

共同把“蛋糕”做大 把“蛋糕”分好

茅台供应商大会提出新希望

■ 本报记者 樊璞 张建忠

1月9日,茅台2017年度全国供应商大会召开。会议透露,茅台集团2017年供应工作总体水平进一步提高,供应能力进一步增强,呈现出工作协调继续向好、工作质量继续向好的态势。

2018年,站在新的历史起点上,茅台集团希望供应商与茅台思想同频、认识同心、行动同向、参与同步、配合合力,共同把“蛋糕”做大,把“蛋糕”分好,形成厂商相互促进、相得益彰、共享发展的合作共赢格局,共同把供应链打造成黄金链,真正成为黄金搭档。

茅台集团董事长袁仁国,茅台集团党委书记、总经理李保芳,茅台集团党委副书记、纪委书记赵书跃等分别讲话。茅台集团全国供应商代表400余人出席会议。会议表彰了习水中储粮收储有限公司等20家供应商。

2017年:

初步建立新型供应服务体系

2017年,茅台集团严格按照“行为规范、运作协调、公开透明、廉洁高效”的目标要求,扎实推进精进管理、规范操作、阳光采购,在集采平台、原料供应、生产服务、立项管理、宣传推广等方面取得了明显实效。全年累计接收采购项目328项,其中281项采购项目实施完成,完成率为85.7%;物资供应保障了质量,全年有机高粱、小麦、谷壳、稻草等原料,“异常库房零储存,生产车间零投诉”,成为全年供应工作的新突破、新亮点。

袁仁国用六个“大”概述2017年茅台供应工作发展进入新阶段:质控大加强,织就了进厂物资质量监控的“天罗地网”;质量大提升,生产车间“零投诉”;效率大提高,采购过程规范化、标准化、可视化,推进成本最优化;链条大延长,涵盖茅台集团生产原辅材料、包装材料、设备技术、工程建设、广告服务、劳务外包等,供应链范围更宽更广;服务大深化,初步建立新型供应服务体系;外宣大彰显,实现了品牌影响力在全球范围内的全面提升,品牌美誉度、知名度持续上扬。

李保芳用三句话评价供应工作:集团重视,供应部门尽心,供应商尽力。得益于三方共同努力,供需体系更加完备,集采平台更加



管用,集采的效率和效益越来越明显,物资供应保障了质量,内容供应更有内涵,供应商管理更加严格。李保芳指出,全年红粮“零退粮”的例子充分表明:只要认真,就没有办不好的事。事实上,把住了收购关、验收关,就是把住质量关。今后要把“零退粮”,作为红粮供应的一个硬性工作目标和要求,坚持下去、执行到底。

据悉,2017年,茅台集团对供应商严管力度加强,取缔1家供应商资格,停止2家供应商合作,扣减3家供应商计划,扣除4家供应商保证金,约谈并通报13家供应商,对22家供应商下发整改通知,处罚力度为历年之最。

袁仁国:不忘合作初心继续携手同行

2018年,茅台集团将在供应工作方面重点抓好几方面的突破:把质控体系向前延伸至供应商环节,强化质量管理,保障供应链质量管控;强化平台应用,深入探索模式创新,为集团供应链做好服务;夯实供方管理,切实践行“合作共赢”;落实“转型升级”,拓展集采推进模式;统筹物流规划,加快仓储转型升级。

为此,袁仁国希望各供应商凝聚共识,把握供应链发展新趋势;协力共行,推动供应链发展新变革;互利共赢,共享供应链发展新红利。

他说,茅台正在筹建智库,将把供应链管理作为重点研究项目,聚智聚力,推动茅台供应链创新发展。将以提高发展质量和效益为中心,以供应链与互联网、物联网深度融合为路径,以信息化、标准化、信用体系建设和人才培养为支撑,因势而谋、顺势而为、乘势而上,创新发展供应链新理念、新技术、新模式,努力构建一个包容开放、高效有序、共建共享的供应链体系。

