

青岛啤酒探索行业发展新模式——

定制化 智能化 新业态

经济日报·中国经济网记者 刘 成

慧眼观企

不久前，青岛啤酒集团3个项目同时开工，一个是在青岛平度市建设青岛啤酒平度智慧产业示范园，一个是在青岛啤酒厂建设智能制造示范工厂，一个是在青岛西海岸新区啤酒城建设精酿啤酒厂暨时尚花园。3个项目总投资10亿元，均在很大程度上代表了中国啤酒行业未来发展的新模式。

加快产业链条集聚

青岛啤酒平度智慧产业示范园包括青岛啤酒三厂100万千升啤酒扩建项目，建成后将成为亚洲最大的啤酒产业基地。示范园中还包括青啤物流园、私人定制化生产平台、麦芽厂扩建、健康饮品中心建设等项目以及包装印刷中心、易拉罐啤酒瓶中心、酵母深加工等相关产业，一个百亿元级智慧型产业示范园呼之欲出。

“以青岛啤酒三厂100万千升啤酒生产能力为核心，青啤将统一规划升级现有上下游产业，拓展麦芽、包装材料、仓储物流、啤酒酵母深加工、私人定制、文旅等链条，增强产业链集聚及带动效应。”青岛啤酒三厂厂长刘德利告诉记者。

啤酒行业起步较早，当时大多数企业对产业链还不了解，因而上下游企业相对分散，制瓶、制麦、包装、印刷、物流仓储等即便处于同一座城市，也大多分布于各处，没有形成集聚效应。随着定制时代的来临，个性化市场要求产业链相关企业反应更加迅速、协同效率更高，这也使得产业链集聚成为行业升级的必然选择。

青岛啤酒是中国啤酒行业个性化定制的先行者。经过5年探索，目前其个性化定制已大体形成3种模式。其一是企业、社会组织、IP常态化团购定制，如复星、万科、融创、保利、康普顿、碧桂园等行业头部企业，均定制了专门的客户礼品；其二是渠道定制，即针对新兴渠道和特殊渠道开展跨界合作，比如为肯德基、必胜客、周黑鸭等定制特定产品；三是私人定制，该类型产品的主要应用场景是婚庆和聚会，通常需要在罐体包装上打印婚纱照、聚会照等。目前，青啤已能做到15箱起便可定制的“超小单”。

这么小的量还要做到定制，这意味着啤酒罐体包装需要随时改变，唯有上下游产业链无缝衔接才有可能满足需求。针对这一情况，青啤很早便联合各家企业，并开展了成功的探索。如今，青啤三厂与啤酒罐企业山东奥瑞金包装有限公司“比邻而居”，二者的数据开放共享。此举带来了一个额外好处，以往啤酒罐出厂要经过生产商检验，到了青啤又要做二次检验，数据共享后只要一次检验即可，双方都节省了大量时间和成本。同样道理，定制产品下线后，同处于一个园区内的物流企业可以迅速将定制酒运送到客户手中，物流成本、仓储成本也大幅下降。

“青岛啤酒平度智慧产业示范园建成后，将把更多产业链企业联合起来，从

产智融合、资源共享、数据打通、技术赋能等方面构建互利共生的产业生态圈。”刘德利说，在不久的将来，工厂从网络上获取订单，按照订单要求选择大批量生产或者定制化柔性生产。同时，从制麦、酿造、灌装、个性化包装设计、生产、物流等啤酒生产的全供应链环节，乃至酵母深加工、健康饮品等相关产业都可以在平度智慧产业园内完成，实现全过程“一条龙”。

据悉，青岛啤酒平度智慧产业示范园只是青岛啤酒产业链集聚的第一个园区，未来集团还将根据产业发展需求，在全国不同区域建成多个产业集聚园区。

向智能制造要效率

对于中国啤酒业来说，产业集聚模式虽然代表了方向，但仅从产品层面看，真正比拼的还是工厂自身研发及生产能力。如何提升每家工厂的效率？青岛啤酒的答案是智能制造。

日前，位于青岛市登州路56号的青岛啤酒厂智能制造示范工厂开工了。该示范工厂可以被视为青岛啤酒“向智能制造要效率”的又一里程碑事件。

“改造升级后，这里将变成无人工厂。”青岛啤酒厂厂长孟庆尚告诉记者，在包装线与成品仓库之间穿梭的AGV无人叉车可自动搬运物料；灌装、贴标、包装、验酒等也会实现高度智能化；除了少数设备需要巡查人员外，未来工厂里将很难见到人影……

“该项目将引进国际一流智能化生产线，行业领先的智能包装线、集中控制系统和生产线监控系统，无人值守的自动化立体仓库，同时还会打造智能物流

系统，实现物料供应、生产、发运和产品追溯全供应链智能化、自动化流水线生产。”孟庆尚说。

事实上，啤酒行业的生产线效率差别很大。一方面，用工人数差异很大，产能相同的生产线用工数动辄相差数倍；另一方面，设备效率差异很大，这意味着吨酒成本也会相应相差数倍。在人工成本飞速提升的当下，智能制造无疑是降低成本、提高效率的重要砝码。据测算，青岛啤酒厂智能制造升级后，人工成本将降低20%，同期生产效率将提高30%。

