



熱烈慶祝

# 香港回歸25周年

灣區無限好  
邁向新時代



供  
应  
链  
管  
理

# 供应链管理

SCM  
VOL.008  
2022第3期

P09

怡亚通第三次进攻：向高端供应链迈进

P24

“怡”心守“沪”，稳链保供 | 怡亚通物流上海抗疫实录

P31

学中国式精准扶贫经验，浅谈怡亚通组织变革的优越性

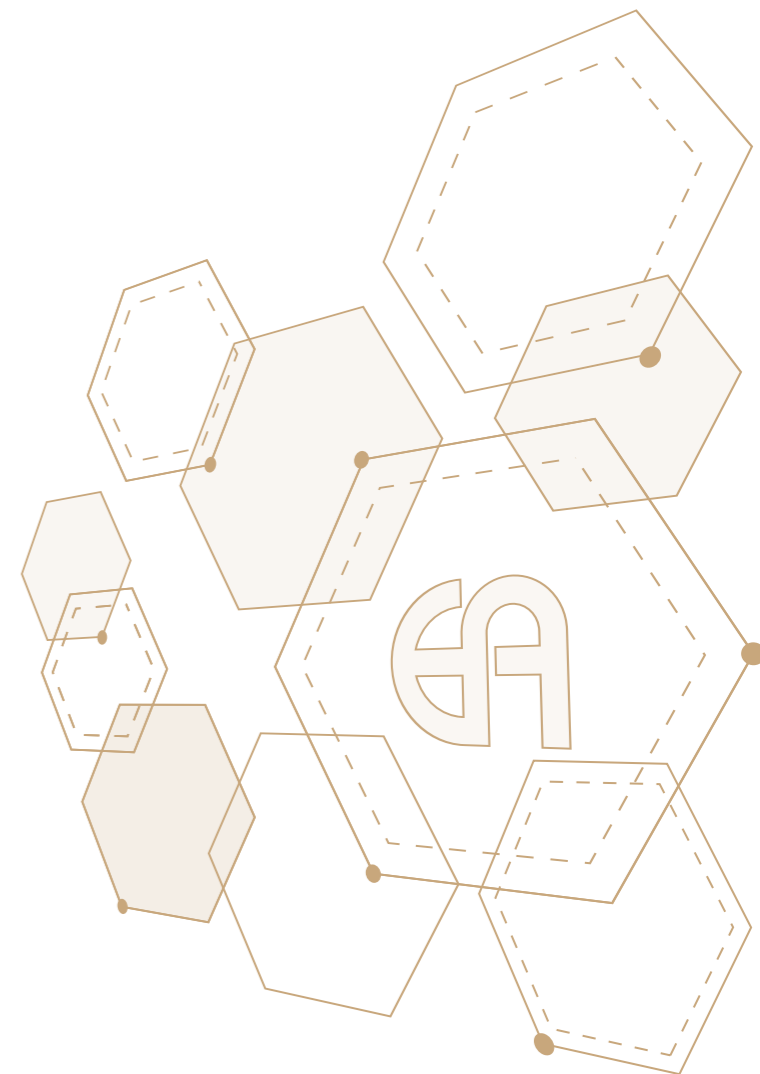
P45

全域“1+N”，满足需求，更创造需求

本期重点

P14

构建统一大市场  
需要供应链平台



VOL.008 2022 第3期



主办单位：深圳市怡亚通供应链股份有限公司

# 超越自我， 开创奇迹与未来！



2022年是怡亚通“整合供应链”模式实现超越的黄金窗口，怡亚通人必须以“超越”为目标，持续推动组织和模式的创新实践，超越自我，超越过去，走向胜利，走向成功！

——周国辉董事长



在过去的几年里，怡亚通在市场的竞争中存活了下来，且突破了千亿业绩规模，这是怡亚通顺应趋势、内外兼修的成果，是怡亚通人引以自豪的底气。

外练“整合之道”，在政府、深投控和各地国企的支持下，怡亚通供应链思维和业务正在全国各地欣然绽放。

内修“创新之魂”，怡亚通奠定了大客户1+N、中小企代采、采销整合运营、企业数字化、互联网营销、品牌运营、投融资、政企采购、跨境及物流九大业务齐头并进的发展新格局。

有品牌、有创新、有技术、有强力支持，如今正是怡亚通超越自我、超越过去、走向胜利、走向成功的黄金窗口。

如今，市场竞争持续加剧，不仅是怡亚通寻求变革，我们的合作伙伴也在寻求变革。在发展机遇面前，怡亚通人要全面提升执行力、创新力、突破力，不遗余力推动商业模式实施、发展数字化平面进攻型组织，构建强大数字化系统，建立一个万亿级的供应链商业生态圈。

平庸创造不了奇迹，守旧无法开创未来！

创造利润、不断超越，这是企业的航行线，也是企业的生命线。

新时期的怡亚通，要将资金驱动彻底转变为科技驱动、能力驱动、整合驱动、营销与产品驱动，践行怡亚通商业模式定位——以物流为基础，以大客户1+N模式为载体，以品牌运营和采销运营为核心的“整合型综合运营服务商”，打造“前台主战、中台主攻、后台主撑”的数字化平面进攻型组织，将实现集中标准化管理，以共享化提升组织效能，为客户提供更好服务，提升利润水平，实现高质量发展。

2022仅余半载，期待全体怡亚通人联合所有合作伙伴，全力以赴夺回上半年受疫情影响的时间和业绩，争取在能力、创新、管理、营销、业务和组织上的全面超越，超越自我，超越过去，走向胜利，走向成功！

# 目录 CATALOGUE

## CONTENTS 07 供应链前瞻 07P-09P

- 07 | 怡亚通新时期  
领导“1+5”模型
  - 管理者的5项能力
- 09 | 怡亚通第三次进攻  
向高端供应链迈进
  - 整合、融合、联合在大消费、大科技、新能源、医疗行业、化工行业、工业原材料、新基建、矿产资源等行业的精英及团队

## CONTENTS 10 供应链动态 10P-26P

- 10 | 政策观察
  - 习近平总书记关于物流与供应链的重要论述汇编
  - 深圳财富管理超23万亿，委员建议加快打造国际财富管理中心
  - 构建统一大市场需要供应链平台
- 16 | 行业动态
  - 国家密集出台举措，着力尽快打通产业链供应链的堵点卡点
- 18 | 怡亚通新闻
  - 怡亚通与深圳天使母基金战略合作签约
  - 奋战!北京抗疫保供第一线
  - 一封来自上海市政府的感谢信
  - “怡”心守“沪”，稳链保供  
怡亚通物流上海抗疫实录

## CONTENTS 29 供应链创新 29P-34P

- 29 | 怡通数科携手抖音千万粉丝  
大V“全说商业”小试牛刀
  - 2022年5月13日，怡通数科携手千万粉丝大V【全说商业】在抖音直播平台上“小试牛刀”，这一试，就试出了单场近200万的GMV
- 31 | 学中国式精准扶贫经验，  
浅谈怡亚通组织变革的优越性
  - 现在，摆在怡亚通面前的不是“脱贫”，而是如何“创新再突破”，取得第三次进攻的全面胜利
- 33 | 怡亚通周国辉：  
实现“资本+产业”双轮驱动
  - 加大产业驱动力度，提升资本市场信任度
- 35 | 品牌营销难？  
怡亚通“酱酒+OBM”模式新解法
  - 怡亚通在与大唐取得合作之后，率先在白酒产业提出OBM项目模式，聚焦酱酒供应链整合服务

## CONTENTS 37 供应链科技 37P-43P

- 37 | “怡通e融”正式上线
  - 集团资金部紧跟集团战略，主动深入业务前线，与【联易融】联合搭建供应链金融服务平台——怡通e融
- 39 | 科技之力，  
数字化组织为怡亚通插上腾飞之翼
  - 过硬的团队能力，在数字化加持之下焕发新价值，这条路同样适合怡亚通
- 41 | 数字化转型，  
赋能碳酸钙产业迈入创新突破新阶段
  - 产业供应链数字化平台  
助力贵州碳酸钙迈向千亿产业
- 43 | 200天，实现增收转型：  
怡通天下100区域独角兽计划
  - 面向国内快消行业的区域型经销商、垂直品类经销商、二级批发商三类客群提供专项扶持政策，包括“200天成长扶持计划”及“品牌商深度分销-全程陪跑服务”

## CONTENTS 44 供应链1+N 44P-46P

- 44 | 兵团作战，  
不负信任!
  - “尽锐出战”高效协同，  
将“不可能”变为“我可以”
- 45 | 全域“1+N”，  
满足需求，更创造需求
  - 为了更好地迎接时代数字化变革，  
怡亚通深度挖掘市场需求，唱响“1+N”服务主旋律

## CONTENTS 47 产业供应链 47P-50P

- 47 | 神速! 怡亚通&金岭集团  
综合商业合资公司完成注册
  - 怡亚通集团与广东金岭糖业集团旗下全资子公司  
广东金港糖业有限公司签署战略合作协议
- 48 | 怡亚通完成增资控股山东宝银，  
开启铝产业供应链发展新格局
  - 增资扩股完成后，山东宝银注册资本  
将由1000万元变更为3000万元
- 49 | “怡亚通APP”数字产业供应链服务平台，  
打造产业园区和产业集群数字化转型利器
  - 数字经济是全球未来的发展方向，  
是推动世界经济发展的重要动能

EAtea  
怡亞通



# 日月同辉 臻礼新选

怡亚通&曦瓜联名大红袍

硬核好茶，体面首选

非遗传承人主导研制

特级原料，稀有珍贵

武夷岩茶核心正岩产区



臻礼新选

主办单位 深圳市怡亚通供应链股份有限公司

总 编 周国辉

编 委 会 陈伟民 李程 黎倩仪 邱普 王辉  
王欢 周升宝

主 编 黎东标 廖雅莲

编 辑 向克 蔡盛洁

本期撰稿 宋霜霜 干怡怡 赵月明 林善贤  
刘烨华 陈桂香 周国梁 黎羽  
余庭峰 郭业华 谢心悦 杨晶

# 供应链管理



2022年第03期  
(内部资料 免费交流)



探索供应链  
前沿思想余趋势  
了解怡亚通最新服务与动态



欢迎关注怡亚通官方微信

\*本刊发表的文章仅代表个人观点 Points In This Publication Only Represent Personal Views.