在绿色供应链方面,茅台已成为白酒行业标杆。袁仁国说,不能就此有松口气、歇歇脚的想法。绿色供应链是一项链条长、环节多、涉及面广的系统工程,要以绿色发展为目标,永续精进绿色供应链管理,加强有机原料基地建设,细化“公司+基地+合作社+农户”四级管理模式,拓展“绿色种植”源头,确保有机原料需求。希望各供方企业和茅台携手并肩,共同打造结构优化、技术先进、环境优美、清洁安全的产业体系,推动企业绿色发展。同时,创新精益供应链,一丝不苟、精益求精、专业专注地把供应链管理中的每一个细节做

到精准、极致、完美,确保产品质量和优质服务,争创与国酒茅台相适应、相匹配的产品和服务品牌。要全力打造大数据支撑、网络化共享、智能化协作的智慧供应链,做到协同化、服务化、智能化。

李保芳:坚持构建一流供应体系

供应工作是整个茅台生产链的最前端,也就是“第一关口”,李保芳说,必须把住、把死。要坚持“四个过硬”标准:有一支过硬的管理队伍,有一个过硬的采购标准,有一套过硬的审查程序,有一群过硬的供应商。要把“供应环节”打造成为最能体现茅台工匠精神和企业精神的平台和窗口。要着力在两方面下功夫,提高供应质量和水平:一是加快提升供应链水准;二是提升产品的服务水平。

据悉,今年,茅台集团将继续坚持奖惩并行,在供应商管理上进一步加大力度、严格标准、强化激励,进一步完善供应商考核评价制度,健全供应商约谈机制,用更“苛刻”的办法,确保供应质量。

李保芳希望供应商讲诚信、讲良心,供真货、供好货。“由衷希望大家始终坚持和秉承“高质量”理念,不断树立和强化“大质量”意识,努力打造一流供应质量,构建一流供应体系,追求一流供应水平。”李保芳说。

赵书跃:打造现代健康绿色供应链

赵书跃表示:“茅台要的,是坚持原则、恪守规矩的优质战略合作伙伴。”他说,必须以“双方企业健康持续发展”为最基本要求,重诚信、保质量、稳价格、提效率、强服务。

他希望供应商在质量上向茅台看齐,为了彼此的明天,注重质量把关。一直以来,做有良心的企业,为消费者提供放心的产品,是茅台承担最大社会责任的具体体现。赵书跃说,供应商的每一次供给,都直接关系到茅台的品质、品牌、茅台的未来。

如何携手打造绿色供应链?赵书跃说:一要提高认识、强化意识;二是加强管控,注重考核;三是整合资源,优势联动;四是良性竞争,健康供应。希望供应商强化责任担当,理性竞争,在合作中明晰双方责任,严禁暗箱操作,确保健康供应。



回报桑梓 赵家信助野猪养殖户做大做强

■ 本报记者 喻永国 文/图

一个是茅台酒经销商,一个是野猪养殖专业户,两个看似毫不相干的人却因为“乡愁”二字被紧紧连在了一起。茅台酒经销商赵家信希望能用自己的致富经验和资源帮助老乡走上野猪养殖致富路,干出一番事业。

赵家信走上盛典舞台

2017年12月28日下午,“茅台营销二十年”系列活动隆重举行,茅台酒经销商代表赵家信被邀请上了舞台,与大家分享他的经销故事。20年来,他坚持不懈与茅台风雨同舟,堪称茅台经销商成功典型。

据记者了解,赵家信出生在川黔交界的九丈镇。先前在合江县糖酒公司工作,退休后发挥余热凭经营茅台酒走上了致富路。他致富后一直不忘回报桑梓:捐款参与家乡修路建设、为家乡学校捐资购买课桌、捐资帮助贫困学生完成学业、看望贫困老人……不仅体现了一位成功企业家对家乡的情怀,更是传承了茅台这样一个国有大企业的社会责任。

王晓萍结缘野猪养殖

王晓萍,四川法王寺镇一名普普通通的农村妇女。一次到法王寺走亲访友,听说当地有个农民从山上套回了一头野猪,并在当地开始繁殖圈养。听说野猪的营养价值高,并且比当地普通猪肉好吃,她便跑去参观。这一看就与饲养野猪结下了情缘。

