

生意经

苏宁补足「大快消」短板

本报记者 周雷

近日,苏宁控股集团以48亿元收购家乐福中国80%股份的消息引发了各方高度关注,而家乐福中国的业务体系接下来将如何与苏宁的智慧零售布局实现融合,也成为业内热议的话题。

7月1日至2日,苏宁内部召开半年度工作会议,苏宁控股集团董事长张近东在会上就家乐福中国收购一事首次公开表态。

张近东表示,收购家乐福中国是苏宁智慧零售布局的关键一步,此举让苏宁的全品类营销战略在快消类项目上实现重大突破,成功补足了苏宁“大快消”的短板,将真正实现全产品全场景运营。此外,张近东还就苏宁互联网转型10年的成果与零售行业未来发展趋势进行了总结和预判。

今年年初,苏宁刚刚完成对37家万达百货门店的全盘收购,对于这家零售巨头来说,不到半年时间再度大手笔拿下家乐福中国,可见其对场景布局的重视。

张近东在会上表示,快消是集团近几年重点建设的品类,通过对家乐福中国的收购,苏宁真正实现了快消类项目的突破,成功补足了发展短板。

正如苏宁快消集团总裁下农在此前接受媒体采访时所说,苏宁一直致力于构建全场景智慧零售生态系统,实现从线上到线下,从城市到乡镇的全覆盖,为用户搭建起随时可见、随时可触的智慧零售场景,满足用户多样化的需求。苏宁零售体系原有的4亿会员将与家乐福中国3000万忠实会员形成有效互补,丰富苏宁现有的会员生态,加速推进苏宁大快消品类扩展与专业化、精细化运营,从而提升用户价值。

近年来,中国零售市场始终保持快速增长的发展态势。数据显示,去年我国全年社会消费品零售总额高达38.1万亿元,增长9%。作为国内首家实现线上线下均衡发展零售巨头,苏宁在中国零售市场上凭借完整的智慧零售生态系统,可将线上与线下资源通过平台、技术、供应链等渠道和手段全面打通,将家乐福中国收入囊中,无疑进一步丰富了其场景业态。

对此,张近东指出,家乐福专业的快消品运营经验以及供应链能力,可以与苏宁全场景零售模式、立体物流配送网络以及强大的技术手段有机结合。苏宁通过输出智慧零售场景塑造能力,可以将家乐福门店进行全面的数字化改造,构筑线上线下融合的超市消费场景,更好地满足不断升级的消费需求。

本次半年度会议上,张近东就企业10年互联网转型历程进行了回顾与总结。

2009年,在张近东的主导下,苏宁开启了大规模的互联网转型,历经10年,苏宁在完成互联网转型的同时也成功进入了民营企业的领军者之列,并且创造性引领了国内零售业进入“智慧零售”时代。张近东表示,在技术和资本的助推下,很多其他领域的企业向零售行业跨界渗透,各路企业交织在一起,掀起了高频次、全方位的竞争和对标,零售业也成为过去10年里竞争最激烈的行业之一。

回顾中国零售业在互联网浪潮助力下快速发展的10年,诸多零售企业在大浪淘沙中经历了从无到有、从弱到强,丰富的线上线下业态也不断涌现。在此过程中,阿里、苏宁、腾讯等企业凭借着各自的优势推动了中国零售市场的繁荣,而在苏宁相继拿下万达百货与家乐福中国之后,国内互联网零售市场“新三强”格局已经成型。

提及未来行业发展态势,张近东认为,当下零售业正处于技术升级和消费升级迭代发展、交互影响的新阶段。信息技术在零售领域的应用正从PC互联全面进入到移动互联网和场景互联阶段,用户消费从数量增长向质量提升迈进,消费品类也从实物商品高增长向服务商品高增长转型。在此背景下,零售业将全面迈入产业互联网、本地互联网时代。

为了应对并引领新的发展态势,张近东对苏宁下一步发展进行了明确部署:首先,进一步强化零售要素、零售运营的数字化变革;其次,不断深化零售场景、用户服务的智能化应用;第三,全面开放,追求智慧零售价值的最大化。

“互联网和数字经济时代,任何一个企业的内部资源都可以变成社会资源,资源不求所有,但求所用,所用即所得,所得即所有。随着智慧零售能力的逐步成熟,苏宁要顺势进入全面开放、深度赋能的新阶段,要追求智慧零售价值的最大化。”张近东说。

壮丽70年 奋斗新时代·走一线 看企业



中信戴卡:

让“中国造”车轮跑遍全球

经济日报·中国经济网记者 宋美倩 通讯员 王继军

中信戴卡股份有限公司从一个年产不足50万个车轮、销售收入不足几千万元的小企业,发展成为集铝车轮制造、汽车底盘、动力总成、车身零部件制造、装备制造、产品表面处理、模具制造为一体的大型汽车零部件企业集团,期间,创新创造为其不断前进提供了源源不竭的动力。为了让戴卡车轮跑遍全球,公司将向着智能化、高端化方向加速迈进