-EA出品，必为精品-



招商热线

郑女士 159 8974 1118

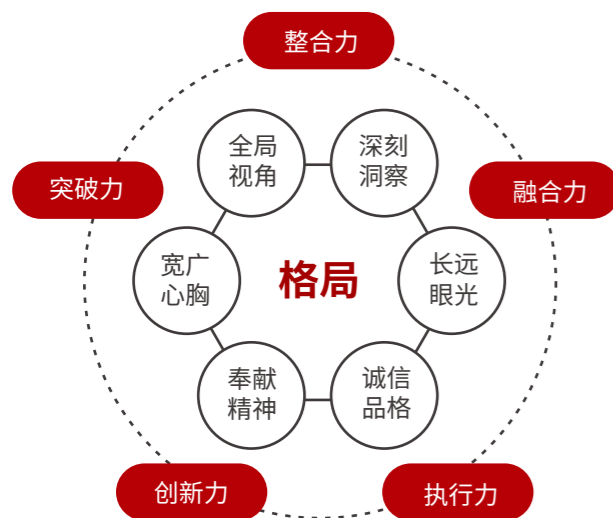
# 怡亚通新时期 领导“1+5”模型

文 | 宋霜霜

怡亚通已经完成发展史上的两次进攻,正式开启第三次进攻的新时期,向高端供应链迈进,以实现怡亚通的高质量发展和生态共赢。

组织变革、模式创新、管理提升是赢得第三次进攻的三大核心要素,我们不仅要全力开辟新战场、开拓新业务,也要在内部管理上发力,特别是我们的中高层管理团队,必须自己带动自己,主动变革,不断提升能力,不断超越自我。

今天,我们提出怡亚通新时期领导力“1+5”模型,要求每个怡亚通的管理者都应该具备**“格局+整合力、融合力、执行力、创新力、突破力”**,才能成为怡亚通合格乃至优秀的管理者,才能带领团队走向胜利、获得成功!



管理者的六维格局与五项能力

管理者要从六个维度培养格局思维,即全局的视角、深刻的洞察、长远的眼光、诚信的品格、奉献的精神、以及宽广的心胸。

## ◎ 全局的视角

凡事要站在全局的高度去观察和审视问题

让整体的利益远远大于部分人的损失,就是正确的选择。有大格局的领导者,在面对问题时总是能顾全大局,在更高的层面上去观察、思考和决策。当我们对一个问题产生纠结或者不知道该怎么选择和判断的时候,不妨把镜头拉远,在时间和空间的维度上放大你的观察视角,纵览全局,或许答案就更清楚了。

## ◎ 深刻的洞察

凡事要进行深入的思考,找出表面现象之后的事物本质

无论是战场、商场还是职场,所有的竞争从表面上来看,好像是资源、信息和知识层面的竞争;可实际上,却是在人格、认知、以及格局上的竞争。一个有大格局的人,在做决策的时候会进行更深入的思考,忽略掉一切不重要的表面因素,找到问题的关键。

## ◎ 长远的眼光

做决策时要把眼光放远,活在未来

我们不能因为一时的利益而改变战略,这是一种长线思维,或者说是一种面向未来的思维方式。你能看到多远的未来,就能达到怎样的高度。

## ◎ 诚信的品格

诚实守信、品格端正,是一切事业的基础

一个企业要成长为一个伟大的企业,最底层的决定性因素,并不是公司的技术、战略和管理能力,而是企业一直以来所持守的道德理念、诚信原则,以及一种利他主义的商业价值观。只有诚实守信、道德良好、品格端正、具有正面价值观的人和企业,才能获得长久的成功,以及可持续的发展。

## ◎ 奉献的精神

奉献创造价值,同心创造奇迹

奉献就是对企业和事业的爱和全身心地付出,是一种高尚情操的行为表现。我们要有成就主义,帮助别人就是帮助自己,成就别人就成就自己,要用真心来帮助需要帮助的同事、成就上下游客户。我们每个人都要有奉献有大爱的精神,海纳百川、厚德载物,具备更高的格局,同心奉献社会与供应链行业。

## 管理者的五项能力

怡亚通管理者必须不断精进自身的认知和管理能力,以五项能力要求自己、培养团队。

### 1 整合力

整合一切能整合的资源,团结一切能团结的力量。怡亚通要整合行业资源、人脉关系,打造团队的营销能力,赢得目标客户、合作伙伴、行业精英等的认同、信任,乃至加盟合作。

### 2 融合力

包括组织发展力、沟通能力、说服能力。管理者要以身作则,使客户、行业精英、合作伙伴、团队等认同怡亚通文化及价值观,真心实意与怡亚通携手发展,最终建立长期战略合作伙伴关系,共同做大做强

## ◎ 宽广的心胸

胸怀的宽度,决定事情的高度

管理者应心胸开阔,要有容人的度量,不计较个人恩怨得失,不搞无原则纠纷;要虚怀若谷,摒弃私心偏见,善于听取各方面的意见,集思广益;要不拘小节,大事讲原则,不为琐事所累,能分清轻重缓急。只有胸怀宽广者,才能凝聚一切可以团结的力量,调动一切可以调动的积极因素,为实现目标服务。

### 3 执行力

业绩就是我们的尊严与荣耀。怡亚通倡导目标管理、结果导向,我们的管理者必须带领团队雷厉风行,说必行、行必果,战必胜、攻必取,相信“方法总比困难多”,具备“有条件要上,没有条件创造条件也要上”的解决问题的能力。

### 4 创新力

创新是企业持续发展的灵魂,创新变革使怡亚通与众不同。怡亚通管理者要以客户为中心,具备创新组织、创新产品、创新模式、创新营销等创新能力,打造我们的核心竞争力。

### 5 突破力

怡亚通管理者在具备了以上四大能力的基础上,还要团结更大力量,运用巧妙灵活的战术,凝心聚力、升级突破、增长业绩,创造新的奇迹、创造历史!

**怡亚通领导力**  
是符合新时期怡亚通战略文化导向的最佳选择,  
是怡亚通管理者带领团队发起第三次进攻的有效方法论。

# 怡亚通第三次进攻 向高端供应链迈进

商场如战场，怡亚通自1997年成立发展到现在，发动了两次大规模进攻战，经历了三次转折点，每一次都凭借全体员工同心同向的信念、艰苦卓绝的创新，赢得胜利。

今天的怡亚通正在开启发展史上最重要的第三次进攻——向高端供应链迈进，推动供应链改变中国，创建万亿生态。

## 第一次进攻 开创供应链服务模式

怡亚通成为了供应链服务行业先驱，并成功上市，带动了整合行业的发展。

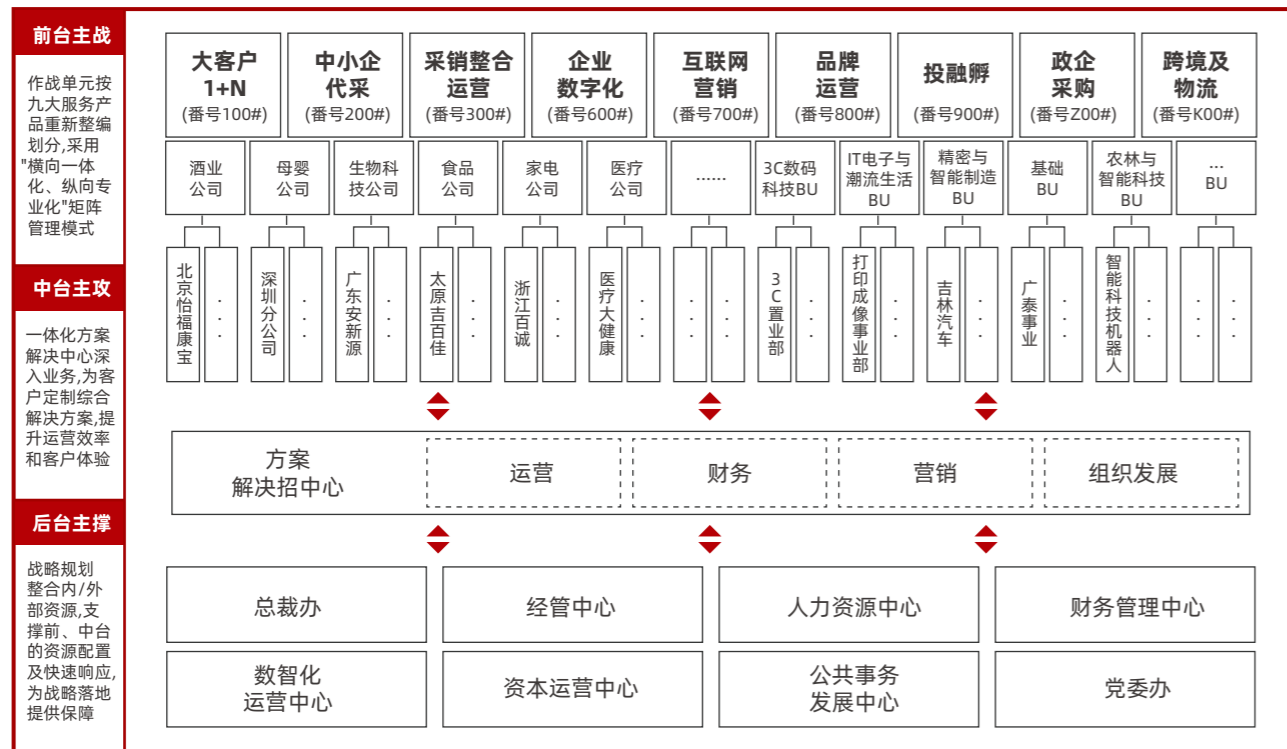


图-组织变革

## 第二次进攻 开启供应链商业生态

整合发展380新流通，成功建立覆盖全中国的深度分销网络，从服务型企业发展为平台型企业。

## 第三次进攻 向高端供应链迈进

### 其一 组织变革

以数字化运营模式，建立前台主战、中台主攻、后台主撑的数字化平面进攻型组织。

### 其二 模式创新

深耕供应链+产业链，打造“机场+航空公司”模式，联合各地国企，整合产业链及1+n供应链，以九大服务产品推动供应链改变中国，推动怡亚通从1到10的不断突破，实现从1千亿到一万亿业绩飞跃。

