



生产流水线



私人定制



打包装箱

“史上净利最高”半年报、市值创历史新高……

一杯青岛啤酒背后的数字化转型

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 吴浩

智能升级 驱动柔性生产变革
快速响应消费者多元化需求

智能制造的意义在于实现产线人员配备效率,从物料供应、生产、发运和产品追溯全供应链自动化,从而达到降本增效的目的,同时,更是工业互联的基础。青岛啤酒深知这一点,因而在疫情的危机中按下了智能制造的快进键。

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建设已经初见雏形。“青岛啤酒厂每年生产300多个品种,生产线品种转换非常频繁,小品种多频次成为生产常态,按传统办法每次仅包装切换就需要10至120分钟,如今,模块化贴标机等‘高配’设备的使用,结合产线管理系统,品种切换几乎实现了无缝衔接。”青岛啤酒厂厂长孟庆尚举出的这一个简单的数据对比,是智能制造效率提升的一个生动注脚。

“此次升级引进了国际领先的智能化包装生产线、生产线管理系统和智能诊断系统,无人值守的自动化立体仓库,同时还将会打造智能物流系统,实现物料供应、订单生产、仓储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。据测算,青岛啤酒厂生产线智能改造升级后,其生产效率将同比提升20%~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,传统的“巨无霸”流水线将逐步转型为柔性生产“轻骑兵”,不仅大幅提升生产效率,小批量、快速转单的新生产方式,将更快响应、更好满足消费者多元化、个性化的需求。

**转型数字化 支撑销售战略
让服务体验、购买方式更便捷**

突如其来的疫情改变了人们的生活方式、消费模式,从而倒逼企业重塑产业链、供应链、价值链。要如何重塑?数字化是青岛啤酒给出的答案。

上海的王骏是一位外企职员,同时也是资深的啤酒爱好者。今年,他有了另一重身份——加入青岛啤酒的分销员计划,成为青啤的“云员工”。朋友们通过他分享的链接购买青啤,让王骏有了每月上千元的意外“收益”。而这也源于他从青岛啤酒微信商城的一次下单购买,周五下单,周六中午就有人给送上门来,这让他感觉这种服务体验很“新鲜”,而这种“新鲜”体验的背后是数字化和网络化的支撑,网络下单—智能分仓—智能仓储—快速接货—配送上门—分销员收益,全程物流路径可视,这一个个节点均由数字化驱动,由此搭起了青岛啤酒快速上门送酒的数字化驱动体系。

这种直抵终端的快速配送和青啤分销员计划,只是青岛啤酒数字化转型的缩影。如今,从采购到研发制造,再到销售,数字化、智能化、网络化已开始逐渐贯穿青岛啤酒全产业链,这正是工业互联网的要义所在。依靠工业互联网的赋能,百年青啤正在迈向“智变”。

“青啤十年来一直在做数字化转型,疫情加速了这一进程。”青岛啤酒销售运营管理副总监张帆说。10年间,青岛啤酒



个性化定制深受年轻人喜爱。

在国家发展工业互联网、推进智能制造的风口之下,布局智慧工厂、进行数字化转型成为啤酒行业先行者的探索实践方向。借势青岛打造“工业互联网之都”的布局,具有良好数字化基础和丰富制造业场景的百年青啤,又一次站在了舞台中央。

乘着青岛打造工业互联网之都的东风,青岛啤酒正以向定制化要用户、向智能化要效率、向工业互联网要平台的路径,朝着高质量发展目标全速奔跑。

数据显示,2020年上半年,青岛啤酒实现归属于上市公司股东的净利润达18.5亿元人民币,创历史新高。这是继2019年年度净利增速创十年新高,2020年市值创历史新高、品牌价值创新高之后,青岛啤酒交出的又一份“高质量增长”答卷。



智能制造,向智能化要效率。

已经建立起完善的电商系统和终端系统,可触达全国近400万个销售终端。

因而,当线下渠道在疫情期间突然遇冷时,青岛啤酒即刻调整策略,充分利用销售平台优势,经过48小时的紧急部署,在全国320多个城市上线了青岛啤酒全国无接触配送地图小程序,客户下单后,系统将订单转配到经销商处,实现配送地图的推广达2000多万次。

销售平台的建设,让青岛啤酒的产品有更多的途径触达消费者,这里不仅有天猫、京东等大型电商平台,美团、饿了么等大型外卖平台,近来还抓住零售新趋势,拓展社区团购平台,借助阿里、京东2B端的通路,让产品进入各社区小店,让消费者看得见,买得着,跨越最后一百米。

**开启“私人定制”新时代
从产品为中心到用户为中心**

据悉,青岛啤酒私人定制服务自去年7月上线,不仅实现从啤酒酒液到罐身外观的完全个性化定制,而且整个定制流程都能看得见,摸得着,更在向5箱起订的消费者极致体验突进。

对新一代消费者而言,购买的不仅仅是产品本身,还有背后的个性化、品牌认同以及消费过程中的体验感。青啤是一个与年轻消费者“一起呼吸”的品牌,打造年轻化品牌针对的不仅是年轻人,还有一群心态年轻的消费者。积极顺应消费趋势,让产品永远活在消费者生活的各个场景里面,满足个性化需求的私人订制产品逐渐成为青啤产品系的一大主流。

支撑私人定制的是智慧工厂,一条智慧生产线可以承载不同瓶型、不同品类、不同客户的订单,完成灌装、智能分拣、装箱、入库,最后准确发送到定制客户手中,环环相扣,完成“小瓶化、多频次、多品种”。

作为智慧工厂范本,位于青岛平度的青岛啤酒三厂智能制造示范工厂扩建升级项目,将建成无人值守的智能化生产

线。生产线管理系统根据订单自动排产,提前确定生产物料,完成产品生产计划。

目前,青岛啤酒私人定制拥有自主知识产权的罐体模板有100多个。真正从“以产品为中心”转变为“以用户为中心”。青啤定制客户中既有肯德基、必胜客的跨界定制和IP营销,也有与万科、复星、保利等企业的定制业务合作。之后,定制逐渐转向个性化、多元化发展。

**工业互联网平台重塑产业生态
营造啤酒饮料产业集群**

在青岛打造“工业互联网之都”的布局下,青岛啤酒具有良好的升级基础,公司具备智能制造、供应链管理、大数据、物联网的应用基础和实践,应该说企业具有良好的数字化基础和能力。

青岛啤酒作为啤酒行业的领军企业,将以打造啤酒行业互联工厂为合作切入点,建设全国首个啤酒饮料行业工业互联网示范基地,提升企业供应链效率,实现从大规模生产到大规模定制数字化转型。未来,啤酒花、粮食企业、商超餐饮以及其他上下游企业都连接到这一平台,从产品升级、模式转型、平台转型三个方面进行共建,从而解决了啤酒行业一直存在的产业结构老化、上下游企业小而散等一系列痛点。

未来最具发展空间和潜力的企业,必定是一个无界的企业。青啤正在进行赛道升级,凭借强大的资源整合能力,从原来单纯的啤酒企业,致力于发展成为一个平台型链主企业。以平台型思维,以园区为依托,通过建链、延链、强链和补链,以智能制造为底,多元生态跨界融合,发挥平台的集聚和乘数效应。

工业互联网是一条新赛道,不管前浪后浪,要做新浪。青岛啤酒在挺进工业互联网过程中,一路乘风破浪。这既是与时代同频共振、新旧动能转换的需要,也是产业升级、持续推动企业可持续发展的需要。