

聚划算“厂销通”整合阿里经济体平台资源——

制造业商家的“超级合伙人”

经济日报·中国经济网记者 郑 杨



不久前,阿里巴巴集团旗下千亿元级营销平台聚划算宣布“厂销通”系统上线。“厂销通”是聚划算整合包括阿里云、菜鸟、蚂蚁金服等在内的阿里经济体生态资源,面向中小企业推出的一整套完整的C2M(消费者反向定制)数字化解决方案。作为阿里巴巴针对下沉市场发力的一项重大举措,“厂销通”的推出显示了阿里超越传统意义上的“卖货平台”,与商家一道创造新供给、满足消费者多元化新需求的雄心。

“对于活跃在聚划算平台上的海量工厂型卖家来说,‘厂销通’C2M模式提供的核心服务就是降本增效。”聚划算C2M项目负责人李健说,“厂销通”由数据赋能、金融赋能、物流赋能、科技赋能4部分组成。通过该系统,阿里淘系营销平台的运营和数据资源将全面导入制造业商家,帮助商家高效选款、设计、销售。同时,所有接入“厂销通”参与数字化改造的工厂都将获得蚂蚁金服的贷款利率优惠、菜鸟的仓储物流服务、阿里云的技术服务等,这使得“厂销通”成为强大的一站式商家供给侧升级工具”。

从去年聚划算内部启动C2M数字工厂项目,到如今宣布“厂销通”正式推出,1年间聚划算成功对超过2000家工厂、20个产业带进行了数字化升级,仅广东省,去年C2M产品便抢得超过6亿笔订单,有效带动了珠三角中小制造企业转型升级。这一成绩也使得“厂销通”成为众多制造业商家的“超级合伙人”。

降成本:

解决工厂数字化痛点

在中国最大的耳机制造产业带广东东莞石排镇,有一家较早接入阿里“厂销通”系统的产业带商家——声耀电子科技有限公司。记者在声耀电子的耳机工厂内看到,经过数字化改造后的全生产流程均实现了高度可视化、透明化。

“通过‘看板’,我们能实时读取生产线上的数据,掌握生产进度和库存情况,各环节响应速度大幅提高。”声耀电子负责人郭胜告诉记者,“比如,来了新工单需要发料,以前要由专人用QQ、电话、微信沟通;现在‘看板’会实时显示新工单,不用再单独通知发料。得益于此,我们的备货期由原来的60天降为45天,工人数量也减少了30%。更厉害的是,生产中的差错能被发现、立刻解决,不用等到产品上市才发现问题。过去,我一个季度要



图为声耀电子员工正在工作。作为一家较早接入阿里“厂销通”系统的企业,声耀电子已成功实现了数字化升级。

本报记者 郑 杨摄

签近50万元的材料报废单,现在已经降到了几万元”。

在珠三角地区,不少像声耀电子这样以小批量、多品种、高协同为特色的中小制造企业,都从“厂销通”中获益匪浅。如主营手机壳的深圳市星磁科技有限公司负责人王星告诉记者,自从有了“厂销通”,公司库存占用资金从230万元降到了50万元,日销1.5万件;通过菜鸟物流赋能,公司物流成本降低了20%,时间缩短了40%。

李健表示,中小企业数字化转型的一大难点是数字化成本高且收益不确定。阿里“厂销通”的重要特点之一,就是通过“全经济体”的投入切实降低企业数字化成本,实现更高效的供给。具体来说,“阿里经济体”多个体系可对“厂销通”工厂提供三方面支持。其一,阿里云对企业上云和相关服务费用给予80%的减免;其二,蚂蚁金服对接入“厂销通”系统的商家贷款利率给予七折优惠;其三,菜鸟网络为商家提供数字化解决方案,并确保以最优惠的费率提供物流服务。

“改造一条生产线大约需要10万元,经过聚划算和阿里云补贴后,商家只需花费2万元。”李健表示,“厂销通”系统对产业带商家的支持力度不设上限,未来希望助力更多淘宝、天猫上的产业带商家实现数字化升级。