### 其三 向高端供应链迈进

向高端供应链迈进，整合、融合、联合在大消费、大科技、新能源、医疗行业、化工行业、工业原材料、新基建、矿产资源等行业的精英及团队，推动商业生态创新发展。

# 政策观察

文 | 蔡盛洁(整理)

## 习近平总书记关于物流与供应链的重要论述汇编



**要点** 《论述汇编》梳理了2013年至2021年，习近平总书记关于物流与供应链行业的重要论述，从确立现代物流产业地位、关注物流降本增效、重视物流基础设施建设、支持现代供应链形成新动能、维护产业链供应链安全稳定、维护从业者合法权益等6个方面进行了汇编。

**解读** 供应链作为链接上下游，促进产业链协同发展与良性循环的重要支撑，其现代化发展受到习近平总书记的高度重视，先后在在中央政治局会议、中央经济工作会议、党的十九大等重要会议上对供应链与物流发展做出重要论述，引领现代供应链与物流发展方向。各级政府、协会、企事业单位、高等院校围绕制定现代物流发展规划、持续推进物流降本增效、重大物流基础设施建设、积极推进供应链创新与应用、推动物流业制造业深度融合、推进智慧供应链和数字化转型、重视绿色低碳供应链发展、确保物流畅通与产业链供应链稳定等作出重大决策部署、提出发展建议或积极贯彻实施，共同推动高效、协同、智慧的供应链体系建立，提升我国经济的全球竞争力。

## 国务院关于印发 扎实稳住经济一揽子政策措施的通知



**要点** 《通知》以“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全”要求为出发点，旨在加大宏观政策应对力度，推动经济平稳增长，在财政、货币金融、稳投资促消费、保粮食能源安全、保产业链供应链稳定、保基本民生等6个方面推出33项措施。并明确要推动一揽子政策措施尽快落地见效，确保及时落实到位，尽早对稳住经济和助企纾困等产生更大政策效应。在保产业链供应链稳定政策方面，特别强调完善交通物流保畅通政策、统筹加大对物流枢纽和物流企业的支持力度、加快推进重大外资项目积极吸引外商投资等具体举措。

**解读** 今年3月中旬以来，受国内多点散发疫情以及乌克兰危机等因素的影响，我国经济发展环境的复杂性、严峻性、不确定性上升，稳增长、稳就业、稳物价面临新的挑战。为此，国务院出台《扎实稳住经济一揽子政策措施》，推动经济平稳增长。在政府网站设立专题，从各方面对政策落实的方向、成效等进行解读。涉及如何有效投资、盘活存量资产，用好中小微企业纾困解难“组合拳”，畅通产业链供应链措施，稳外贸、稳外资行动，确保重要民生商品保供稳价等一系列问题及应对举措。同时各省市纷纷出台“工作方案”，推动政策的落地实施，发挥更大的政策效应。并联合行业协会商会，发挥其在扎根行业、服务企业、辅助政府、凝聚合力的优势，助力一揽子政策的迅速落地生效。

## 中共中央 国务院 关于加快建设全国统一大市场的意见



**要点** 《意见》从全局和战略高度明确了加快推进全国统一大市场建设的总体要求、主要目标和重点任务，围绕强化市场基础制度规则统一、推进市场设施高标准联通、打造统一的要素和资源市场、推进商品和服务市场高水平统一、推进市场监管公平统一、进一步规范不当市场竞争和市场干预行为等6个方面提出23条工作措施。特别提出优化商贸流通基础设施布局，加快数字化建设，推动线上线下融合发展，形成更多商贸流通新平台新业态新模式；培育一批具有全球影响力的数字化平台企业和供应链企业，促进全社会物流降本增效等具体举措，完善现代流通网络建设。

**解读** 近些年，国家高度重视统一大市场的建设工作，多次强调我国迫切需要加快建设高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场，促进商品要素资源在更大范围内畅通流动。建设全国统一大市场已经成为构建新发展格局的基础支撑和内在要求。《意见》坚持问题导向、立破并举，从立的角度抓好“五统一”，制度建设着眼，明确阶段性目标要求，压茬推进统一市场建设；从破的角度，明确要进一步规范不当市场竞争和市场干预行为，加快清理废除妨碍统一市场和公平竞争的各种规定做法。在现代流通网络建设中，更加强调商贸基础设施布局、物流枢纽、第三方物流、应急物流、综合立体交通网等基础服务保障，为实现我国市场由大到强的战略安排走向纵深发展，形成国内超大规模市场“新比较优势”奠定发展基础。

## 关于做好2022年降成本重点工作的通知



**要点** 《通知》统筹疫情防控和经济社会发展，聚焦实施新的组合式税费支持政策、加强金融对实体经济的有效支持、持续降低制度性交易成本、缓解企业人工成本上升压力、降低企业用地房租原材料成本、推进物流提质增效降本、提高企业资金周转效率、鼓励引导企业内部挖潜等措施，持续加大助企纾困力度，明确了2022年降低实体经济企业成本工作部际联席会议将重点组织落实好的8个方面26项任务。

**解读** 《通知》延续了国务院《降低实体经济企业成本工作方案》的政策框架，多角度、全方位制定措施帮助企业减轻成本负担，在当前百年变局和世纪疫情相互叠加的复杂局面下，具有重要意义。《通知》紧扣当前经济平稳运行面临的突出困难与问题，提出了系统全面、重点突出的应对举措：将减税与退税并举，以提高减免幅度、扩大适用范围、改进增值税留抵退税制度，增强市场主体活力；注重总量与结构并重，加强金融对实体经济的有效支撑；兼顾当前与长远发展，以推动税费、融资、物流、用工等显性成本稳中有降，制定政策降低制度性交易成本，双管齐下营造实体经济良好发展环境；支持外部和内部并济，在有效降低企业外部成本的同时，鼓励企业应用数字技术、绿色技术，实现实体经济企业降本增效、转型升级。总体推动企业轻装上阵，促进经济持续稳定恢复。

### 商务部等14部门关于开展内外贸一体化试点的通知



**要点** 《通知》要求,力争用3年时间,培育一批内外贸一体化经营企业,打造一批内外贸融合发展平台,形成一批具有国际竞争力、融合发展的产业集群的试点目标。并围绕上述目标,提出完善法规制度、促进标准认证衔接、培育一体化经营主体、打造内外贸融合发展平台、优化内外贸发展环境、创新推进同线同标同质、培养内外贸一体化专业人才等七大试点任务。针对培育一体化市场主体,多次提及涉及产业链、供应链方面的数字化改造、内外贸融合、稳定性和竞争力提升等内容。

**解读** 内外贸是对接国内外市场,畅通国内国际双循环的重要环节。近年来,我国内外贸市场规模日益壮大,已成为全球第二大消费市场和第一货物贸易大国。2021年,我国社会消费品零售总额超过44万亿元,货物进出口总额超过39万亿元。文件中提出“推动商产融合,推进产业链、供应链数字化改造,促进内外贸产业链、供应链融合”“鼓励内外贸企业与国际物流企业战略合作,提升产业链、供应链稳定性和竞争力”“发挥电商平台和第三方服务机构在大数据、供应链、营销渠道等方面优势,进一步打通国内外市场和交易各环节,丰富应用场景,为市场主体拓展内外贸业务提供支撑”……供应链深入一体化试点工作,成为市场主体充分利用国内国际两个市场、两种资源主要途径之一,对提升内外贸高效运行,推动构建新发展格局具有积极意义。

### 广东省人民政府关于印发中国(韶关)等8个跨境电子商务综合试验区实施方案的通知



**要点** 《通知》肯定了建设跨境电子商务综合试验区(以下简称“综试区”)是推动广东省贸易高质量发展的重要意义,强调要抓好韶关、河源、汕尾、阳江、清远、潮州、揭阳、云浮等8个跨境电子商务综合试验区建设工作,从发展目标、主要建设任务和主要创新举措等角度,结合每个地市的产业特色,“量身定制”不同的发展路线,推动形成制造、交易、集货、支付、物流、结算、结汇等全产业链“闭环式”生态圈,推动贸易高质量发展。

**解读** 广东是外贸大省,“十三五”期间,广东跨境电商进出口额从228亿元增长至3310亿元,增长13.5倍。今年2月,国务院印发《关于同意在鄂尔多斯等27个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区的批复》,其中,广东省8市获批,实现全省21个地级市综试区全覆盖。此次《通知》聚焦当地产业特色与区位优势,打造不同的特色化跨境电商功能区。清远、潮州、汕尾、云浮、河源等地级市分别围绕有色金属、应急物资(药品)、农业、文化旅游、文化艺术、珠宝首饰、金属智造、石材(建材)、现代农业、品牌打造等,形成跨境电商发展聚集区。韶关、阳江、揭阳等地级市凸显物流服务功能,分别以“清关中心”“商贸物流中心”“货物集散中心”作为区域增长极,辐射周边地区,打造跨境物流枢纽。8个综试区以各自行动“蓝图”,以点带面,链接金融、物流、电商平台、外贸综合服务企业,从监管、产业、服务三个层次打造跨境电商全产业链闭环生态,并逐步为我国争取跨境电商领域国际规则话语权奠定发展基础。

### 工业和信息化部细化实化各项举措 坚决落实全国保障物流畅通促进产业链供应链稳定电视电话会议部署要求



**要点** 工信部围绕“民生要托底、货运要畅通、产业要循环”的工作要求,细化实化各项举措,提出抓实落细重点产业链供应链“白名单”制度、加强通信大数据对畅通物流的精准支撑、落实落细中小企业帮扶政策、抓好重点医疗物资和生活物资供应保障四项具体措施,确保重点产业链供应链稳定畅通和企业正常生产经营。其中,特别针对汽车、集成电路、消费电子、装备制造、农用物资、食品、医药等重点产业链龙头企业,提出建立日调度机制,发挥产业链供应链畅通协调平台作用,加强前后方协同、上下游衔接,强化部省联动,保障重点企业稳定生产和重点产业链运转顺畅。

