



超市： 供应链全线改革

当疫情影响逐渐减弱,不少行业恢复正轨。但超市仍在消化着不可逆的改变。在以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局下,产品和消费品质的升级尤为关键,超市行业也在对供应商、原料商、生产工厂、物流商、顾客等全价值链进行改革。

■ 布局产地仓

在以国内大循环为主体的新格局之下,产品和消费品质的升级尤为关键。11月16日,阿里数字农业西安集运加工中心正式开仓,时令苹果是仓内的主品类,一个卖相和口感俱佳的苹果通过电商流向市场前,要经过重重筛选。当供应链实现数字化后,对传统的保鲜、分级、分选、包装、发货等环节实现数字呈现。

每天上午10点,西安仓准时准点开始运转,打包好的成箱苹果通过物流抵达消费者家中。西安仓是产地仓,但也具备销地仓的功能。今年“双11”期间,尚处于试运营期间的西安仓主要吞吐了新疆阿克苏、甘肃花

牛、陕西洛川三种苹果。9个小时内涌进超过20万个农产品订单,远超日处理15万单的极限。仓内16条智能分选、打包线全部启动,平稳度过流量洪峰。

对于热衷于推行“产地仓+销地仓”模式,目的即砍掉中间环节,确保商品尽快到消费者手中。产地仓只是作为一个商品中转、包装的中心,在完成各项安检后,将进入到各大超市、便利店、水果店销售。今年6月30日,盒马事业群总裁、阿里巴巴数字农业事业部总裁侯毅也曾宣布,将在全国建设五大农产品数字化产地仓,作为农产品网络供应链中枢。其中,云南、广西两仓已开始启用。