菜鸟国内供应链总经理帅勇：

数字化是全链路绿色物流的基础

北京商报：近几年菜鸟在物流各环节上不断探索绿色化、减少碳排放并取得一定成效，您认为菜鸟实现这些目标背后的核心能力是什么?能否举一个例子?

帅勇:以雀巢为例,菜鸟为雀巢提供的一系列绿色供应链措施正在逐步推行,包括在雀巢工厂对商品做订制化包装来减少塑料材料的使用；在工厂里使用绿色智能周转箱,降低纸箱的消耗;在仓库内把多个销售渠道的商品进行统一库存管理，并使用智能工具进行预测和作业，减少频繁调拨带来的交通能源消耗；通过算法为商品订单匹配合适箱型,减少包装物的浪费;推广原包装发货，减少二次包装带来的新材料使用;在菜鸟驿站进行包装物回收;通过菜鸟裹裹上门回收咖啡胶囊等特定包装材料等等。

形成从生产源头、仓储配送到末端回收在内一套完整的全链路绿色物流能力，这是菜鸟践行绿色行动的基础。雀巢等一批跨国企业已经把菜鸟绿色方案作为在中国市场的首选，已有越来越多的商家选择和菜鸟在绿色领域开展合作。

北京商报:在您看来,哪一个环节面临的挑战最大?又是如何解决的?

帅勇:库存预测是企业供应链管理的重要组成部分。过去,雀巢中国像很多企业一样,从工厂到仓的供应链,与从仓到消费者的供应链脱节,这样时常会导致工厂与仓的协调不畅，导致运输车辆排队，占用过多仓库、车辆和人力,既浪费也不环保。

雀巢与菜鸟的合作始于五年前，重点就在“全渠道一盘货”的战略方向,通过菜鸟上线的“智能供应链大脑”(DSCC),雀巢销售的全渠道商品状况都可以实时展示并自带智能算法分析，可以提前在不同的仓精准备货,防止卖断货或者库存积压,现在雀巢天猫官方旗舰店的库存周转天数已经大幅下降40%。

今年，雀巢和菜鸟绿色合作的重点会放在“回收”上。绿色回收涉及到的参与主体、环节和场景都比较复杂,目前传统的社会回收体系效率并不高。菜鸟驿站覆盖全国31个省市区,自身具备“存、取、寄”快递的日常场景，可以引导消费者把纸质和塑料包装在驿站留下,推行“按需上门”后站长也成为了一个重要的回收主体。

但这还不够。商品包装材质种类丰富,比如玻璃瓶、铝罐等等寄件人无法直接复用,就需要菜鸟裹裹用专门的运力上门回收。此外日常消费者的绿色宣导也相当重要,如何激励他们培养回收、环保的习惯,这也是“菜鸟海洋”公益互动在攻坚做的事。

北京商报：此次尝试在供应链管理层面带给您哪些启发和经验？菜鸟是否会将该合作模式向其他领域的品牌商推广？

帅勇：雀巢和菜鸟的供应链合作是全方位的，其他的品牌商家对菜鸟供应链服务的需求也在快速增加。今年,菜鸟会大步推进对商家、产业带工厂提供产业供应链服务。在国内的制造业产业带,我们将供应链服务做到工厂，为实体经济降本增效贡献一份力量。

此外,菜鸟数字化供应链也会继续在全球快消领域加大布局。比如徐福记正在借助菜鸟全球领先的RFID技术,将自己的产品进行“数字化”,升级供应链体系。

北京商报:包装标准化、绿色化成为大势所趋，下一步菜鸟和物流合作伙伴在包装减量上会有何计划?

帅勇:接下来,菜鸟会给商家提供一体化的绿色包装解决方案，这包括电商直发包装(原箱发货)、无塑包装、循环箱使用等等。从去年“双11”起,菜鸟就和500多家品牌商家合作推动原箱发货，有效减少了二次包装和过度包装的情况。

菜鸟在6月初也推出了“绿链计划”,希望依托菜鸟自身的智慧供应链服务优势，来推动B端即商家供应链环节的循环箱体系。这套体系的关键是要建立某些相似行业的循环箱生态协同标准。