创需求:

产业带商家全面突围

数字化升级在帮助企业降本增效的同时,更通过对市场风口的精准把握,催生了众多精准满足消费者需求的C2M商品品类,创造了新的内需增量,从而引领着产业带商家全面突围。

今年6月,聚划算“天天特卖”宣布与中山小家电产业带合作,升级后的中山小家电迎来销量“大爆发”。广东安家乐电器公司的一款电火锅,在“天天特卖中山小家电专场”销售活动中一次卖掉6万台。这款电火锅何以成为“爆款”?原来,该产品原本是针对单身群体考虑方便面用,安家乐在数字化改造后,拿到了阿里提供的消费者数据,发现很多人都在评论里问“这锅除了煮还能不能炒菜?”于是,公司及时响应消费者诉求,研发了一款既可煮又可煎炒的电火锅,再配上一把小锅铲,结果自然是“火”了。

声耀电子同样如此。经淘宝、天猫积累的海量数据赋能,其旗下WRZ耳机品牌精准掌握下沉市场消费者的需求,成功开发出多个“爆款”,其中一款有线耳机累计销售600多万个,其中90%销往下沉市场。

“我们正在努力打造一个闭环,让

产品从工厂直接到达消费者手中,同时让消费者的意见、建议直接反馈至生产端。”李健告诉记者,下沉市场的用户更关注性价比,即同质的情况下要更优惠、同价的产品质量要更好。因此,极致的性价比已经成为中小制造企业在下沉市场中突围的关键。“这也是为什么我们要与工厂合作,从功能升级、创新设计、降低原料和生产工艺成本3个方向去定制产品,最终达到极致的性价比。”

跨国管理咨询公司埃森哲2018年发表的一份报告显示,中国企业数字化转型成效显著。其中转型较快的企业营收增长率是其他企业的5.5倍,销售利润率是2.4倍。目前,聚划算已经成功对超过2000家工厂、20个产业带进行数字化升级,并向着3年改造10000家数字工厂、100个数字产业带的目标迈进。

聚划算有关负责人表示,随着聚划算和“阿里经济体”对产业带商家赋能的进一步推进,产业带中小商家将迎来快速发展。

此外,针对仓库不够用、发货速度慢、物流成本大幅上涨等难题,“厂销通”系统将通过菜鸟的加入,在产业带集中的地区建立产业带仓库,通过数字化升级,优化配送链路以及精细化专业管理等,为商家提供高性价比、稳定可控的仓储物流服务。

华夏幸福的幸福“马拉松”

本报记者 王轶辰

生意经

熟悉华夏幸福基业股份有限公司的人都知道,它是中国领先的产业新城运营商。

11月3日,国内最著名的马拉松赛事“北京马拉松”再度开跑。在大众组选手中,很多人都穿着印有华夏幸福标识的红色T恤,他们就是“幸福跑团”。这群热爱跑步的年轻人全部来自同一家公司——今年北京马拉松冠名赞助商华夏幸福。

与北京马拉松同步奔跑的是华夏

幸福的业绩。数据显示,今年前9个月,华夏幸福实现营业收入643.18亿元,同比增长42.48%,销售总额达到1006.45亿元。在行业整体增速放缓的大背景下,牵手中国平安的华夏幸福继续保持了产业新城运营领先优势,同时力拓城市中心新业务,交出了一份亮眼的答案。

产业新城异地复制获成功

在华夏幸福的企业哲学中,建设运营产业新城也是一场艰难而又幸福的“马拉松”。



图为2019华夏幸福北京马拉松“开跑”。

本报记者 王轶辰摄

固安产业新城是河北省固安县政府自2002年起与华夏幸福合作建设运营的开发性PPP项目,目前已取得丰硕成果。固安县委书记王海表示,依托开发性PPP模式,17年间固安经济社会实现跨越式发展,由农业大县、财政穷县发展成为河北省经济强县。事实证明,开发性PPP模式成功解决了县域发展中难以解决的开发效率、债务、资金、规划能力和执行力等问题。

