

宝能集团跨界联手味库海鲜 中国渔博会上启动“龙王计划”

11月1日的第24届中国渔博会闭幕式上,一次影响深远的跨界合作备受瞩目——宝能集团和互联网公司味库海鲜正式宣布战略合作,启动“龙王计划”;双方共同努力在不远的将来实现“跨国活鲜次日达”——加拿大的龙虾从海里直达中国消费者餐桌全程仅需30多个小时。

生鲜行业最后一块蓝海 迎来整合时代

近些年,随着国内消费升级浪潮的蔓延,大众的饮食结构也在不断发生改变,消费者对食物产生了更高质量的诉求,新鲜、天然、营养的鲜活海鲜成为家庭餐桌的常客。

据公开资料显示:2017年我国水(海)产进口量489.71万吨,进口额113.46亿美元,2018年进口量522.22万吨,进口额148.61亿美元,同比分别增长6.64%和30.99%,而到2020年,中国进口海产品消费需求预计将达到1000万吨。

巨大的消费需求催生出了海鲜这个2.4万亿美元的,其规模远远大于猪肉的1.5万亿。在这样的背景下,海鲜行业逐渐成为一个机会与挑战并存的蓝海,众多资本界“巨头”纷纷“跨界入行”,新的竞争正在拉开帷幕。

纵观近些年的海鲜行业,现代化的冷链物流基础设施、高效供应链管理体系、先行投入的巨大资金,始终是从业者们面临的“三座大山”,竞争也从简单的初级农产品之战转变为供应链的全链路之战。但海鲜经营者们多以中小企业为主,没有能力也没有资金从三个方面进行全面的整合,因此这三方面也就成为了“新海鲜企业”们首要解决的问题。

任何一件小事,乘以14亿就变成了大事。如何将小小的海鲜送上亿万国人的餐桌?海鲜行业的新模式,新规则又该如何定义?这些都是新一代海鲜投资者们亟待解决的问题。

宝能跨界 强势入局生鲜

“无论是原产地货源的控制、收购,还是现代化冷链和供应链的建设,中国目前都不是特别完善,所以过去人们只能以存储型的方式运输海鲜。”据宝能集团生鲜负责人介绍,要做鲜活海鲜,不仅仅是商品的竞争,需要对整个供应链进行整合。

抱着对生鲜市场的期待和决心,宝能成为了众多投资海鲜产业的企业中最大手笔的一家,他们不仅打通了海鲜产品从源头到流通的冷链、仓储、运输等环节,高标准进行整个链路的投资建设。

在物流方面,“快”是宝能第一个考虑到



的问题。为了更快地运输活海鲜这种特殊的、有生命的短保质期商品,他们在中国及海外参与建设机场生鲜枢纽中心,兴建了多座现代化大型冷链仓储中心、海关保税区现代化暂养池、城市快速配送中心等基础设施,确保全球活鲜产品最快次日,最慢72小时到达中国餐桌。

如此大规模的投资建设可以带来怎样的成果?这里举一个简单的例子,加拿大通往中国的哈利法克斯机场开埠多年,设施相对陈旧,吞吐能力面对日益增长的巨大中国市场来说已经捉襟见肘,在宝能的计划中,为了适用于大型货机的有效运转,打板中转、龙虾暂养池、活鲜维生循环水系……都需要重新改造。改造后,用来运输活龙虾的大型货机升降次数和运输总量将成倍增长,改造之后的空运模式对于活鲜效率的提升与成本的降低是巨大的。

在供应链方面,宝能瞄准了供应链源头的采购。以往的海外采购多以冻鲜为主,无法保活的主要原因就在于供应链太长与暂养技术的局限。为了将更多活鲜产品带到中国市场,宝能打通了原产地的采购渠道,通过资本帮助当地渔民升级改造捕捞和暂养能力,从而加强了海外资源的控制,再借由重新打造的空运网络保障了运输活鲜的时效。