**解读** 今年3、4月份,我国吉林、深圳、上海等多地相继出现疫情反复,在此背景下,在北京召开了全国保障物流畅通促进产业链供应链稳定电视电话会议。会议中,部署了牢固树立以人民为中心的发展理念、建立健全物流畅通保畅工作机制、全力保障运输通道畅通、优化货车通行管控政策、加快推广使用统一互认的通行证、切实加强重点服务保障、着力减轻物流企业和人员负担、严防疫情传播风险等十项重要举措,将保通保畅放在全局工作的重要位置。工信部迅速围绕电视电话会议内容,针对打通产业链、供应链的堵点卡点,提出抓实落细重点产业链供应链“白名单”制度,精准高效的对接企业需求,通过打通数据链、信息链、要素链,解决产业链供应链企业间信息孤岛、协作效率低下的问题。畅通产业链供应链循环不仅成为疫情下关注的重点,也是确保经济稳定运行的保证。

### 广东省人民政府办公厅关于印发广东省港口布局规划(2021—2035年)的通知



**要点** 《规划》将构建以珠三角港口集群为核心,粤东、粤西港口集群为发展极的“一核两极”发展格局为目标,提出了广东省港口的总体布局、重要客货运输系统布局方案和保障措施。深化广州、深圳两大国际枢纽海港的战略定位和发展导向,明确以广州、深圳、珠海、汕头、湛江、佛山、肇庆、清远为主要港口,其他港口为地区性重要港口的多层次港口发展格局,推动港口错位发展、分工协同、优势互补。

**解读** 2021年广东省港口完成货物吞吐量20.96亿吨,占全国港口总吞吐量的13.5%,完成集装箱吞吐量 7078 万 TEU(位居全国首位),其中深圳港、广州港集装箱港口排名分列全球第四、第五名。逐步形成了以主要港口为引领、地区性重要港口共同发展的总体格局。《规划》明确各港口功能定位,将打造协调发展的多层次发展格局、构建具有国际竞争力的区域港口集群、建立顺畅高效的集疏运体系、提升港口公共基础设施保障能力,作为构建协同高效的现代港口体系的基本途径,并提出构建辐射内外的集装箱运输系统、保障充分的能源矿产资源运输系统、舒适便捷的客运系统、安全可靠的滚装运输系统等四大重要客货运输系统。多措并举,加速推动以粤港澳大湾区为核心的世界级港口群的形成。

## 深圳财富管理超23万亿, 委员建议加快打造国际财富管理中心

文 | 南方都市报

财富管理是现代金融的核心功能之一,也是国际金融中心城市的“标配”。改革开放40多年来,我国居民积累起巨大财富,财富管理规模已达130万亿,成为各类机构、各大城市抢先布局的“新蓝海”,而深圳的财富管理规模也已超23万亿。4月10日,政协第七届深圳市委员会第二次会议开幕,大会发言环节,市政协委员(民革界别)陈伟民建议,深圳加快打造国际财富管理中心。

### 01 基础优越

#### 深圳已成财务“聚宝盆”,经济总量、资管规模均领先

按照市第七次党代会、市“十四五”《规划纲要》有关“建设全球金融创新中心”的战略部署,在深圳金融业高质量发展“十四五”规划中首次提出“打造国际财富管理中心”的目标思路。对此,陈伟民建议深圳市强化战略布局,加强市区联动,抓好组织实施,营造良好生态,加快打造国际一流财富管理高地。

作为国内重要的经济金融中心,深圳已成为中国财富的“聚宝盆”之一,发展财富管理的基础条件优越。一是经济实力雄厚。特区建立40年来GDP年均增长20.4%,经济总量跻身亚洲城市前五,人均GDP达17万元。二是资管规模领先。金融机构人民币存款超10万亿,财富管理规模超23万亿,高净值客户群体、居民可投资资产规模庞大。三是金融体系健全。建信、招银、平安等银行理财子公司相继落户,博时基金、南方基金、平安信托、建信保险资管等集聚发展,机构密度居于国内前列,金融产品、机制、模式等创新环境处于全国领先。



### 02 挑战尚存

#### 一线城市竞争激烈,国际机构相对欠缺

但同时,深圳市在财富管理中心建设上也面临不少挑战:各大中城市争相布局、竞争激烈。如北京明确提出“打造成具有国际竞争力的全球财富管理中心”,在争取监管支持、吸引持牌机构等方面不遗余力;上海2021年5月出台《关于加快推进上海全球资产管理中心建设的若干意见》,提出六方面十九条举措;广州提出打造“风险管理中心”,青岛提出打造“财富管理金融综合改革试验区”等。

国际化机构较为欠缺。据不完全统计,上海已有来自13个国家和地区的110家各类外资资管机构,占全国的90%以上;全国31家外商独资私募证券投资基金管理人中有28家落户上海;全球资管规模排名前十的机构均已在上海展业,而深圳仅有一两家。

此外,投资者教育任重道远。由于发展历程相对短暂,居民对财富管理的认识不够成熟,习惯于刚性兑付。投资者教育的深度、广度仍较薄弱。



▲新华社记者 李鑫 摄

北京,2022年贺岁双色铜合金纪念币可进行起兑换,与现行流通人民币职能相同,与同面额人民币等值流通。

### 03 突出特色:

#### 加强港澳合作探索跨境业务, 拓宽各类投资渠道

为此, 陈伟民建议, 为在财富管理“黄金赛道”中赢得先机, 建议把政府引导与市场主导、“有形之手”与“无形之手”有机结合, 夯实基础, 突出特色, 涵养生态。



——陈伟民副董事长

#### ◎ 打好“政策牌”——释放明确的政策支持信号。

市政府制定出台支持财富管理中心建设的专项政策或实施方案, 与金融企业扶持政策、金融科技政策、创投政策以及各区个性化政策等形成合力。

#### ◎ 打好“特色牌”——重点支持布局跨境理财、智能理财。

加强与港澳合作, 探索发展跨境理财、国际理财业务; 争取中央部委支持, 逐步深化“跨境理财通”试点, 并降低投资者准入门槛; 支持人民币国际投资基金发展, 促进跨境投资双向开放。加强金融科技赋能: 鼓励数字人民币、区块链、人工智能在资管领域场景应用, 支持财富机构参与资本市场金融科技创新试点。

#### ◎ 打好“服务牌”——构建适应大资管格局的管理服务体系。

建议在深圳市金融委办公室的地方协调机制等框架下, 加强对银行理财、券商资管、保险资管、公募基金、私募股权等的监管互通合作, 避免风险盲区; 并与港澳金管局探讨合适场景开展“监管沙盒试点”, 推动成立横跨银行、证券、保险、基金和信托等多行业的大资管行业协会, 顺应新时期自律管理的新要求。

#### ◎ 打好“生态牌”——充分涵养财富管理机构集聚生态。

充分发挥深交所的辐射带动作用, 不断拓宽ETF互通、债券通、深港通等投资渠道, 逐步补齐股票股指期货等衍生品短板; 依托香蜜湖新金融中心和前海深港国际金融城等规划建设, 推动打造若干具有品牌效应的财富管理功能区, 大力吸引各类持牌金融机构及其专业子公司的集聚落户; 持之以恒加强对投资者风险教育, 深入推进居民金融素养提升工程, 并从严打击证券违法活动和非法集资行为, 不遗余力地提高群众风险防范意识和水平。

## 构建统一大市场需要供应链平台

○ 文 | 新华社APP

日前, 中共中央、国务院颁布了《关于加快建设全国统一大市场的意见》(以下简称“意见”), 明确建立统一市场制度规则, 打破地方保护和市场分割、打通经济循环关键堵点、促进商品要素资源畅通流动等, 建设高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场的国家战略目标。

对此, 深圳市怡亚通供应链股份有限公司(以下简称“怡亚通”, 证券代码002183)董事长周国辉认为, 国家构建全国统一大市场最大的障碍是相对落后的供应链体系能力以及企业管理中整合、共享供应链思维的缺失。

### 01

#### 低效的渠道, 失控的管理

据调查显示, 即使经过了40多年的高速增长, 国内流通消费市场依然处于相对分散、混乱的格局中, 还不能充分发挥成本、价格、效率等调节作用。以茅台2022年推出的新品“茅台1935”为例, 其公布的出厂价为798元/瓶, 而茅台官方市场建议零售价1188元/瓶, 但经品牌各级、各地经销商层层加价, 以及市场热炒助推, “茅台1935”的市场价一度超2000元/瓶, 如今热度稍有减弱之下, 现货的商家售价依然稳定在1600元/瓶左右, 比茅台官方直供商城i茅台的售价溢价达34.68%。



如果茅台面对的分销与零售渠道是一个全国统一的大市场, 那么“茅台1935”的市场价应该无限接近官方建议零售价才合理, 可见造成部分产品溢价率高企的很重要原因就在于国内市场区域性的政策、成本、规模、效率等割裂所致。而这割裂的市场, 根源就在于“中国流通行业长期存在的散、乱、穷、小的竞争格局”。周国辉进一步解释称, 中国市场拥有10万多家品牌、50万多家代理商分销商、600万多家零售门店, 规模参差不齐, 几乎每一家企业都拥有功能类似的采购、销售、市场、财务、物流仓储等部门团队。品牌商与制造商产能过剩, 产品同质化, 纷纷陷入价格竞争的红海; 分销商与零售商则面临服务资源配置局限、科技含量低下、管理能力不足的困境; 而作为商品流通基础设施的物流行业则长期面临小本经营、重复建设、过度消耗、价格战又愈演愈烈的极端矛盾局面。

### 02

#### 推动“直供&直采”一体化进程

最近10多年来, 移动互联网改变了国人生活, 也改变了企业的营销模式, 但在怡亚通看来, 移动互联网非但没有改善流通业的困境, 恰恰加剧了“散乱穷小”的局面。

因为移动互联网在兴起的初期大大降低了企业的营销成本, 加速了缺乏核心竞争力的小企业甚至是小作坊不断涌现和无序扩张, 加剧了市场割裂与竞争。由于互联网平台将绝大部分的资源聚焦在了营销层面, 并没有深入影响企业运营与财务等供应链核心环节, 所以没有促成企业竞争的多元化, 也就难以促进中国流通业的升级转型。

怡亚通认为供应链平台是企业上下游协同、交易的桥梁与纽带, 是提效降本增强核心竞争力的最有效抓手。怡亚通共享供应链平台至今已运营20多年, 流通服务网络覆盖全国320多个城市的200多万家终端门店, 是一家具备全国市场服务能力的供应链龙头, 可以让品牌与零售终端乃至消费者实现“直供&直采”的无缝对接与互动, 据此可以直观而清晰的看到供应链平台在构建全国统一市场进程中的影响与价值。