早先,华夏幸福的业务主要集中在京津冀地区。一直到最近几年,其产业新城业务才在华东、华南等地迅速发展起来。业内人士评价认为,这种以产业发展为核心的产业新城商业模式具有非常强的可复制性,发展前景看好。以2016年签约建设的河南武陟产业新城为例,3年间,武陟产业新城已经吸引了包括阿里云在内的110余家“三新一高”企业投资入驻,累计为武陟县新增财政收入超过13亿元,助力武陟县域经济社会发展排名从河南省第68位大幅提升至第11位,并成为“郑焦深度融合首位节点城市的主平台”。

异地复制为华夏幸福带来了更大的发展机遇。华夏幸福全力发展的先进产业集群在长三角这些本已拥有大量高新区、开发区的区域扎根,签约企业数量陡增,证明其产业新城商业模式受到广泛认可。

对此,专家表示,不同于传统的房地产开发,产业新城模式具有更强的稳定性与抗周期性。随着产业新城模式不断复制与迭代,未来该领域或为公司带来更多收入,将大概率成为华夏幸福

最重要的营收增长极之一。

双轮驱动新战略铺开

随着中国城镇化建设不断推进,华夏幸福深耕17年的产业新城业务迎来了新机遇。华夏幸福产业研究院研究发现,2018年全国30个都市圈以4.5%的国土面积承载了32%的人口。过去20年间,城镇化新增人口65%流向了30个中心城市圈。

“未来10年,我国新增城镇化人口约三分之二将继续向都市圈集中。”华夏幸福产业研究院院长顾强认为,未来中国城镇化将形成“都市连绵区—都市圈—区域性中心城市—其他城市化地区”多层次空间格局。

基于这一判断,华夏幸福提出了新的发展战略:坚持都市圈布局,坚持做强产业新城业务,并结合空间都市圈化、运营精细化、地产金融化等新趋势,开拓新领域、新模式、新地域。除积极布局京津冀地区外,华夏幸福还密集布局包括环南京、环杭州、环合肥在内的长三角地区,同时推进环郑州、环武汉等都市圈业务。

今年前三季度,华夏幸福在京津冀地区的销售面积累计达342.54万平方米;京津冀以外地区销售面积累计达568.46万平方米,占比62.4%,较去年同期的46.1%提升了16.3个百分点。

在新领域方面,华夏幸福的商业办公及相关新业务也全面推开。至此,华夏幸福产业新城与“商办新业务”双轮驱动的新战略已全面铺开。

“你能想象这样一个岗位吗?上岗培训需要3个月,在岗时间不超过6个月?液晶面板企业TCL华星光电的质检员就是这么一份奇怪的工作。这是因为每位质检员每天要检验1万片面板,长期从事这样的工作眼睛会受不了。现在,有了腾讯的边缘计算和图像识别能力,机器基本可以替代人工。”腾讯工业云总经理李向前举例说。

“扎根消费互联网,拥抱产业互联网”,这是腾讯在移动互联网“下半场”的目标。腾讯云日前发布智能制造全新解决方案品牌We-Make(我们制造),其在制造端的布局终于“眉目清晰”。针对不同应用场景,腾讯将于解决方案初期推出六大产品解决方案,分别为工企互联、工企智能、工企微信、工企营销、工企孪生和工企信安。

作为一家一直被认为“专注服务个人用户”的互联网巨头,腾讯切入制造端的“底气”是什么?