盘下这家野猪养殖场后,刚开始缺乏经验,野猪损毁圈舍逃跑、拱地洞逃跑,后来她到县农业局请教专家,才把野猪驯服。记者在现场看到,大大小小的野猪被铁做的笼子关养。看到有生人来便发出撕心裂肺的怒吼。

山上交通不便,她把野猪养殖场从法王寺搬迁到离公路较近的法王寺镇双龙桥村。王晓萍夫妇向记者介绍,他们从2013年饲养野猪至今,先后有800多头野猪从这里出栏,但是一直缺乏科学的养殖方法,没有形成规模化的驯养,到现在还是靠粗糙的圈舍。记者在现场看到,即将出栏的野猪被喂养在后院的一个简易工棚内,几十头猪蜷缩在一块取暖。王晓萍摇头说,这也是没有办法的事。

赵家信伸援手 养殖场将扩大规模

赵家信听说王晓萍夫妇的事情后认为,靠劳动致富,应该得到大力推崇和支持。野猪养殖业很有发展前景,他们有困难自己应该尽力帮助。

他计划,在当地政府的政策扶持、资金支持下,帮助王晓萍夫妇建立一个规模化的野猪生产和屠宰基地。还要帮助他们进行品牌宣传和推广,争取把这样的美味推向全国。

三天三家分公司成功签约 “鑫银易货” 加快全国布局步伐

■ 本报记者 李代广



继1月14日,河南鑫银实业有限公司商丘市睢县分公司成功签约后,1月16日上午,河南鑫银实业有限公司上海市分公司、成部分公司又分别成功签约。

在三天时间里,全国三家分公司成功签约,这标志着“鑫银易货”全国布局步伐正在加快。

1月12日至16日,商丘市睢县杨海丽等三人组成的考察小组,成都市伍彬、邓学军等三人组成的考察小组,上海市唐仁君等两人组成的考察小组,分别到鑫银实业有限公司总部洛阳市进行了认真考察和实地调研,他们和鑫银实业董事长邓业荣、以及公司其他高管进行了充分的沟通,对鑫银实业的文化充分认可,对公司的发展前景充满信心,决定加盟鑫银实业,在各自工作的城市成立分公司,共图发展大业。

“易货”在国际上被视为一种能够增加资产、进入新市场、增加利润和创造财富的工具,在国际上越来越受重视。据专家估计,易货交易占世界总交易的20%到25%。世界500强企业80%进行易货,仅在美国,就有47万家公司进行易货,每年易货交易额达120亿美元。在纽约股票交易所上市公司中65%都在使用易货方式减少库存,提高销售额,使生产设备充分运转。

在中国,目前“易货行业”仍处于萌芽阶段。我国加入WTO后,国内企业和国外的接触更为广泛,易货概念将迅速被企业接受,而对企业最为实惠的是:企业通过易货的方式交易,“以物换物”不产生现金流只记入库。现代易货在发达国家的发展表明它有存在和发展的客观基础,在中国也一定有广阔的发展空间,我们正面临着巨大的商机。

在这种发展大势下,新一代易货平台——“鑫银易货”应运而生。“鑫银易货”是河南鑫银实业有限公司全力打造的全国性易货交易平台和品牌,经国家工商管理部门批准,于2017年8月注册成立。