张文(化名)是河北一家区域型清洁用纸品牌的企业主, 他介绍说: “供应链平台对品牌是一种助力, 我们进驻平台后第二个月, 怡亚通就将我们的产品广东、福建、湖北三个省份的3300多家终端门店上架, 实现了71万元销售收入, 2022年我们计划在怡亚通辐射的全国100多个城市50万家门店上架, 初步实现全国市场铺货目标。”

张文还说, 怡亚通可以同时整合遍布全国仓配服务资源, 提供48小时直达的城市高效配送到店服务, 帮助其完成全国市场物流配送效率升级与成本控制。



## 03 供给侧改革与产业转型升级

流通消费端整合散乱穷小的市场资源要素形成全国直供的大市场体系要靠供应链平台,生产供应端过剩与失衡的供给侧结构性改革业也要靠供应链平台。

北京大学光华管理学院陈丽华教授在《国家治理周刊》撰文指出,供给侧结构性改革的成功首先应提升企业供应链管理,让大多数企业,尤其是中小企业以低廉的成本接入共享模式【如共享型供应链平台(笔者注)】,并提供全方位的智能化支撑,帮助企业提升供应链管理和服务水平、加强产业链上下游协作。

通过借助大股东深圳市投资控股有限公司(以下简称“深投控”)的力量,怡亚通近期一直致力于联合全国各省市的政府、国企,围绕四个“一”工程(携手一个城市、围绕着一个产业、打造一个平台、培育一家上市公司)在各地共建服务产业链上下游的供应链平台。

深投控党委书记、董事长何建锋2021年出席产业链高峰论坛时表示:“怡亚通是深投控三大产业板块的重要组成部分,长期以来在供应链整合、园区开发运营、产业创新等领域成绩斐然,怡亚通在广西、四川、山东等地成功打造了多个产业链转型升级经典案例,助力区域经济高质量协调发展。”

“怡亚通每进入一个城市都会聚焦当地的核心产业,优化、拓展上下游的网络资源”,怡亚通在广西贺州成立的碳酸钙产业供应链平台,在短时间内跟怡亚通上下游的资源实现对接,快速将贺州碳酸钙的产业链延伸到佛山的陶瓷产业、山东的造纸业、广州的日化产业、安徽的医药业、河北的橡胶产业等产业下游,以供应链平台为纽带形成统一市

场网络,打造碳酸钙产业B2B线上线下交易平台-金石银钙网,上线一年业务量即达16亿元,未来有望成为贺州千亿规模碳酸钙生态的重要一环。

## 04 拥抱国资,加速构建全国一站式服务网络

以供应链平台作为全国统一市场核心引擎正在成为社会各界的共识,各级政府自2017年至今陆续成体系的发布了多项政策与产业规划,确定了重点产业的供应链竞争力进入世界前列的宏大目标。国家改革开放的排头兵——深圳经济特区也提出了打造全球供应链创新中心的战略目标,因此契机,2018-2021年深圳国资委旗下深投控经多次注资、战略入股怡亚通,持股比例之和达23.17%,跻身第一大股东。

“深圳市良好的营商环境与深投控开明、灵活的投资管理体系让怡亚通更有底气去参与构建全国统一市场进程!”怡亚通共享深圳国资体系的市场优势资源,发挥了高效经营机制和创新机制的优势,创新业务发展迅速,这有效调动了市场上下游的积极性,也推动公司重新回到发展快车道。

2021年,怡亚通实现营业收入约702.08亿元,同比增加3.06%;归属于上市公司股东的净利润约5.06亿元,同比增加310.29%;而作为怡亚通在流通消费领域重点布局的创新业务——品牌运营实现营业收入35.19亿元,同比增长70.38%,综合毛利6.40亿元,同比上升71.38%。旗下流通消费市场数字化一站式服务平台怡通数科2021年全国线上线下渠道GMV突破100亿元,为推动品牌与终端“直供&直采”一体化打下了坚实的基础。

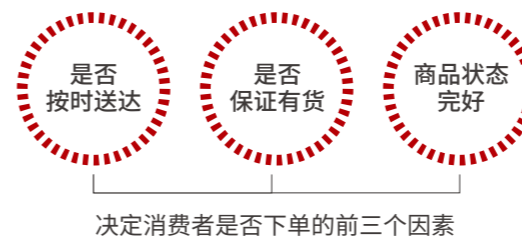


## 行业动态

文 | 黎东标(整理)

### 1 这届618,“供应链”走入大众视野C位

过去,618对于消费者而言只是接收各种优惠信息、进行消费决策以及收货的过程。而今年的618,调查数据显示,受疫情影响,决定消费者是否下单的前三个因素分别是否按时送达、是否保证有货、商品状态完好,以上三个因素的占比均超59%。这意味着,消费者对于供应链的重要性有了更深刻的认知。



### 2 刘鹤指示改善物流从业人员工作生活条件并给予延期还贷等金融支持

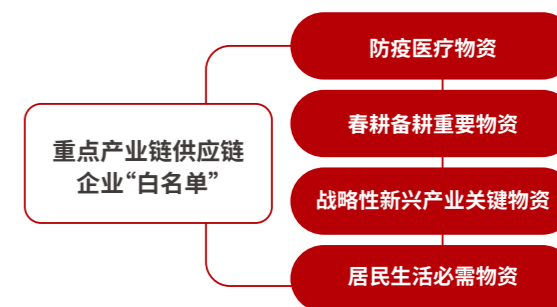
4月18日,刘鹤出席全国保障物流畅通促进产业链供应链稳定电视电话会议并讲话 部署十项重要举措 要求努力实现“民生要托底、货运要畅通、产业要循环”。改善物流从业人员工作生活条件并给予延期还贷等金融支持。要足量发放使用全国统一通行证,核酸检测结果48小时内全国互认,实行“即采即走即追”闭环管理,不得以等待核酸结果为由限制通行。要逐个攻关解决重点地区突出问题。要着力稳定产业链供应链,通过2000亿元科技创新再贷款和用于交通物流领域的1000亿元再贷款撬动1万亿元资金,建立汽车、集成电路、消费电子、装备制造、农用物资、食品、医药等重点产业和外贸企业白名单。

### 3 国务院要求有力有序推进“十四五”规划102项重大工程实施

5月31日,国务院印发扎实稳住经济的一揽子政策措施,在稳投资促消费方面,提出稳定和扩大民间投资。启动编制国家重大基础设施发展规划,扎实开展基础设施高质量发展试点,有力有序推进“十四五”规划102项重大工程实施,鼓励和吸引更多社会资本参与国家重大工程项目。在供应链产业链招标投标项目中对大中小企业联合体给予倾斜,鼓励民营企业充分发挥自身优势参与攻关。2022年新增支持500家左右专精特新“小巨人”企业。鼓励民间投资以城市基础设施等为重点,通过综合开发模式参与重点领域项目建设。

### 4 国家密集出台举措,着力尽快打通产业链供应链的堵点卡点

围绕重点防疫医疗物资、居民生活必需物资、春耕备耕重要物资、战略性新兴产业关键物资等四个方面,工信部日前梳理形成重点产业链供应链企业“白名单”,并按照属地原则,建立与“白名单”企业对接联系和服务保障机制。同时搭建汽车等重点产业链供应链畅通协调平台,协调解决复工复产、物流运输等问题,保障重点企业稳定生产和产业链运转顺畅。



### 5 “一带一路”投资持续增长，成中企新增长点

2022年1-5月，我国企业在“一带一路”沿线国家非金融类直接投资527.1亿元人民币，同比增长9.4%（折合81.9亿美元，同比增长10.2%），占同期总额的18.4%，较上年同期上升1.2个百分点，主要投向新加坡、印度尼西亚、巴基斯坦、马来西亚、阿拉伯联合酋长国、越南、泰国、柬埔寨、老挝和塞尔维亚等国家。

### 6 中欧班列运输货量平稳增长

据中国国家铁路集团消息，铁路部门聚焦“四保”目标任务，认真落实铁路保通保畅工作措施，深入开展货运增收大会战攻坚战，着力加强口岸站运输组织，为稳住经济大盘、保障国际产业链供应链稳定提供有力支撑。1月至5月，中欧班列累计开行6153列、运输货物59万标准箱，同比分别增长2.7%、3%，综合重箱率达97.7%，呈现稳中有进的良好发展态势。截至5月底，中欧班列历年累计开行超过百列的国内城市达到34个，通达欧洲城市195个，涉及24个国家。



### 7 工信部明确2022年推动质量提升的四大重点行业名单成中企新增长点

4月26日，工业和信息化部办公厅通知明确了2022年推动质量提升的四大重点行业，分别是原材料行业、装备行业、消费品行业、电子信息行业。各地要制定质量提升的配套政策和激励措施。项目和资金支持应优先向质量诚信好的企业倾斜，对发生质量安全事故的企业实行一票否决。地方工业和信息化主管部门、行业协会和专业机构要结合中国工业品牌之旅、全国品牌故事大赛、品牌创新成果发布、行业优质品牌培育等活动，宣传推广“中国制造”品牌，讲好“中国制造”品牌故事。



## 怡亚通新闻

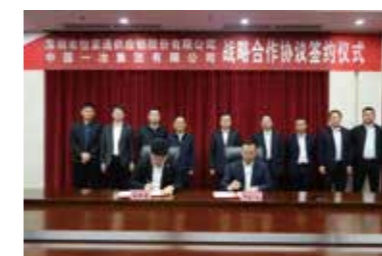
○ 文 | 黎东标 (整理)

### ◆ 怡亚通与广聚能源战略合作签约

3月31日 下午，怡亚通集团与深圳市广聚能源股份有限公司（简称广聚能源）战略合作签约仪式在南山区成功举行。双方将合力在南山区打造具备核心竞争力的供应链综合服务平台，共同优化南山区营商环境，助力产业供应链发展。

### ◆ 怡亚通与中国一冶战略签约 共谋建材供应链创新发展模式

4月15日 上午，怡亚通与中国一冶集团有限公司（简称“中国一冶”）在中国一冶武汉总部隆重举行战略合作协议签约仪式。双方正式建立战略合作伙伴关系，未来将在建材领域中展开建材供应链金融、建筑工程项目拓展及政府项目合作等方面多维度的战略协作。



