不同,“最前一百米”是整个快递运输中第一环,需要解决的是收寄场景的问题。不管是个人寄件还是企业、微商寄件都会遇到种种痛点,而所有问题归根到底是快递公司与寄件人的连接效率不够,不够智能化。直到现在,快递公司与寄件人的连接方式依然主要还是人工派单,而且还在延续手写单,变化的只是从此前打电话发快递转移到微信公众号而已。

而这些都是影响快递速度和收寄体验的重要因素,对于快递行业来说,减少不必要的环节,降低收件的不可控因素至关重要,快递 100 做的便是连接快递企业、收寄件用户,为他们提供一个更加智能、更加互联网化、更加有效率的快递寄收服务。这次推出的轻智能云服务一次性集合了快递 100 收件端、快

递管家、快递 100 小助手(微信小程序)以及快递 100 云盒等多项产品。其中快递 100 小助手(微信小程序)是专门针对个人/微商的寄件用户,快递管家是针对企业/电商的寄件用户,快递 100 收件端是针对快递公司收件使用,让寄件用户下单方便、易操作,让快递员收件平台实用易用、一步到位。

寄件用户首次完成下单后,在快递 100 小助手(微信小程序)会自动保存自己的专属快递员,再次寄件可以直接下单,无需电话查找快递员;而快递员可以通过快递 100 收件端绑定寄件客户,减少寄件客户流失,从而提升业务员的收件量,实现寄件用户与快递员一对一绑定连接,针对企业、驿站号、快递员、散件等多个场景,提升用户粘性和收寄效率。

打通一整套收寄流程,智能连接分分钟搞定收寄件

寄件用户的流程为:扫码-填写信息-直接下单快递员手中,两分钟完成下单;而快递员收件流程为:收到订单-获得单号-打印-完成收款-收件走人,基本流程就是下单-接单-电子面单-打印-收款,搞定收寄。提高电子面单使用率,减少纸质面单占比,节约业务员成本。

对于快递员来说,使用快递 100 收件端之后不仅可以享受到快递大户的持续下单,还能在收件端可以随时提现实时到账,方便业务结算不给快递员一点负担,让快递员可



以更加方便、省时、省力的收件。

对于寄件用户来说,不仅不需要手写快递单,还能根据需求叫多家快递,而企业版的快递管家还可以让客户批量下单和打印快递单,解决企业、电商下单量大的问题。企业中经常涉及到公私寄件分离、寄件审批、快递对账等业务,快递管家也做了深度开发和实现。

另外,寄件方可以远程在 APP 以及快递 100 小助手(微信小程序)等多个端口进行快递单填写、保留电子寄件单据和现场打印完整电子面单,并且进行网上付费。整个过程当中一方面节省了单据填写的时间消耗、另外减少了现金交易找零的时间。并且由于采用电子面单,在材料成本上可以节省很多,从而优化收取件效率与成本。

打通国内外近 800 家快递数据信息 随时查看寄件记录和路由状态

快递 100 作为目前国内最大的综合型

的快递物流信息服务网站平台,集智能快递查询、快递状态智能推送、快递网点查询、快递时效查询、一键查找附近快递员、网上寄快递、手机寄快递等多项创新性服务为一体。有着非常强大的信息数据优势,连接用户与快递品牌之前无障碍的沟通通道,目前已支持国内外近 800 家常用快递公司。

同步快递跟踪服务,帮助企业、电商提升物流环节的用户体验及管理水平。用户完成寄件后,随时可在快递 100 小助手(微信小程序)查看寄件记录和路由状态,节约查件时间。

快递100 云盒打通三大云服务产品,真正实现云端共享

不仅如此,这次还发布了一款快递 100 云盒的智能硬件产品,售价 999 元。这款产品身材小巧,即插即用,只需要将云盒和打印机连接,通过手机或电脑输入打印机编码即可,目前市面上所有打印机。顺丰、圆通、中通等 17 家国内主流的快递电子面单模板也都支持。

如今的零售已经进入了第四次革命,不管是阿里提出的新零售还是京东提出的无界零售。快递物流效率的提升,是这次零售革命中至关重要的一环。而快递 100 系列云服务产品的出现,也势必顺应这一轮的零售变革,风靡整个快递行业,带领它们进入一个轻智能收寄的全新时代。

唯品会引进黑科技:集货效率达 6000 箱 / 小时

唯品会日前引进兰剑物流科技研发的蜂巢全自动集货缓存系统。据介绍,全自动集货缓存系统是蜂巢系统的重要组成部分,由兰剑物流科技研发实施,在唯品会西南仓配置近 1 万货位、近百台巷道穿梭车,集货效率达到 5000~6000 箱/小时。

该系统有三个特点:1. 实现全自动化、无人化,降低运营成本;2. 集货效率提高 80%;3. 集货准确率 100%。据介绍,兰剑物流科技成立于 1993 年,距今已有 24 年的历史,是国内最早涉足物流咨询规划、物流软件开发和设计、物流装备研发实施以及自动化物流运营与服务为一体的高科技公司。

兰剑物流科技研发的蜂巢全自动集货缓存系统充分利用高度空间,提升了集货效率、集货准确率,是提高整个电商配送中心订单处理能力和速度的重要环节,是减少人员等待、提高人效的不可或缺的重要法宝。