分点,成本下降46个百分点,年产轻量化铝车轮300万件,年产值5亿元,相比传统生产线,人均产值提高了3倍。

质量提升、成本降低、效益提高,“智能制造”给企业带来了甜头。然而,就在5年前,企业还在为“智能制造”转型进行艰难抉择。

“智能制造探索最大的困难不是人也不是钱,而是方向。”中信戴卡股份有限公司首席信息官黄小兵介绍。

早在2014年,中信戴卡就开始“智能制造”的探索,称为“戴卡数字制造系统”。中信戴卡生产线每天产生大量数据,该系统最核心的价值就是使用这些数据。

中信戴卡探索的初衷是解决3个问题——提高效率、降低成本、稳定质量,这也是制造业企业普遍面临的问题。

从传统制造到智能制造,需要改变的并非某个环节,而是技术、工艺、流程、产品等多个方面的优化集成。要做国内同行业第一个“吃螃蟹”的人,风险不可避免。经过多方论证,中信戴卡最终下定决心。

随后,中信戴卡分别与西门子和GE公司合作,在两个工厂进行数字化改造试验,并进一步改造戴卡数字制造系统,最终获得成功。2016年,中信戴卡投资1000多万元用于车间数字化制造系统推广,使企业智能化装备占比达到65%,设备利用率提高8个百分点,生产运营成本下降46个百分点。

目前,中信戴卡积极建设智能化生产管理平台,推广车间数字化制造系统,实现物料、机械和人的互联、可控。

建立车轮同步开发体系

中信戴卡在国内外率先建立起车轮同步开发体系,每年要为新车做700至800款车轮同步开发。

“5年后公路上跑的汽车车轮现在就已经设计好了!”从一名产品设计工程师成长为中信戴卡股份有限公司首席技术官,朱志华负责企业的研发工作。

2004年,中信戴卡为北美一家公司做产品同步开发。这是中信戴卡第一个同步开发项目。产品同步开发是在整车开发设计阶段就参与零部件的设计,相比之前按照客户提供的图纸和

数据生产,难度大幅提升,客户甚至要求在电脑上模拟出车轮在不同光照下的视觉效果。对于车轮的检验,客户的要求更是超出了中信戴卡当时的能力范围——要先通过电脑模拟仿真试验再进行实验室的物理试验。无技术可鉴、无经验可循,朱志华的团队只能摸索前行,一路攻关,通过反复试验,他们最终建立起车轮模拟仿真试验系统。

车轮从创意到3D设计、工程仿真、模具设计、样件制作再到检测试验,过程复杂,而且是批量开发,必须发挥团队的联合优势。

在朱志华的带领下,研发团队实行了“矩阵式管理模式”,由项目经理将造型设计、产品设计、模具设计、工艺开发和检测试验等各个专业部门的工程师跨部门组成项目团队,联合攻关,大大提高了开发速度。从最初只能做“拷贝”轮,到现在的同步开发,中信戴卡具备了全链条开发能力,能为客户提供绿色轻量化铝车轮和铝制零部件制造的整体解决方案。

“中国制造”亮相国际赛场

走进中信戴卡工程技术研究院,里面摆放着各种外观新颖、造型前卫的车轮产品,都是中信戴卡的技术人员研发出来的未来车轮。“未来车轮的发展方向是越来越大,车轮的设计就要突破传统,用新理念去搞研发。”朱志华说。

在展示间,记者看到一款大型美观的车轮,据介绍这是为F1赛车设计的。去年3月25日,2018赛季世界一级方程式锦标赛(F1)在澳大利亚墨尔本本站拉开帷幕,由中信戴卡自主研发生

产的高性能车轮搭载于F1老牌劲旅威廉姆斯车队的新车FW41上,首次投入正式比赛,“中国制造”亮相国际赛场。

技术人员介绍,威廉姆斯车队对赛车零配件有严格标准,其中车轮就有上百项。生产F1赛车车轮,无论选料与产品设计,还是生产开发与质量检测,都与生产民用车轮有极大不同。F1赛车对车轮的性能和生产工艺流程等要求极为严格,车轮需要在材料的“轻量化”和“高强度”之间追求极致的平衡,需要追求极致的工业造型设计。朱志华表示,一方面,中信戴卡通过大量工艺验证和精准的加工检测,确保了“轻”“强”“精”的产品要求;另一方面,在空气动力学、热平衡管理、局部强化等特殊环节,工程师经过反复设计与研发,确保赛车车轮在极限环境下保持良好性能,最终得到F1赛事威廉姆斯车队的认可。