如今,宝能已开展了加拿大龙虾、俄罗斯帝王蟹的全球范围原产地直采业务,并将继续增加海胆、生蚝等高价值的活鲜新品类。不久的将来,一个属于鲜活海鲜的新时代将全面到来。

曾经的中国海鲜行业,“碎片化”的发展模式是常态。各地的进口商局限于“买货”和“卖货”,仅仅做了搬运的工作。宝能的行动改

变了这一切,它重塑了产业链条,针对行业痛点,进行了“大刀阔斧”式的大资本投入、深层次改造。而改造的“受益者”不仅是生鲜行业本身,更是千千万万对于海鲜情有独钟的中国吃货们。

味库海鲜 拼上活鲜供应链最后一块拼图

改造了冷链物流和供应链,也就打通了海鲜流通的上游链路,然而再好的产品想要到达消费者的餐桌,还有最后三公里的城市内TO C的活鲜网络及运营分发问题需要解决。在这方面,宝能遇到了新的难题。此时,一个熟悉C端消费者、懂互联网,有着丰富的活鲜供应链运营管理经验的团队——味库海鲜,便成为了填补活鲜供应链版块的最后一块拼图。

味库海鲜拥有全国20多个核心城市的海水中转仓和高效的活鲜供应链管理体系和自主研发的活鲜智能IT信息化系统,目前已经是行业小巨头——中国覆盖范围最广、合作渠道最多、高端生鲜消费者数据量最大、品牌知名度最高的活鲜供应链服务公司。

宝能海鲜供应链在国内段的仓储、暂养、分拣、品控,将全部对接味库,借由味库遍布全国核心城市的活鲜供应链网络和团队,直达千家万户。

在国内电商发展如此火热的今天,是什么原因让巨头宝能选择了这样一个成立仅5年时间、平均年龄仅28岁的新兴互联网公司?

据味库海鲜COO陈刚介绍,味库积累了丰富的线上电商运营和用户运营经验,并在

线下建立了对活鲜这种稀缺易损商品的复杂供应链的标准化流程和管理能力,目前为京东、天猫、拼多多、顺丰、环球捕手、食享会、美菜、美团等300多个电商平台、社区团购、社交电商和媒体及自媒体电商等流量平台,提供专业的鲜活水产品从线上运营到线下供应链服务的托管式综合运营,今年预计服务超过100万中国家庭日常对鲜活海产品的一日三餐所需。

同时,味库海鲜还构建了一个“有生命”的新型供应链网络,在北京、上海、广州等23个城市建立了活鲜海水仓库和海鲜供应链服务团队,辐射全国98%的配送范围。消费者在网上下单后,最快1小时,最慢次日,活蹦乱跳的海鲜即可配送到家。

作为全国覆盖范围最广、服务时效性最高的鲜活海产品电商公司,味库海鲜研发了一套订单智能指挥&活鲜价格预测系统,它能够智能调配全国城市仓的订单,还能通过大数据精准预测价格的变化,进一步提升了全流程履约的效率。最高峰值时单日处理14万单来自多个渠道的复杂活鲜多品种订单,在“秒级”时间内智能分派到全国城市仓库、全自动对接京东、顺丰、圆通、闪送等多个物流公司。

除此之外,味库海鲜还连续3年投入研发“复合气调保活包装”这一“黑科技”,针对不同海鲜品种、不同环境反复试验,为每一种海鲜匹配出最适合存活和能够坚持不同配送时效所需的最佳气体比例和包装方式,极大地提升了鲜活水产品在运输途中的存活率。有消费者在电商评论区晒出的“买家秀”显示:用味库海鲜气调包装的贝类,放冰箱保鲜,1-2天后大部分依然活着。味库研发的“海鲜保活技术葵花宝典”打印出来足有一人多高,目前在申请的知识产权保护多达数百项技术。

宝能集团生鲜负责人介绍:“之所以与味库合作,是因为宝能的中高端家庭业主群体与味库的活鲜购买家庭高度重合,并且双方在供应链的上游和下游、前端和后端非常互补。味库有丰富的活鲜运作经验,并在线上TO C的用户运营与线下活鲜暂养和管理中积累了大量的科学方法,开发出了一整套基于大数据的高效操作系统。宝能与味库合作,不仅期望能在客户端实现共享,更希望将服务遍及全国更多的终端消费者、餐厅和商超。”

未来在双方的合作下,宝能每年会有至少数百万只鲜活的波士顿大龙虾,通过味库到达消费者碗里。宝能牵手味库,将共同推动生鲜行业向着更加规范化、透明化、可追溯化的方向发展,让中国消费者可以足不出户,吃遍全球!