### ◆ 怡亚通与中国一冶战略签约 共谋建材供应链创新发展模式

4月15日 上午，怡亚通与中国一冶集团有限公司（简称“中国一冶”）在中国一冶武汉总部隆重举行战略

合作协议签约仪式。双方正式建立战略合作伙伴关系，未来将在建材领域中展开建材供应链金融、建筑工程项目拓展及政府项目合作等方面多维度的战略协作。

### ◆ 怡亚通综合商业平台与宜昌城发集团签订战略合作

4月28日 深圳市怡亚通供应链股份有限公司与宜昌城市发展投资集团在宜昌隆重举行战略合作签约仪式。怡亚通与宜昌城发集团的产业供应链平台项目的率先落地为怡亚通与宜昌市的全面深度合作迈出了一大步。怡亚通将与宜昌城发集团合力打造产业供应链综合服务平台，围绕宜昌优势产业建立产业供应链公共服务体系，提高产业供应链现代化水平。

### ◆ 怡亚通与日照市人民政府、恒硕实业签订战略合作协议

5月18日 深圳市怡亚通供应链股份有限公司与日照市人民政府、深圳恒硕实业集团有限公司在深圳怡亚通总部举行战略合作签约仪式。日照市贾刚副市长高度认可怡亚通全国综合商业平台战略的实施，并期待与怡亚通合作围绕日照市钢铁产业、汽车产业、化工产业、碳酸钙、制糖糖业、塑胶产业、日照绿茶等主导产业做强做大供应链综合平台，为产业经济助力。

### ◆ 怡亚通与深圳天使母基金战略合作签约

5月19日 下午，怡亚通与深圳市天使投资引导基金管理有限公司战略合作协议签约仪式暨第一期天使投资项目产业链供应链对接会在怡亚通总部隆重举行。本次签约及首批七家科创企业对接会旨加强投控内部单位之间的协同，发挥怡亚通与深圳天使母基金各自优势和资源，为天使基金投资的科创项目提供供应链、供应链金融全程服务及对口的应用场景，并在怡亚通覆盖的电子信息、智能装备、食品饮料、新能源优势领域对接上下游优质企业，进而共同打造“天使投资孵化+产业供应链赋能”的协同平台，为培育优秀初创企业、带动崭新未来产业助力，为科创企业产业化赋能。



### ◆ 怡亚通(合肥肥东)综合商业服务平台项目战略签约

5月22日 合肥市委袁飞常委一行莅临怡亚通，与怡亚通签署《战略合作框架协议》。根据协议约定，合肥市肥东县人民政府将协调本地国资与怡亚通成立综合商业合资公司，共同打造产业供应链公共服务平台。该平台将立足合肥优质产业资源，面向当

地及辐射区域内企业上下游,提供原材料采购及采购执行、产品销售及销售执行,开拓销售渠道,协同怡亚通内部客户及社会资源,突破原有产业运作模式,围绕当地产业,致力于在当地打造一个全新的产业链供应链服务平台。

### ◆ 怡亚通与欧美克斯举行战略合作签约仪式

5月23日 怡亚通家电公司与欧美克斯OMELEX卫浴在深圳总部签署规模3亿战略合作协议。双方将围绕欧美克斯的全渠道拓展、覆盖提速的核心诉求,以1+N服务模式快速提升市场分销服务质量,并推动终端营销策略执行。充分利用各自在泛家电行业的采购、分销、营销、物流、金融等优势资源与能力,展开销售通路拓展、营销运营赋能、物流资金配置等全方位多维度的战略协作。

### ◆ 遵义市委常委、仁怀市委书记芦忠于率考察组莅临怡亚通调研

5月31日 由遵义市委常委、仁怀市委书记芦忠于率仁怀市政府招商考察小组莅临怡亚通深圳基地调研指导,芦忠于书记对怡亚通在推动产业供应链融合、赋能品牌发展方面的成绩高度认可,芦忠于书记希望怡亚通充分借助大唐酒业良好的区位优势、产业优势、政策优势,打造符合酱酒产业特色的供应链服务体系,切实将供应链与产业发展战略相协同,以优质的供应链服务推动经济转型升级,为推动仁怀酒业良性发展建设,提供重要助力。



### ◆ 宝安区区委书记王守睿率队莅临怡亚通开展挂点企业服务

6月9日 宝安区区委书记王守睿率队来到怡亚通全球总部大厦项目建设现场,开展挂点企业服务并检查疫情防控、安全生产等工作。王守睿书记亲切询问了怡亚通在今年复杂的全球疫情环境下的生产经营情况及未来在深圳和宝安产业发展中的定位和战略规划,并指出宝安区各级部门要与企业多沟通、交流,时刻关注企业在疫情中面临的困难,营造良好的营商环境,服务、促进企业发展的更快、更稳、更好。



### ◆ 怡亚通与广东金港糖业达成战略合作共同成立合资公司

5月30日 下午,怡亚通集团与广东金岭糖业集团旗下全资子公司广东金港糖业有限公司正式签署战略合作协议。双方将合资共同创立广东金怡国际供应链管理有限公司,合力构建食糖产业供应链体系,助力食糖产业链延链补链强链。双方将充分整合自身优势资源,借助怡亚通产品设计、品牌营销、渠道布局、供应链服务等资源,发挥金岭集团糖业全链条优势,打造白糖全产业链服务平台的合作愿景。



### ◆ 怡亚通亮相第30届深圳礼品展

6月15日至18日 第30届深圳礼品展在深圳国际会展中心举行。怡亚通家电行业公司联合生物科技公司参展,现场抽奖、现场体验、劲爆拿样政策,嗨翻全场。各自展出的自有品牌、国代品牌产品惊艳亮相。



### ◆ 深圳市交通运输局调研组莅临怡亚通参观交流

6月21日 上午,深圳市交通运输局党组成员、副局长蔡鑫率交通运输局机关党委二级调研员孙立文、交通运输局物流和供应链发展处处长章新涛等领导莅临怡亚通调研、了解企业经营现状与计划。蔡鑫副局长赞赏怡亚通是一家富有文化与情怀的行业龙头企业,他表示,以怡亚通为代表的供应链服务平台模式是深圳经济发展的一大创新。



### ◆ 山东“建立省区大联合楷模”

6月23日 周国辉董事长莅临山东怡亚通指导工作,山东承接南北,处在京津冀、长三角、东北振兴的三大国家区域战略的交汇点,发展优势很多,潜力巨大;以铝产业、油品+化工产业、基建+粮油产业、建材产业、新能源领域五大产业为主,开启整合上游资源、打造产业供应链平台。

产业园公司、交运怡亚通、山东医疗平台、转型创新中部战区、山东宝银等多个作战兵团,联合发展,打造“产业链+供应链”模式。



### ◆ 怡亚通全员集结向建立各产业链上游原材料整合供应平台冲锋

6月24日 周国辉董事长发布集结令,号召全员在保持推动原有1+n等业务不断发展基础上,下半年全面向产业链上游原材料供应模式进发——整合各行业、各产业有上游整合供应的专业团队,加盟怡亚通。建立各产业链上游原材料供应平台,即以整合上游核心原材料为导向,以下游客户需求为中心,逐步建立具备竞争优势供应平台。这是最适合怡亚通新时期的“产业链+供应链”发展模式。

### ◆ 怡亚通与亳芜现代产业园区签约打造亳州市产业供应链服务平台

6月28日 下午,怡亚通集团与亳芜现代产业园区举行战略签约仪式,双方携手共建供应链综合服务平台,紧紧围绕园区三大主导核心产业,运用“产业供应链+投融资+招商引资”模式,促进亳芜园区产业集聚,助力亳州市产业转型升级。

# 奋战!北京抗疫保供第一线

文 | 杨晶

2022年4月22日,当北京公布出现新冠病毒确诊病例时,几乎没有人预料到本轮疫情会持续一个多月时间。

4月24日,随着接连出现确诊病例,加之网络上、社会上若有若无的“小道消息”,北京出现了第一次抢购潮,仅半天时间,包括盒马、沃尔玛等多家超市门店与网络商城的常备食品库存就被抢购一空。

北京生活必需品的保供形势陡然变得严峻起来。

抗击疫情,保障民生,怡亚通与旗下民生消费品企业——北京市金元子商贸有限公司(以下称“公司”)克服万难,毅然走向抗疫保供的最前线。

4月末,为了应对持续高涨的消费需求,公司加急联系上游品牌与供应商,工作人员7\*24小时待机,随时响应物美、超市发、盒马、大润发、华联等合作超市的备货需求。

由于北京各区零星出现了管控区、封控区,正常上班人数逐渐减少,人手不足开始影响订单出货,上班的员工主动身兼多职,积极配合仓库出货需求,持续到5月3日也没有落下客户的任何一个订单需求。

但是,5月4日情况发生了变化。

5月4日凌晨,金元子负责人刚结束了一天的工作返回家中,突然看到微信群里一则消息称公司仓库所在的房山区阎村镇可能出现了疑似病例。

她刚刚放松的神经一下子再次紧绷起来,如果真的出现确诊病例,仓库无疑将面临严厉的管控管理,日常仓库作业与超市送货必将受到限制。这时,她心里只有一个念头:

“一定要将超市明天的备货订单全部送达客户!”

