



随着疫情好转,山东很多企业进入复工复产状态。年前挤压的订单与复工后涌来的新需求,让拼钢网一下子进入24小时白加黑模式。“需求会延后,但不会消失。”拼钢网总经理王华说。

王华认为,这次疫情给企业复工复产带来了深思考。更加明确了钢铁电商的发展方向,除了线上信息资源整合、线上交易等,线下的剪切加工物流配送系统,会是未来钢铁电商发展的主要趋势。

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 刘云鹤

从交易停滞
到24小时连轴转

最近,在淄博周村一家小型厂房内,机器轰隆响个不停,厂房外的货车已经排成长队。

这里是拼钢网的自营车间,加工不锈钢材料。从今年2月份开始,拼钢网的自营车间就陆续复工,3月初全面复工。在拼钢网总经理王华看来,疫情期间,因为物流限制,不锈钢贸易几乎处于停滞状态,但不锈钢是刚需,需求会延后但不会停止。

随着疫情逐渐明朗,各地终端制造商陆续开工,通过平台发布需求的订单一下子涌来,拼钢网自营加工生产车间也开启了24小时白加黑模式。“最忙的时候,机器24小时运转,一天最高产量达到400多吨,是平时的两倍多。”拼钢网销售经理张先生说,那时各地来拉货的车排成长队,有时都得等到次日凌晨,最近这段时间才慢慢恢复常态。

2015年4月,王华将电商引入不锈钢行业,带领团队筹建起拼钢网。会员可自由发布不锈钢产品信息,发布加工订单,承接加工订单,查看不锈钢价格指数、行业资讯等。

王华告诉齐鲁晚报·齐鲁壹点记者,转型做电商,打破产业链信息壁垒,实现开放共享,创建高效、低成本的交易平台,可实现成本节约,供求平衡,解决产能的相对过剩。

疫情暴露发展瓶颈
流通问题需破解

疫情发生以来,物流不畅给钢铁贸易商带来考验。对拼钢网



拼钢网自营加工车间已经全面复工。

“钢”需一直在 疫情之下“拼”什么

一家钢铁电商的复工深思考

□延伸阅读

网上卖钢卖出名堂 一年撮合百亿交易量

据了解,拼钢网从2015年4月推出后,仅当年自营业额就达到2000多万元,2016年自营业额加上撮合交易流量达到100亿元,2019年自营业额已突破两亿元,撮合交易流量还未统计。

“互联网还能卖不锈钢?”最初,王华提出自己想法时,周围是一片不看好的声音。王华坦言,从传统贸易到互联网,方方面面需要调整,思想观念需要转变。很多业务员和中间商不愿把客户信息拿出来共享,生怕客户被抢,这是钢铁行业封闭生态系统导致的。

很多终端商和中间商尽管库存积压都在100万吨以上,但还是不愿将货物拿出来挂到网上。“怎么也不相信我们能帮他卖掉。他们还是老思想,觉得放在这里慢慢卖,总有一天能卖完,也不想想这些年浪费的空间和时间成本。”

“我们首先把自己的3000名客户资料拿出来放到平台上,再挨个说服其他中间商,将客户资源放到平台上共享。”2015年,拼钢网注册会员2000多人,企业会员200家左右,发布商品信息6000多条。2016年撮合交易100亿元左右。

截至2020年初,平台注册会员达到10000多户,企业会员800家左右,商品发布信息21000多条。

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 刘云鹤



复工后机器24小时不停转。

来说,复工初期也因物流问题,只能承接淄博周边的订单。

如何让流通环节经得住风吹雨打?早在疫情前,王华和团队就在筹建区域性物流加工配送中心,解决流通对钢铁行业的限制。

王华介绍,工业材料不是常规的物流配送能实现的,需要很多运费成本和时间成本,产品虽然价格高,但利润空间却很小。要去掉这部分成本,需要在一定的轴半径里设仓储中心,既节省成本,又克服时空限制,“比如以哪个城市为中心服务方圆300公里。”

王华认为,除了线上信息资源整合、线上交易和资金划拨,线下的剪切加工物流配送系统,会是未来钢铁电商发展的主要趋势,“这次疫情很明显,受空间制约,如果各地有仓储加工配送中心就不一样了。”