(莫忠)

快服务与果小美达成合作 助力无人货架快速发展

12 月 5 日,创新同城速递服务平台快服务宣布与办公室无人货架新零售的领先者果小美达成合作,快服务将在北京区域为果小美提供干线仓配服务。

2017 年 11 月,快服务在北京同步推出的同城四小时达与专人直送业务,受到市场和用户欢迎。快服务同城四小时达目前已覆盖到北京市五环内的所有区域,可以实现同城快件四小时内送达。

与传统快递不同,快服务同城四小时达采用类公交环形分拣模式,目前已在北京五环内布局三十余个站点,中转车辆循环行驶在城市干线上,往返各个站点,实现不同站点的集单和分拣,配送员频繁往返站点与用户之间,实现快件的揽收与派送。

截至 2017 年 11 月底,无人货架领域的创业项目已累计获得近 35 亿人民币的融资,顶级投资机构如经纬、红杉、IDG 等全部出手,被视作 2017 年的新风口。作为一家创新同城的速递服务商,快服务同城四小时达致力于成为一家无人货架基础设施服务商,为市场上的无人货架公司提供专业的物流配送服务。

(赵国)

北京交警向交通违法高发运输企业“亮黄牌”

为加大对北京市道路运输企业交通安全监管力度,深入开展交通安全隐患“大排查、大清理、大整治”专项行动,切实排查、整治一批安全隐患问题,全力预防交通事故。

12 月 7 日下午,北京市交管局联合市安全生产监督管理局、市交通委运输管理局在西城交通支队召开“北京市交通安全隐患运输企业集中约谈公开处理大会”。该市公安局、市安监局、市交通委运管局等相关领导,以及全市 90 家交通违法突出运输企业法人参加了大会。

会上,通报了全市 28 家交通违法突出和事故隐患严重的交通运输企业名单,向其中 5 家交通违法严重突出的企业下发了“重大交通安全隐患单位警示牌”,进行了曝光警示,部署在全市运输企业中开展交通安全隐患“四个一批”排查整治专项行动,同时市交管局领导在深刻剖析当前道路交通安全形势和本市运输企业安全隐患问题的基础上,对公安交管、安监、交通运输等相关部门联合开展交通安全大检查、公开执法行动提出要求。最后,交管部门还要求各运输企业严格履行安全主体责任,强化内部管理,全面排查,大力整治交通安全隐患问题,保障交通安全。

(文狐)

申通中通在中欧快递方面竞争升级

■ 欧意

2017 年已进入尾声。今年我国六大快递巨头已经全部登陆资本市场,在纷纷加码自动化和智慧化建设的同时,开始加速出海,以融入全球供应链建设,重构企业竞争范围。快递作为中国经济的新名片,在 2017 年年底又跟着总理一道走了出去。

11 月 27 日,国务院总理李克强在匈牙利布达佩斯出席第七届中国-中东欧国家经贸论坛开幕式致辞中表示,推动“一带一路”国际合作高峰论坛成果率先在中东欧落地。加快推进匈塞铁路等互联互通项目建设,促进中欧班列持续健康发展。扩大国际产能合作,共建一批经贸合作区,打造融合度更深、带动力更强、受益面更广的产业链、价值链和物流链。要大力推进贸易和投资自由化便利化。加强海关合

作,促进物流提速。

在同日举行的第六次中国-中东欧国家领导人会晤中,李克强强调,要加快实施互联互通重点项目,推动陆上、海上、天上、网上联通。推出更多通关便利化措施。开通更多中欧班列、直航航线,在中东欧地区建立物流中心。也就是在此期间,申通、中通这两家快递企业纷纷联手国内外企业在海外成立相关企业,拓展国际业务。这标志着我国“快递”这一中国新名片的打造又进一步。

申通欧洲公司与布达佩斯机场集团以及欧洲物流企业 EKOL LOGISTICS 将共同打造“一带一路”中欧国际转运中心,这一转运网络包括铁路运输、空运和公路运输,以优化中欧班列和跨境电商包裹的转运效率。

而中通快递也联手宁波英才科技与匈牙利国家邮政股份成立中欧供应链管理股

份有限公司,致力于开辟跨境电商快件专线,对推动中国跨境快递业务和两国邮路建设起到积极作用。经过一年的发展,各大快递企业,纷纷通过兼并、收购、抱团的方式开始借助“一带一路”的东风走出去。为此,亿欧曾专门盘点了物流领域的出海企业,发现“物流业小鲜肉与老腊肉开始竞相角逐出海”

2017 年 3 月份,圆通、中通、申通、百世、韵达以及心怡、北领、万象、晟邦等中国仓储和落地配公司的高层与菜鸟一道抵达马来西亚。他们将共同参与打造中国境外首个服务于 eWTP(电子世界贸易平台)的国际超级物流枢纽。这也是中国物流企业首次集体出海。

值得一提的是,圆通收购先达国际成为国内快递企业通过并购走出去的第一个样板。顺



丰也不甘示弱,与国际快递巨头 UPS 合作,并推出联合品牌的全新产品——“SF-UPS 直

运+”。此外,申通也在稳步推进国际化进程,韵达和百世也非常重视国际市场。