根据计划，未来青岛啤酒将陆续对全国多个工厂实施智能化改造，从而大幅提升生产效率。

跨界融合时尚文旅

青岛啤酒同时开工的第三个项目，是在青岛西海岸新区啤酒城建设精酿啤酒厂暨时尚花园。

“我们的目标是在西海岸啤酒城开发一个世界级、综合性精酿啤酒主题旅游目的地，集精酿体验工坊、精酿主题民宿、1903CLUB、MODEL‘轰趴’（私人聚会）于一体，建成后将成为中国首家集精酿啤酒生产、销售、研学、住宿、餐饮、娱乐等于一体的时尚、休闲体验基地。”青岛啤酒文化传播有限公司董事长、总经理朱军海说。

这个以精酿为轴向时尚文旅跨界的项目，可谓世界啤酒业的全新尝试，也是啤酒业发展潮流带来的新业态。近年来，精酿啤酒风头正劲，其文化内涵与休闲旅游文化息息相关。正是基于对这种文化内涵的洞察，青岛啤酒上马了这个



图为青岛啤酒现代化生产线。该生产线正在生产“鸿运当头”品类的啤酒。

本报记者 刘 成摄

企事录

中国铝业资产负债率四连降

继续保持行业领跑势头

本报讯 记者周雷报道：中国铝业股份有限公司（以下简称“中国铝业”）日前发布2019年业绩报告。年报显示，2019年中国铝业在主营产品市场价格同比下跌3%至7%的情况下，实现营业收入1901亿元，同比增长5.5%；归母净利润8.51亿元，同比增长2.4%；资产负债率65.2%，较年初下降1.2个百分点，实现四连降；经营净现金流126亿元，连续4年超过100亿元，继续保持行业领跑势头。

中国铝业稳步提升的经营业绩极大提振了市场投资者的信心。国际评级机构惠誉给出了“A-”这一全球有色金属行业最高信用评级，里昂证券维持中国铝业H股“跑赢大市”评级，西南证券和太平洋证券维持A股“增持”评级。凭借良好的经营治理表现，中国铝业还获得了2019年最佳公司治理上市公司“金紫荆”奖。

近年来，中国铝业按照“低成本、高质量、机制优、效益好”的工作思路，持续巩固成本竞争优势，通过开展“三降三增”、三年降本提升竞争力专项行动，全年降本增效超20亿元，主要产品成本竞争力进入行业前40%。同时，强化贸易、采购、

物流“三大经营平台”协同，对内服务降本，对外创收增效，市场引领能力不断增强。

同时，中国铝业还坚持深化改革，优化公司治理，调整产业布局，加快绿色发展，海外项目建设取得重大进展，资源保障能力显著提升，氧化铝、精细氧化铝、高纯铝、铝用炭素阳极产量跃居全球第一。

在此基础上，坚持科技创新提高供给质量，氧化铝粒度、原铝液质量创历史最优；自主研发的15种精细氧化铝、铝合金新产品实现产业化，5N超细高纯氧化铝、低钠勃姆石等高技术含量、高附加值产品产销量大幅增长；累计主导制定和修订的国家及行业标准超过85%，成为名副其实的标准引领者。

此外，中国铝业还坚持环保领先，推行绿色清洁生产。集团旗下7座矿山入选国家级绿色矿山名录，2家企业被评为国家级绿色工厂。

“面对疫情，中国铝业作为基础原材料生产供应商，将充分发挥行业引领作用，深入开展全要素对标提质增效工作，增强竞争优势，提升质量效益，加快建设世界一流铝业公司。”中国铝业有关负责人表示。

“新舟”700静力试验机交付

本报讯 记者张毅报道：“新舟”700静力试验机日前在西安阎良顺利交付，运往位于航空基地辖区航空工业飞机强度研究所。静力试验机顺利交付，标志着该项目全机重点试验即将全面展开，项目研制进入新阶段。

“新舟”700飞机是一款国际领先的涡桨支线飞机，也是国家“两干两支”战略的重要组成部分。自2019年5月份静力试验机大部件相继交付至今，研究团队对静力试验机总装开展了全面攻关，先后完成了前机身、中后机身对接以及翼身对接等关键工作。

疫情发生以来，研究团队坚持

疫情防控与科研生产“两手抓、两手硬、两不误”，有序推进复工复产。

在复工前夕，“新舟”700项目团队提前做好风险评估及制定应急预案，对防疫、研制工作都做了精心部署。对内，合理调整计划，协调人员补充关键岗位，保证部件到位后第一时间安装，同时并行开展全机画线、贴片等工作；对外，积极协调供应商，密切跟踪采购、物流等相关流程，确保持续生产不断线。复工以来，项目团队相继完成了静力试验机短舱、舱门、起落架、垂平尾安装等工作，并同期完成了全机画线、应变贴片等，保证了静力试验机的交付节点。