经过30年发展,中信戴卡股份有限公司从小到小、从弱到强,从一个年产不足50万个车轮、销售收入不足几千万元的小企业,发展成为年产6000万个车轮、销售收入突破100亿元的铝合金车轮生产企业;从单一铝车轮制造企业,发展成为集铝车轮制造、汽车底盘、动力总成、车身零部件制造、装备制造、产品表面处理、模具制造为一体的大型汽车零部件企业集团。

在当前国际市场的考验下,如何让戴卡车轮跑遍全球,是中信戴卡的责任和使命,这座“未来工厂”“梦幻工厂”将向着智能化、高端化方向加速前进。

题图 中信戴卡汽车轮毂生产线。张洋摄(中经视觉)



2018年中信戴卡新建投产的铝车轮六号线让铝车轮进入个性化定制时代。图为轮毂自动刻码设备赋予每一个轮毂精准的定制信息。

刘文豪摄(中经视觉)

青岛港提速建设全球原油贸易集散分拨中心——

让中国客户在“家门口”买到一手原油

本报记者 刘成

6月26日,随着13万吨巴西卢拉原油开始卸入青岛港董家口保税油罐,青岛港(集团)有限公司与巴西国家石油公司合作的保税现货原油库正式启用,开启了国际原油生产商保税现货原油交易“直销”模式。

山东是世界三大炼油基地之一,我国近80%的地炼产能集聚山东。2015年以来,随着国家对地炼企业原油进口权和使用权“双权”放开,山东地炼企业每年产能超过1亿吨,获得年进口原油配额近1亿吨,市场需求强劲。

为服务山东地炼的强劲发展,青岛港抓住山东新旧动能转换的有利时机,从软硬件两个方面发力,积极打造原油“一站式”“门到门”全程综合服务模式。青岛港目前已拥有7座油码头、13个泊位,可停靠45万吨级以下所有船舶;拥有546万立方米独立储罐,配备管

道、水路、铁路、公路4种疏运方式。经过积极努力,青岛港已实现“码头+仓储+管道+船货代理+物流配送+金融”等多方资源的整合。未来,青岛港将实现“进口原油从黄海之滨卸下,直接管输到渤海湾畔”的布局。

2018年以来,国际原油市场价格波动较大,按照传统贸易模式大规模采购原油,给中国地炼企业带来沉重资金压力,众多地炼企业纷纷提出“希望在家门口开展小批量原油现货交易”的新诉求。

面对新的市场需求,青岛港积极发挥综合资源优势,加快构建“贸易原油超市”的步伐。青岛港积极申请开展原油保税仓储业务,打造大宗液体散货交易的港口“淘宝”式贸易服务平台,与贸易商、炼厂、融资机构联手开展油品融资、质押、监管等服务,实现“一站式”“门到门”全程综合物流服务。

巴西国家石油公司是世界最大的综合性油气公司之一。近年来,该公司在中国市场日趋活跃,并把目标对准了山东地炼市场。仅2018年就向山东地炼企业销售原油约800万吨。巴西国家石油公司在看好中国市场的同时,非常渴望在中国寻找合作伙伴,直接向中国客户销售原油。青岛港积极与巴西国家石油公司开展交流洽谈。2018年,经过多轮磋商和安全、操作专家团队严格考察筛选,巴西国家石油公司最终选定青岛港作为合作伙伴。2018年12月7日,双方在青岛港第四届国际原油贸易发展大会上签署董家口港区保税罐长期合作协议,有偿使用青岛港4个10万立方米原油储罐。

巴西国家石油公司保税现货原油的入驻,打破了“贸易商从产油国购买原油后到中国销售”的传统国际原油贸易模式,实现了国际原油生产商从生产地延

伸到销售地“直销”的重大模式转变,使更多中国客户在“家门口”就能买到一手保税现货优质原油,并根据自身资金情况小批量灵活购货,为中国地炼产业带来了巨大实惠和贸易便利。

同时,此举产生了强烈的平台集聚效应和市场示范效应,吸引了贸易流、物流、资金流、信息流在青岛港集聚。青岛港还借此将货源腹地扩大到山东省外的辽宁、陕西、河南等近40家炼厂,拉动了青岛的区域经济发展。

青岛港(集团)有限公司党委书记、董事长李奉利表示,目前,青岛港正积极构建国际航运贸易金融创新中心。青岛港将以油品板块建设全球原油贸易集散、分拨中心为突破口,积极运用平台思维,助推青岛港由目的地港向枢纽港、由物流港向贸易港转变,加快建设世界一流的海洋港口。

从小作坊到高新技术企业



图为安徽迪维乐普非晶器材有限公司员工赶制产品。该公司坚持走自主研发和专利创新之路,由几十人的小作坊成长为高新技术企业,研发的铁芯器件达8500多种,年生产非晶、超微晶带材、铁芯及电感器件1500吨。

周跃东摄(中经视觉)