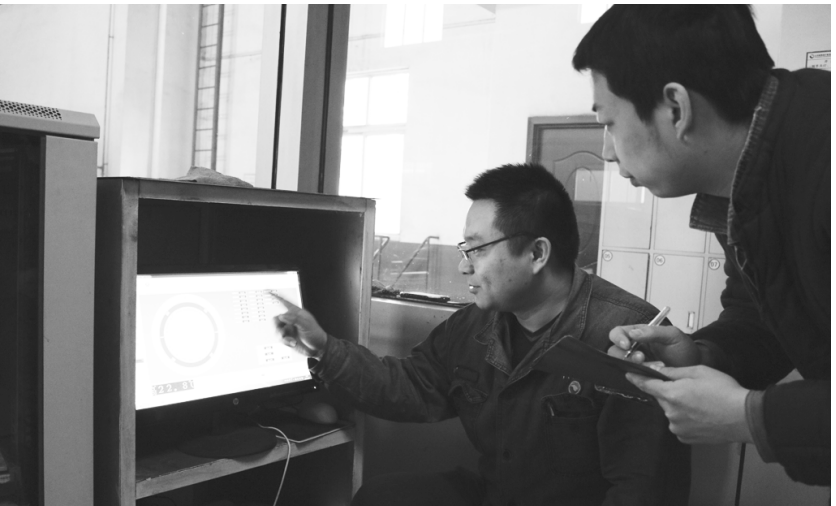
“鑫银易货”是基于传统易货创新出来的一种全新易货模式,打破了传统易货的地域和时间限制,公司利用互联网技术解决了信息不对称,引入电子结算技术,实现多边化、网络化的自由易货交易,实现B2B产品的自由交换。

设备巡检用上“热成像”

新年伊始,山东能源淄矿集团唐口煤业公司工会组织开展“优化装备升级保障安全”活动,通过不断利用新技术、新工艺对重点设备关键部位实施“全过程”监测,出现问题及时预警,改变了以往设备巡检手摸、眼看、凭经验的“粗放式”管理模式,确保设备运行安全高效。

图为该公司工作人员利用“红外测温成像仪”对主提升机电机转子温度实时监测。

张超 张继涛 摄影报道



“智慧红豆”助推红豆“质量发展”

“我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段”,12月20日中央经济工作会议把党的十九大报告作出的这一重大判断,进一步明确为新时代我国经济发展的基本特征,进而作出了推动高质量发展的重大部署。高质量发展,就是要能够很好地满足人民日益增长的美好生活需要的发展,是体现新发展理念的发展,是创新成为第一动力、协调成为内生特点、绿色成为普遍形态、开放成为必由之路、共享成为根本目的的发展。高质量发展,要求企业必须摒弃粗放无序、低效高能的低质量发展,向精细、高效、优质的高质量发展转型。

以服装起家的红豆集团是一家传统企业,目前已发展到服装、橡胶、轮胎、红豆杉大健康、商业地产等多个领域。随着互联网转型升级及线上线下一体化升级的要求,红豆加快引进人才,加大信息化投入,大力实施智慧红豆战略,推进企业“质量发展”,取得了非常好的成效,使红豆迈向高质量发展新阶段。

智慧红豆建设,全网销售成为突破口。早在几年前红豆集团就开始打破线下一一的营销模式,规划布局线上线下全网销售渠道,从建立网店运营,到自建红豆商城、微商、APP等渠道,实现了全网络、全渠道营销。同时,红豆集团通过红豆商城将线上网店、红豆商城、微商、APP等各类营销渠道进行有效融合,从而实现了电商平台、微营销系统、线上线下订单、APP等全渠道的系统对接,真正形成了全网销售的网络商业模式。

红豆集团通过这种全网营销的模式,将智慧应用贯穿于所有客户信息的有效管理之中,从而能有效促进后期的二次营销及再

次营销,还能统一协调全储物流、全供应链的协调运行,降低了运营管理成本,真正解决了线下营销的瓶颈,规范了销售市场、提升了整体的销售业绩,去年1-6月,仅集团旗下的红豆股份就同比增长759%。

全网营销模式也让更多用户无论从哪个渠道购买红豆产品,企业均能为顾客提供统一的服务,不仅增强了客户体验,促进了完善了客服体系,也从整体上提升了“红豆”品牌形象。同时,还能得到第一手的客户建议与意见,为企业的营销决策、新品开发、市场规范等提供有效的数据依据,使企业做到了快速反应市场,服务市场。

“智慧红豆”的战略目标,包括智慧设计、智慧产品、智慧供应链体系、智慧全渠道SPA体系以及智慧管理等五大体系。并积极借助互联网、物联网等技术手段对自身进行全面改造、转型、升级,同时借助资本市场积极建设“智慧红豆”项目,走出了一条具有红豆特色的“智慧化”发展之路。