电力支持企业加快复工复产

本报讯 记者蒋波、通讯员彭筱云报道：徐工集团日前传来好消息。近段时间以来，徐工集团一方面加快改造落后工艺，另一方面加快建设高端零部件产业基地项目，改旧建新工作均取得良好进展。徐工集团有关负责人表示，此前因为疫情影响，公司管理层对企业复工复产的时机及相关保障非常忧虑。

“没想到，供电部门特别给力。他们推行‘一企一策’，在确保安全的前提下深入企业，在生产运行、电力调度、应急抢修等方面提供帮扶，同时讲解电价优惠政策，让我们少缴了不少电费。”这位负责人说。

“通过电力大数据分析企业复工复产等情况，为保障企业用电提供了精准支撑。”国网徐州沛县供电

公司有关负责人告诉记者，疫情发生以来，他们接连走访了徐工精密工业科技、金泰泰新材料科技、徐州恒辉编织机械等公司，在不增加企业用电成本的基础上对企业现有设备容量作出精准测算，保障企业用电。同时，建立供电服务保障团队和24小时沟通响应机制，保障重要生产企业单位的电力可靠供应；采取提前接入发电机、加强负荷监测，加快抢修响应速度等措施，全面加强医疗机构、交通运输等领域的保供电工作。

随着企业复工复产步伐加快，下一步国网徐州沛县供电公司将继续主动靠前服务，并加强与政府主管部门对接，及时掌握复工企业清单，保障企业用电需求。

金融支持企业跑出“加速度”



江西诚志永丰药业有限公司生产车间内，工人们正在紧张忙碌。该公司是一家以生产液体中成药制剂为主营业务的高科技企业。为助力企业复工复产，邮储银行永丰县支行为企业量身定制了一整套金融服务方案，大幅降低了企业的资金压力，助力企业跑出生产“加速度”。

刘学武摄（中经视觉）

上海新世界城携手抖音走出困境——

转型线上 重振“雄风”

本报记者 李治国

生易经

去年12月20日，上海新世界城完成了历时9个月的闭店装修，重新开业后单日人流迅速突破15万人。可是，这一态势因为疫情突然被按下了“暂停键”。销售额锐减，人员工资、水电开销、商业银行贷款利息等费用令商场背负了巨大压力。

春节假期过后，新世界城迅速开始寻求转型之路。几经比较之后，他们决定与抖音携手，依托线上平台重振零售“雄风”。为此，他们建立起符合直播特性的营销、商品、拍摄团队，挑选了9位抖音粉丝数在50万至200万的主播，并与数十家品牌商联动，开始尝试直播。

直播“首战”是“三八妇女节38小时抖音直播活动”。数据显示，这场直播吸

引了13万多人观看，突破了同期本地百货商城直播的观看纪录。线上线下销售总和环比增长14倍，很大程度上缓解了公司的资金压力。

“作为线下零售企业，我们对线上渠道并不熟悉。之前，我们将发力的重点放在提升购物体验等方面，主要集中在线下。”上海新世界城招商总监李蔚坦言，“疫情面前，企业不可能继续被动等待，资金链压力倒逼我们主动转型。”

“之前我们在抖音平台上已经有蓝V账号。疫情期间，抖音为企业和品牌的商业化直播提供了流量支持和技术支持，还推出了一系列优惠政策。我们也加大了与抖音的合作力度，努力做到‘全渠道打通’，覆盖从商品展示到交易、支付、发货、送达消费者手中的全过程。”

李蔚表示，互联网时代，客群在变，消费习惯也在改变，传统商业零售

企业必须主动适应这一趋势。如果继续抱着保守的思维方式，天天只想抓着销售、做促销，年景最好的时候问题还不小，可一旦遇到突发状况，企业就会很脆弱。

在反思以往“触网”经历时，李蔚表示，10年前上海新世界商城就开了“网上商城”，打算把商场内所有品牌商品全部上传到网店。不过，因为打通线上线下的工作量巨大，加上线下商场模式本身就不具备价格优势，所以效果一般。

“这其实是我们的定位出了问题。我们不需要把所有品牌的所有SKU（最小库存单元）都上传，只需要选择一些有价格吸引力和品牌优势的商品，开展直播活动就可以了。这样做的好处是维护工作量会小很多，而且又有话题性，能够引流，从而将流量看客变成存量顾客，再将存量顾客变成销量。”李蔚

认为，抖音小店对线下商城来说是个开展探索的好选择。

“现在，主力消费群已经从‘60后’‘70后’过渡到‘80后’‘90后’‘00后’。新世界城原来的核心顾客人群定位是35岁至55岁。2019年，我们把核心人群年龄段下调了10岁，希望吸引更多年轻人到新世界城来。这与抖音的客群定位很相似。抖音的用户很年轻，能够帮助我们吸引更多年轻消费者。”李蔚表示。

“越是传统商家越要积极拥抱年轻消费者。”李蔚说，“亲身体验过直播后，我们认识到，线上渠道并不是完全意义上的分流线下，其更大的意义体现在‘成为吸引年轻消费的主力平台’上。对于商场来说，线上线下两个渠道都不能忽视。前者将更多承担起销售任务，后者要更多承担起服务和体验的责任，让消费者宾至如归。”