化零为整拼成大单 寻找特色生存之道

拼钢网的拼字,通俗讲就是拼团购。拼钢网不是单纯的第三方平台,最大特色还是自营业务,和普通的中间加工商最大的区别是,可以通过整合个性化需求,小单拼成大单。企

业虽身处传统行业,却找到独特的生存之道。

王华介绍,目前,市场上不锈钢生产设备利用率仅有60%,很多厂家设备闲置,而一些有个性需求的终端加工商却联系不到个性化的钢板生产厂家。不过,这些有个性化需求的加工商所需的钢板模型又有共性,只要将这些需求共性聚合到一起,就可以实现规模化、标准化生产。

在不锈钢这样的传统行业,经营模式一直处于封闭状态,以资源为王,讲究代理机制。终端制造商如果跨着代理商,钢厂是不会合作的,因为量太少,相对的,终端制造商的个性化需求也

得不到满足。“一个单位需求100吨,钢厂不搭理你,那10个单位凑在一起呢?这就出来了拼团购。”王华说,“我们通过平台整合,从个性化需求里找到共性向钢厂下单。”

王华以淄博周村区的电热锅厂家举例,几百家制造商都是小的家庭作坊,一个锅卖100多元,甚至很多是过磅卖,一个锅只挣7毛钱,而品牌锅能卖到400多元。为什么那么多电热锅不能做品牌?不是不想做,是没有利润空间。品牌电热锅有实力和钢厂谈,包括规格材质等个性化需求,假如小品牌一个月才用10吨钢,10吨怎么能跟200吨比?钢厂根本不搭理你。

山东发布“分餐制”与无接触供餐地方标准 全国首发,倡导“分餐位上”“分餐公勺”“分餐自取”就餐新风尚

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 张召旭

3月17日,省商务厅、省文旅厅、省市场监管局、省旅促会在济南市舜和国际酒店联合召开《餐饮业分餐制设计实施指南》《餐饮提供者无接触供餐实施指南》标准推广暨经验交流现场会,共同推动、发挥“分餐制”和“无接触供餐”的标杆引领作用,提高酒店、餐饮企业科学管控能力和消费者卫生进餐水平。

当前,餐饮行业复工复产面临着双重压力,一方面,随着各企事业单位陆续复工复产,单位用餐需求增加,需要餐饮服务单位落实好

疫情防控措施,保障餐饮食品安全;另一方面,餐饮行业自身的复工复产,需要采取有效措施提振市场消费信心,助力餐饮业回暖复苏。在此背景下,由山东省商务厅提出,山东省市场监管局紧急下达了《餐饮业分餐制设计实施指南》《餐饮提供者无接触供餐实施指南》两项山东省地方标准计划,并启动标准制定发布快速程序。

《餐饮业分餐制设计实施指南》地方标准,是目前国内发布的首个餐饮分餐制的省级地方标准,首次总结提出了“分餐位上”“分餐公勺”“分餐自取”三种模式,并创新提出“首倡家庭分餐”的理念。

变革对服务方式变革的推动,也将促进整个餐饮配送行业运营模式的改变,同时,也为其他行业探索开展“无接触服务”提供了有益参考,引领消费新模式、新业态。

省商务厅副厅长王洪平指出,省商务厅作为餐饮行业的主管部门,很高兴看到省旅促会和舜和酒店集团创造的先进经验,全力支持省旅促会开展向舜和“分餐制”学习的决定。希望酒店、餐饮行业团结起来,认真推广实施山东省地方标准《餐饮业分餐制设计实施指南》。

省市场监督管理局二级巡视员郭大雷指出,疫情发生以来,山东省市场监管局陆续推出18条措

施,多方面服务和支持企业复工复产。通过对分餐制标准的宣贯推广,必将对山东省餐饮行业进一步树立分餐制理念、践行分餐制措施发挥重要作用。下一步,希望政府、部门、企业、公众各个方面携起手来,为深入落实餐饮分餐制,提高全面健康水平做出积极努力。

在统筹做好疫情防控和经济社会发展的关键时期,省旅促会号召各酒店、餐饮单位学习舜和酒店集团勇于创新、善于作为的精神,协同努力,共创餐饮产业发展的新局面,引领文明餐饮的新风尚,重振餐饮行业新气象,为统筹抓好疫情防控和经济秩序恢复做出应有的贡献。