(中新网)

钉钉全面进入制造生产领域 推动生产力变革



●阿里巴巴钉钉CEO陈航(花名:无招)

钉钉是个什么样的软件?如果是以前,可能大部分人会说钉钉是个企业办公软件。但现在,用过钉钉的人都不能轻易地回答这个问题。

在10月31日召开的钉钉首届制造业峰会上,浙江省智能制造专家委员会主任毛光烈、阿里研究院副院长安筱鹏、东方希望CIO黄兴胜、长城汽车信息部总监刘东、南瑞继保副总工程师舒正、埃森哲咨询智能制造董事总经理王珂、埃森哲咨询钉钉业务董事总经理林群雍、毕马威中国科技赋能合伙人于凤友等专业人士就对自己眼中的钉钉做出了一番评价。

用毛光烈的话说,钉钉有人财物事四大方面,其实最精彩的是人和事,要确保将事情做好。而事情都要靠人去推动,钉钉就是为做事提供的一种数字化的服务平台。

安筱鹏在演讲中表示:“对制造业来说,我们已经看到钉钉在基于PC到移动端之后带来了新的创新,这个创新是过去在PC端无法做到的,是一种增量的变革,是一场增量的创新。在技术上,从传统的IT架构到云端架构,钉钉不仅仅是组织在线,是一种生产关系,它正在推动生产力的变革。”

在刘东看来,他们在钉钉上线之后,就涉及到外围的十余个系统,审批,全部对接到钉钉上,集成了三千多个流程的移动端审批。基本现在长城汽车所有的流程都可以移动端审批了。这极大提高了工作效率。在钉钉两个月就有271万次审批量,审批效率提升将近70%。”

而对于王珂、林群雍来说,他们的观点是高度一致的。“钉钉这个智能化平台,最后形成所有企业相关管理系统最佳的移动端智能化的触点。钉钉是在帮助企业把原来所有的管理系统都用得更好。”

“在消费者对个性化柔性生产的日益强烈的需求面前,企业需要更实时准确的安排生产与管理工厂。以毕马威数字孪生工厂和钉钉的数据孪生组织相结合,可以更高效的应对市场变化,提高生产效率。”于凤友对于钉钉下了这样的定义。

对舒正来说在南瑞继保,钉钉就代表着高效的管理。使用钉钉后团队协作能力增强,任何系统可以接入钉钉的工作台,任何地方可以使用钉钉。并且钉钉帮他们节约很多成本,业务执行效率也大大提高。

四年半的时间,阿里钉钉已经帮助超1000万家企业组织实现数字化的工作方式,这个意义堪比淘宝在消费领域的影响。“数字经济时代的主要构成是数字化企业,而数字化企业本质则是数字化工作方式,目前钉钉已全面进入制造生产领域和管理领域。”无招如是说。

东方希望就是钉钉最好的一个例子。东方希望集团共有员工26000多名,在国内外拥有子公司150个,这导致沟通效率低。东方希望CIO黄兴胜希望改变这一切。

于是东方希望基于钉钉平台自建了45个小程序,人财物事全线上钉钉,其中,钉钉接入生产现场的DCS、PLC等底层系统178个,接入实时数据点位85万个(实时在线),自动取数生成1586张报表,自动取数率达95%、正确率100%。智慧化的24小时持续监控,钉钉可以实时同步子公司的数千张数据报表和工艺图像到总部,通过算法模型分析生产情况,辅助决策并第一时间推送预警。