她立即电话通知公司与仓库值班人员,做好第二天的备货安排,各部门可以上班的人员立即动身返回仓库,全力配合出货。由于深夜公交停运,同事只能打的士和滴滴赶往公司,期间还要主动绕开各地的封控区、管控区,过程异常波折。

5月4日早上天刚蒙蒙亮,员工就已经悉数返回仓库,所有人员都投入到了制单、分货、拣货、打包、装货的工作中,由于需要将后续几天的存货都紧急送到客户超市,出货量一下激增数倍大家也毫无怨言,只是紧锣密鼓的忙碌着,甚至连早餐都没有顾得上吃。



5月4日上午,北京卫健委公布信息,房山区阎村镇大草坞村出现疑似病例,各村接通知该区域即将进行管控,届时所有人员车辆只进不出。

由于提前做好了备货、出货准备,在阎村镇正式启动管控措施前,公司当天所有超市订单都已紧急完成出货,专职货车司机人手不足,有车的员工自告奋勇也加入了送货的行列,才保证顺利将所有货物交到客户超市,超额完成了客户的进货需求。

神速的送货效率、超预期的送货量让客户的采购与仓库人员都大感意外。

在阎村镇正式管控后,公司仓库只能暂停出货,多数员工开始居家办公,餐桌、茶几被改造成了办公桌,财务同事更是在离开公司时把打印机、电脑等能带走的设备全部搬回了家里,就在家处理财务工作,整个5月份,财务没有漏掉一笔系统应结货款,全部正常结算到位。公司领导则开始积极与房山区商务局和镇政府等部门沟通,争取保供企业资质。



5月7日,鉴于公司在北京各区商超供货民生物资的重要性,公司顺利获得了保供企业资质,在按照镇政府要求做好严格防疫措施的前提下,公司少部分员工得以返回工作岗位,由于防疫管控限制,这些员工无法回家,就住在了公

司和仓库里,还有一众业务部同事,义无反顾的投入了一线工作,在防疫保供政策的允许下继续为北京民生保供事业贡献力量。



这种情况一直持续到了5月13日,情况又有了新的变化。

公司仓库对面有一家企业发生疫情,属地提级管理,由管控区变成封控区,民生保供企业资质暂停,公司的有限运营也只能暂停。

面对困境,公司没有气馁,积极商议新的应对方案,市场部和行政部不断寻找备用库房,经过多轮商讨、筛选,最终接连启动启动物美大仓、盒马大仓、京客隆大仓等用于分解订单出货。

为了不节外生枝,物流部仅剩的一小部分绿码司机连家都不敢回,工作、吃饭、睡觉都在车上解决,偶尔才到宾馆短暂休息和洗漱,才能保证各大仓与客户之间的送货任务。



在此期间,公司得到了来自上游品牌及终端客户的大力支持,伊利冒着被弹窗的风险协助我们托运货物,在防控紧张时协调暂缓发货以解库压之急;

物美集团在遵循防疫规定的条件下,为公司提供了免费的中转仓库,让我们得以灵活周转、流通;

七鲜商超在公司争取保供资质过程中积极协助我们提供证明材料文件,其他客户也对我们配送时间等订单问题给予了最大的体谅和支持.....

病毒无情,人有情,在疫情面前,我们和上下游客户化为一个整体,齐心协力,共克难关。

艰难的运营服务在一天天持续着,无论是居家办公还是在“居车”办公的人,都没有失去工作的责任感,不敢有丝毫懈怠,大家都在等待,等待终将到来的北京抗疫胜利的曙光。

5月29日,随着北京新增疫情得到控制,商务局、阎村镇政府等相关部门领导经研判公司提交的恢复运营方案与保供承诺函内容后,终于统一签批公司的保供单位特殊放行手续,至此,历经24天的艰难运营宣告一段落,全面恢复运营已指日可待。



▲公司向房山区商务局与阎村镇政府赠锦旗表达谢意

疫情带来的艰难是残酷的,给各行各业带来了巨大的损失,但我们始终在防疫政策允许下坚持运营,奋战在抗疫保供第一线,努力降低疫情给客户造成的影响,并最终等到了解封的胜利时刻。

近1个月过程中的艰辛和心境变迁是任何词汇都不能完全描述的,所幸公司员工始终团结一心,成为了彼此间互相成就的动力,更有幸北京市各级政府领导的支持与关怀,始终心系企业、帮助企业顺利渡过难关。

最艰难的时刻已经过去!

6月,我们充满期待!

未来,我们更有信心!

# 一封来自 上海市政府的感谢信

文 | 于怡怡

近日, 怡亚通物流旗下子公司——上海实利供应链管理有限公司收到了一份特殊的“礼物”——一封来自上海市委政府的疫情防控感谢信, 对上海实利在2022年疫情防控过程中挺身而出, 积极参与疫情防控志愿服务, 全力保障全市疫情防控工作的物资保障工作给予了充分肯定, 并向全体员工表示感谢!

这封信是市政府对上海实利物资保障工作的高度认可, 更是人民群众对此次疫情期间物资保障团队的激励和褒奖, 上海实利全体员工将紧紧围绕市委决策部署, 服务和保障全市工作大局, 继续坚定信心、迎难而上, 在抗击疫情、服务经济发展等工作中贡献后勤保障力量。

上下同欲者胜, 风雨同舟者兴, 同舟共济者赢。疫情发生后, 上海实利积极响应上海市新冠肺炎疫情防控工作中心的号召, 迅速组建志愿者队伍, 先后派出各一线岗位员工为抗击疫情做出力所能及的努力, 履行了义务和责任, 为打赢疫情防控阻击战提供了有力支持。

聚合力以致胜, 汇众智而成功。在战役过程中, 上海实利的志愿者们连续工作至凌晨, 面对刻 苦的生活环境更没有丝毫退缩, 累了睡车里, 饿了就在马路边上搭火自己做饭。发扬连续作战精神, 确保了全市的后勤物资保障有序到达。

党有号召, 上海实利就有行动。只要我们团结一心、众志成城, 就没有克服不了的困难, 就没有完成不了的任务, 就一定能够迎来胜利的曙光。上海实利为了这座城市, 为了市民群众, 不惧艰苦条件, 不舍白昼与黑夜, 用生命护佑生命, 用爱心守护家园, 以实际行动坚决打赢这场疫情防控阻击战。

疫情尚未走远, 防控刻不容缓。我们将继续履行我们的保障职责, 在这场艰苦卓绝的抗疫斗争中, 用行动诠释使命与担当!

我们坚信, 乌云遮不住升起的太阳, 疫情挡不住春天的来临, 让我们众志成城、共克时艰!



——上海市委政府的疫情防控感谢信

# “怡”心守“沪”稳链保供 怡亚通物流上海抗疫实录

文 | 周国梁

突来的疫情, 让上海草长莺飞的三月蒙上了阴影, 打乱了人们的生活节奏。  
一场防控疫情的保卫战, 就此打响!

“怡”心守“沪”, 稳链保供, 怡亚通物流人用温暖传递力量、用行动彰显担当。上海疫情防控, 从3月底全市封闭至今有一个多月, 在这样艰难的环境下, 怡亚通上海物流团队克服重重困难, 积极沟通多方机构和资源, 与上海市政府“特时”合作, 竭尽全力助力上海疫情防控保卫战, 同时, 积极调动资源为客户提供满意的服务, 为抗击疫情奉献着自己的力量。众志成城, 为守“沪”出力!



## 一、抗疫保供第一线 我们勇做逆行者

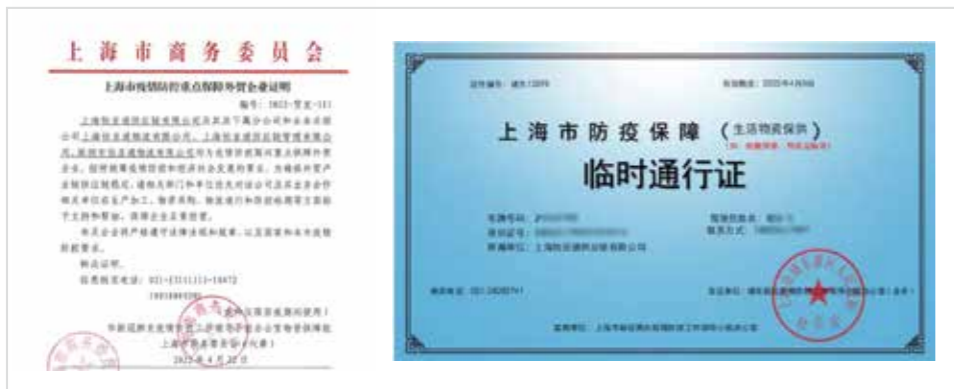
### “特时”合作, 保障上海民生物资配送

上海疫情爆发后, 与许多物流公司一样, 怡亚通物流也曾遭遇前所未有的挑战, 物流配送运力告急, 跨省干线运输中断, 仓库被管控, 许多物资得不到正常流通。

怡亚通上海物流团队积极与相关部门沟通, 主动承担责任, 促成与政府部门的“特时”合作, 市、区委相关领导也布置了多项保供任务:

- 01 为上海市浦东新区政府捐赠物资 (食盐等急需民生物资) 进行配送  
涉及浦东新区多个街道/乡镇, 并合理安排多批次通行证车辆完成任务。
- 02 为上海浦东新区冷链保供 (肉类) 完成配送任务  
配备多批次冷链车辆进行轮班等候及配运, 助力上海市解决肉类保供物资运输的巨大问题。

抗疫物资、生活物资源源不断地进入上海，快速响应完成配送是怡亚通物流保供的首要任务，保障上海本地的物资供应，民生物资可以得到及时供应，大大增强了大家抗疫的决心与信心。



### 争分夺秒 上海实利全力保供生活物资

在这场无硝烟的战场上，怡亚通物流合资公司上海实利供应链管理有限公司积极地参与到疫情防控一线工作中，在取得相关资质后迅速速度，对各类物资进行及时的运输配送。并做到工作人员健康检测、登记，合理调整人员作息时间，在保证效率的同时确保防疫安全。

上海实利作为物资保障团队中的一员，不分昼夜，争分夺秒，与疫情抗争。期间每天配送商超、社区团购、药房、食堂等100车次以上，确保我们的物资准时准点并安全送达，让上海居民在家安心隔离，不为缺乏物资而忧心。



### 多措并举 保障美素佳儿产品流通顺畅

受到上海疫情影响，4月伊始，客户美素佳儿奶粉原供应商无法落实交付，在此紧急情况下，怡亚通物流积极主动与美素佳儿沟通，提供对应解决方案，调动一切可以调动的运力，通过市内配送，铁路运输，多式联运方式，满足客户需求，为客户解决了燃眉之急。4月份怡亚通物流帮客户全国配送近20万箱货。



### 高效协同 助力社区团购稳健运作

在上海市疫情防控期间，临时接到社区团购业务，涉及奶粉、日用百货、婴幼儿产品等，在有限资源和人员情况下，怡亚通物流加班加点保证每天项目正常运作，通过系统接单、标签打印、分货、贴标、打包等一系列库内操作，及时高效的满足客户需求。

### 临危受命 保障上海医疗物资供应

受疫情影响，上海某生药项目的原供应服务商无法完成提货及配送，怡亚通物流临时收到上海市相关单位委托，进行加急操作，安排人员及时与铁路资源现场交接，按照客户要求完成提送货，为客户挽回巨大损失。

### 二、坚守抗疫战场前线 致敬最美逆行者

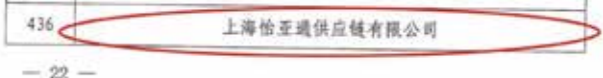
有一群人，离开家庭，坚守一线。他们天天在仓库内进行着收货、发货、退货、备货等工作，他们具备完成货品入库作业、保管作业、盘点作业和发货出库作业的能力，他们吃住休息都在仓库中进行，驻守仓库保障业务顺利进行...