答案是“共通的基础技术能力”。“我们提供‘工具箱能力’,无论是云、大数据还是人工智能等技术。”李向前表示,TCL华星光电的故事正来自于这样的能力。“机器识别的准确率高达93%以上,远高于人工识别85%的准确率。同时,效率也大幅度提升。一名质检员一天只能看1万片面板,一台机器却可以在一天内完成6万片面板的检测。”

新技术的应用还推动了制造业企业的商业模式创新。在三一重工,利用腾讯的大数据和人工智能技术,新的“产品+服务”模式被构建起来——50万台设备连接在一起,大数据和人工智能可以从1万个以上的维度来分析设备的使用情况。有了新技术保障,工程机械不用等到出了故障再维修,提前6.5个小时预知故障已经实现。

应该说,腾讯的核心能力始终是连接。李向前坦言:“制造业企业最关心的是利用好腾讯的连接能力。”

一方面,在企业端,企业微信成为供应链入口,制造业企业和各级经销商被连接起来,即便不依赖于底层任何终端硬件的升级和改造,直接使用小程序,也能在底层实现数据拉通。

另一方面,在市场端,企业希望能加强与消费者的联系,其关键在于两点,一是精准客服和营销,二是柔性化生产和个性化定制。李向前将后者形容为C2B2B2C(个人—企业—企业—个人)。“连接能力在个别场景下需求特别旺盛,比如我们现在正在打造的电子产品的个性化定制平台,实际上就是直接满足每位消费者对电子产品的个性化需求,将消费者需求直接传导到制造端。”

锦江国际酒店规模跻身全球第二

本报记者 李治国

锦江国际集团日前发布消息,该集团提前实现公司“十三五”规划确定的10000家酒店、100万间客房的目标,成功布局世界120个国家和地区,在“一带一路”相关国家和地区共设有700家酒店,总规模跻身全球第二。

锦江国际是上海市国资委全资控股的综合性酒店旅游企业集团,旗下拥有酒店、旅游、客运三大核心主业和实业、金融等相关产业,控股或间接控股锦江资本、锦江酒店、锦江投资、锦江旅游4家上市公司。目前,集团三大核心主业营收占比超过90%,初步形成了以酒店为核心的旅游服务产业链。

近年来,锦江国际围绕“走出去”战略,实施“深耕国内、全球布局、跨国经营”战略,先后收购了法国卢浮酒店集团、铂涛集团、维也纳酒店集团、丽笙酒店集团,并战略投资了法国雅高酒店集团。

打造世界一流酒店集团,代表国家、代表上海参与全球合作竞争是锦江国际确立的“小目标”。为此,不久前,锦江国际专门召开“亚太战略会议”,宣布将加快对印度、泰国、越南等国家主要城市酒店布局,并加快推进全球整合。

锦江国际集团相关负责人表示,未来,集团将着力对标国际先进,把“锦江”民族品牌建成世界知名品牌,努力实现高质量发展。

盛世投资以资本助推产业转型

本报记者 祝 伟

不久前,在中国科技金融峰会暨亚洲基金论坛上,国内知名基金管理机构盛世投资一举斩获两项大奖。作为一家成立不到10年的投资机构,盛世投资从零起步,如今已受托管理50多只政府引导基金,投资国内200多只VC、PE基金。

据盛世投资董事长姜明明介绍,为更好服务于国家创新驱动发展战略,盛世投资始终聚焦实体经济领域,以产业转型升级为出发点,不断创新探索产融结合新模式,重点布局战略性新兴产业领域。截至目前,盛世投资已投资了3000多个战略性新兴产业项目。

2017年,盛世投资受托管理北京中小企业发展基金。该基金按照“政策性导向、市场化运作”原则设立,重点支持科技创新、新兴服务业等首都特色产业。目前,该基金已投资项目中处于初创期、早中期的企业占比超过98%,有效缓解了企业融资难、融资贵、融资慢等问题。合作子基金所投资的企业中,90%以上拥有重要专利技术或基于互联网的商业模式创新,并已催生了8家境内外上市企业、28家新三板挂牌企业以及一大批优秀技术创新型企业。

面向未来,姜明明表示,投资机构要把握大势、苦练内功、做好存量,主动服务国家创新驱动战略,服务地方产业转型升级,为实体经济发展源源不断地提供资本力量与智力支持。同时,要将社会责任融入企业日常经营与发展中,不断探索、创新模式,让金融真正回归服务实体经济的本源。

本版编辑 韩 叙 秦文竹

出手智能制造,腾讯打算做什么

本报记者 陈 静