基于“智慧红豆”发展战略,红豆确立了全新的发展战略,即重点发展红豆男装连锁专卖业务,快速发展电子商务业务;实施智慧化建设,建立集企业信息流、资金流、物流、工作流于一体的智慧平台,带动公司经营管理的科学化、网络化和智能化,推动公司向“智慧创造运营”经营模式转型。

经过数十年的发展和积淀,红豆股份顺势果断推出了以数字化、信息化、智能化先进制造技术为突破口的变革转型。2017年5月4日上午,红豆股份与国际咨询巨头埃森哲正式携手建设“智慧红豆”,双方合作范围将涵盖供应链、IT、财务管理、产品设计、商品管理、网络营销多个方面,以强化公司运

营、提升管理的核心能力为重点,并针对公司整体的信息化现状进行评估,制订未来3-5年的信息化总体战略和实施规划等等。此举标志着“红豆股份信息化”项目正式启动,智能化转型迈向新阶段。

在红豆集团服装线上渠道,该公司着力打造智慧化门店:2016年6月、8月,红豆男装先后开出南京溧水店、武汉星空店两家智慧门店,2017红豆男装继续以智慧化产品诠释红豆新型智慧化门店的发展趋势。全息投影、智能机器人、智能试衣间、VR眼镜等一系列智能产品的投入正是红豆股份“智慧化”的一部分,不仅全方位展示红豆男装品牌的独特设计,同时完美展现了智慧化红豆发展的新形态,也是红豆男装走向智慧化门店的又一里程碑。未来红豆男装将继续聚焦开好店、开大店、多开店,进一步扩大市场规模、提升品牌影响力。

同时,红豆集团还加快智能穿戴方面的布局,成立了深圳红豆穿戴智能科技有限公司,先行进入穿戴智能产业。在世界物联网博览会上,红豆可穿戴品的展出颇为抢眼,炫酷无人服装零售店、3D人体扫描、能刷公交刷地铁刷商超的手机一卡通,可以实时查看宝宝体温的智能温度贴等产品,都受到一致好评,智能穿戴前景广阔。

另外,红豆集团还建立起一个集企业信息流、资金流、物流、工作流于一体的智慧平台。未来,红豆还要从智能制造延伸到智慧创造运营方面,从产业链上升到商业生态圈,逐步建立并完善自己“智化”“智造”的发展思路,促进公司工业化和信息化的深度融合,这将有助于红豆在新经济条件下实现优势重构,有助于红豆实现全球价值链中的

更优定位,更好促进集团的转型升级。

注入了创新基因的红豆集团,从当初一个手工小作坊,发展成为世界服装产业的知名企业,实现了惊人的裂变式发展。而这正是得益于红豆集团在对创新上的锐意进取。创新是现代企业发展的不竭动力,不断创新发展是红豆集团快速发展的唯一法宝。企业的生态已经被互联网深刻改变,但敢于、善于融入物联网资源、万物互联大潮中的智慧企业其发展潜力和空间将十分巨大。因而,打造“智慧红豆”,是红豆高质量发展的一个重要抓手。

2013年12月23日,红豆电信正式成立,红豆集团把信息技术、大数据分析充分运用到集团战略、管理和运营等方面,打造具有红豆特色的“智慧企业”。布局移动通信,推动“两化”融合,这是智慧红豆建设的又一点睛之笔。

2017年9月,红豆发起成立了中感物联网产业基金,2016年11月,红豆集团正式成立了物联网事业部,利用信息技术,深化服务及业务融合,进一步提高信息资源开发利用能力,同时依托集团,整合物联网资源,进一步创新开发可穿戴产品,探索发展物联网及相关产业,为红豆“质量发展”注入新动能。在智能化的大潮中,红豆再次站上新风口。(鸿轩)

大额资金 全国直投

房地产、交通、旅游、环保、新能源、矿产冶金、生物医药、院校教育、纺织、机械、建材等。轻松解决资金周转。《月薪万元诚聘商务代理》
电话:15156515948 雷经理
邮箱:2385848166@qq.com