“我们用3年的时间,走了别人可能10年才能完成的数字化之路。同行花了9000万10年建立的信息系统,东方希望基于钉钉平台开发的数字化系统只花了90万。”黄兴胜表示。

现在的东方希望,人事、生产、财务、贸易、物流等所有业务全方位都通过钉钉平台。全集团接近有四个协同、审批流程全部在钉钉上实现。

“我们重视的不仅仅是生产制造的智能化效率,更重视在智能制造中相关人员的创造力、创新力,他们和机器之间是怎样产生创造创新的融合。如果是机器本身的智能制造,拷贝到任何一家公司生产线都可以生产同样的东西,而人在其中发挥的重要价值,才是决定的因素。”无招如是说。

(中新网)

茅台之窗

书香浸茅台 阅读润人生

“与共和国同行”全国职工主题阅读活动茅台专场隆重举行



●贵州省总工会党组书记、副主席、机关党委书记杨再春致辞

书香浸茅台,阅读润人生,10月30日,“与共和国同行”全国职工主题阅读活动茅台专场在茅台学院大礼堂隆重举行,茅台人同台上亮“声”用阅读的力量践行“文化茅台”建设。据悉,这是中华全国总工会为庆祝新中国成立70周年开展的系列示范性阅读活动第63场。

茅台集团党委副书记王焱致辞时表示,茅台专场主题阅读活动,旨在营造“岗位读书、岗位学习”的良好风气,“以此涵养品性、滋养心灵、增添智慧,促进‘文化茅台’汲取更多民族文化精髓”。

“雅言传承文明,经典浸润人生。”王焱希望通过此次主题阅读活动的开展,能够进一步推动全员阅读,更好助力“文化茅台”建设。贵州省总工会党组书记、副主席、机关党委书记杨再春,充分肯定了茅台集团在推动职工文化建设和取得成绩,“今天举办这场活动,旨在助力新时期茅台集团持续健康发展凝聚力、增效益、强动力。”

活动现场节目由茅台集团员工自编自导自演,立足行业特性,讲述“岗位读书、岗位学习”的茅台故事,将爱国主义、工匠精神、奋斗精神等元素完美融入歌、舞、诗、词中。

经典诵读为三个篇章:“香溢九州”、“醉美中华”、“同心铸梦”。来自不同岗位的茅台人用不同的舞台艺术形式诠释着阅读的力量。

在“请到中国来,请到茅台来”朗朗上口的旋律中,歌舞《中国茅台》、诗朗诵《书香酒韵》、舞蹈《曲之灵》,诠释比酒更香的“文化茅台”;经典诵读《七子之歌》《信念永恒》、歌舞《共圆中国梦》等,用歌、舞、光、影等艺术形式,献礼新中国;大合唱《我和我的祖国》牵动了全场观众的心绪,歌声悠扬、红旗和国旗飘扬,活动达到高潮。



●活动现场

雷海为结合个人经历鼓励大家多阅读多思考,称自己从外卖小哥夺得央视诗词大会冠军,在于阅读的力量、中华优秀传统文化的力量,让他不管遇到多大的困难,始终保持一个积极向上的状态。这与“文化茅台”用文化谋求新发展的理念不谋而合。

茅台高层指出,“文化茅台”建设的重点之一就是要用足用好传播矩阵,营造起浓厚的“文化茅台”建设氛围。此次主题阅读活动同此前开启的宣讲团一样,都是茅台人结合自身思考和体会,通过阅读、交流、互动等“文、艺”结合极富感染力的形式,为一线员工送去精神文化和情感需求等方面的慰问,一步一个脚印地实践探索“文化茅台”建设。

据介绍,自4月份以来,茅台围绕“我和我的祖国”主题,开展了缅怀先烈、同唱国歌、主题节目、主题宣传等系列活动。有别于以往,茅台此次走出本部选择了集酒香、书香于一体的茅台学院举行阅读活动,让茅台学院学子感受“书香茅台”的魅力。

(李璇 王子)