还有一群人，他们吃在车上，睡在车上，休息时间不规律。对于他们来说，只要一出发，就是一段漫长的差旅。后排座位就是他们的睡床，多少个夜晚，他们在发动机噪音和车轮的颠簸下入眠，只为守护疫情下的物资顺利交付...

### 上海市新型冠状病毒肺炎疫情防控工作领导小组办公室文件

沪府办〔2022〕140号  
 关于印发复工复产重点外贸企业“白名单”（第二批）的通知

各区商务委及疫情防控工作组等十家，市新冠肺炎疫情防控工作领导小组办公室工作组、工作专班、各相关职能部门和单位：  
 为贯彻落实市委专题会议精神和市委疫情防控工作要求，进一步统筹推进疫情防控和经济社会发展，市商务委研究制定了复工复产重点外贸企业“白名单”（第二批），现予发布。请各“白名单”企业按照《重点外贸企业复工复产工作指引（试行）》《外贸企业复工复产工作指引》等文件要求，严格落实各项防控措施，并请及时向所在区“白名单”企业复工复产报备，特此通知。



疫情当前，他们一直奋战在一线，正是他们的坚持与付出，让货物顺利流转，让商流高效流通。他们是这个时代便捷、快速的守护者，也是带给我们无数感动和温暖的使者。

他们是怡亚通物流人！

大疫之下，必有大担当，怡亚通物流将继续不负所托，默默守“沪”，同心抗“疫”！

- 致敬抗疫奋斗者！
- 致敬最美逆行者！
- 致敬怡亚通物流人！



# 故宫御膳房



◎ 官帽



贵州故宫御膳房酒业有限公司  
贵宫御膳房(深圳)酒业销售有限公司

## 怡亚通大客户1+N

### 满足需求更创造需求

在一家核心企业和他们的上下游之间搭建供应链服务平台,助力品牌及产业上下游之间实现扁平化、共享化、去中心化。借助资源整合、产品创新、渠道创新、营销创新四大核心能力,助力客户补充完善(找到更多N)、深度绑定(高效运营N)、充分激活供应商/渠道商体系(用N裂变出更多N,提升销量)。



### 服务客户群体

产业、行业及其细分领域的头部企业,或拥有高技术含量/高成长性的成长品牌有相对完善的上下游供应链体系和核心技术,其品牌产品(含零配件)在行业中有一定市场影响力和较强流通能力的企业。

### 为客户创造价值

通过整合行业采购、分销、渠道、营销资源,为品牌企业提供标准化供应链服务以及个性化增值服务,助力完善采购体系,提高供应链管理效率,提升品牌销量、扩大市场份额与品牌价值。

### 以专业服务赋能客户



### 合作客户案例



### 怡亚通携手飞利浦开创小家电新业态

- |  |                |   |
|--|----------------|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>助力构建扁平化渠道,快速直供终端,提升销量</li> <li>线上线下全网销售终端也实现商品直采</li> <li>推动整合与变革,构建扁平化、共享化、去中心化等新流通商业格局</li> </ul> | <p>分销 + 营销</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>加强天猫、苏宁、唯品会等传统电商分销服务和资源整合</li> <li>拓展抖音、快手、拼多多等新兴渠道</li> <li>推动小家电、医疗美容等领域开展品牌营销管理</li> <li>提升整体运营效率,扩大品牌资源、增强品牌影响力</li> </ul> |
|--|----------------|---|



# 怡通数科携手抖音千万粉丝大V“全说商业”小试牛刀

文 | 刘烨华 宋霜霜

**2022年5月13日** 怡通数科携手千万粉丝大V【全说商业】在抖音直播平台上“小试牛刀”，这一试，就试出了单场近200万的GMV。同时，怡亚通品牌运营产品御膳、秘造等，也取得了不俗的成绩。

怡通数科自2021年成立以来，以怡亚通“线下业务线上化”为核心战略，全面布局线上渠道。2021年底数科成立新媒体团队，以抖音&快手为核心业务平台，整合集团内外部优质品牌&商品资源，拓展品牌自播、品牌代运营、达人带货等新媒体业务。团队核心成员均来自字节跳动，拥有丰富的新媒体运营经验。

今天，我们走进5月13日酒水直播专场全纪实，看这“一鸣惊人”背后，怡通数科如何高效协同内外部资源、凝心聚力、攻坚克难，打好酒水直播第一仗。

## 建联【全说商业】 挖掘客户需求/ 2022.4.16

全说商业为抖音平台自媒体创作者，目前粉丝数为939万，抖音商业财经类目影响力TOP3，视频内容以解析时下经济热点、商业模式为主，在抖音上深受商务人士喜爱。

新媒体商务拓展同事通过抖音平台，主动挖掘全说商业团队对商品供应链的需求。

## 主动出击 建立合作意向/ 2022.4.21

建联的第二天，团队携怡亚通产品前往珠海拜访客户，诚挚的合作态度与优质自有商品获得全说团队高度肯定。随后，全说商业拜访怡亚通，建立合作意向。



## 正式签署 战略合作协议/ 2022.4.27



## 聚焦优势 确认酒水专场合作/ 2022.4.30

依托怡亚通在酒水供应链行业的广度与深度，怡亚通筛选了“大唐秘造、御膳房、钓鱼台、国台、摘要、红星、首粮”等自有及国代品牌，葡萄牙国家馆波特酒、法国国家馆XO，及联动重庆怡飞、武汉大鸿雁的老酒、白云边等产品。

值得一提的是，全说商业团队在此之前未接触过酒水品类，本次专场，也是对全说商业粉丝消费力进行了全方位测试，产品价格覆盖高、中、低端(30-49999)全线，对于未来深化合作也提供了参考。

## 95后新力军完成团队组建 直播间搭建/ 2022.5.3

敲定直播排期后，两周内完成怡亚通酒水专场筹备工作，95后的新生代团队，为完成项目全天候待命。

## 合伙人高效协同 筹备直播供应链/ 2022.5.11

重庆怡飞仓库和武汉大鸿雁仓库主要以B端供货为主，而在直播后48小时，两个仓库完成了6000余单的直播出货需求，这正是怡亚通供应链服务能力的最佳展现。

而重庆怡飞总经理陈乐城与武汉大鸿雁总经理汪小鸿，在项目中高效协同，带领团队全力支持业务，为供应链效率提供了有效保障。



## 全说商业团队抵达怡亚通 双方团队直播预演/ 2022.5.13



## 集团副总裁 王辉、袁海波 亲自上阵直播/ 2022.5.14



集团副总裁兼怡通数科总裁 王辉(左一)  
集团副总裁兼创新产品中心总裁 袁海波(右二)  
怡通云社群营销总监 徐锦曦(右一)

## 集团副总裁兼怡通数科总裁王辉对负责本次项目的电商总经理王博及其新媒体团队予以高度肯定：

我们经历了无数艰难险阻，熬了多少个日日夜夜，在黑暗里爬行，从0到几十人的团队，有人离开、有人留下坚持战斗，为了我们共同的目标与事业。首场直播的成绩，证明了只要团队努力，我们一定能看到曙光。让我们实现怡亚通年轻一代的梦想！

未来，怡通数科会牵手更多有影响力的网红明星资源，开展多维度合作，打造怡亚通线上新媒体运营矩阵。通过优质的线上运营能力，全力推动集团自有品牌在线上渠道的影响力。欢迎更多内外部优质品牌&商品资源与怡通数科进行深度合作。

## EA热评

**整合力、融合力、执行力、创新力、突破力，这是怡亚通新时期倡导的五项能力。**

- ◎ 项目团队高效整合集团内部酒水资源，赢得合作伙伴信任，这是整合力；
- ◎ 合伙人团队全力以赴，协同怡通数科打好关键一仗，这是融合力；
- ◎ 95后团队全天候命，下播后也未怠惰，积极复盘以备来日，这是执行力；
- ◎ 团队拥抱变化、拥抱创新，大力推动新媒体营销的商业模式，这是创新力；



# 学中国式精准扶贫经验 浅谈怡亚通组织变革的优越性

文 | 宋霜霜 黎羽

中国的扶贫之路在8年内取得了重大的突破成果,对于全面摆脱贫困这一重大课题,国家层面出台了許多政策,也基于各地情况制定了不同的方案,无论是从思想上、能力上、模式上,都在为中国人民全面脱贫注入了强心剂。

“现在,摆在怡亚通面前的不是“脱贫”,而是如何“创新再突破”,取得第三次进攻的全面胜利。”

一部分战友已经基于公司战略,摸索出了适宜自身发展的方案;但部分人依然存在“等靠要、推脱耗”的贫困思维,或者对于如何创新变革力有不逮。

今天,我们截取了豆瓣评分9.5的TVB纪录片《无穷之路》片段,让我们从国家的脱贫思路中,找到怡亚通变革之路的启发和答案……



### 创新不能“大水漫灌”

要派驻专家到前线去,让听到炮声的人指挥炮火

大水漫灌式的扶贫方式,无法针对性解决当地的实际问题。国家派驻了数百万驻村干部前往一线,让扶贫的“驻村干部”变成“助村干部”,有针对性地研判当地致富解决方案。



### EA 怡亚通启示

怡亚通在今年组建的“政委、财务、解决方案”三人协进队深入一线,针对作战单元开展创新、推进业务的具体问题具体分析,协同作战单元一起拿出攻必取、战必胜的综合解决方案。

### 破除思想的囚笼 是推动怡亚通创新发展的先决条件

一些地区扶贫政策落实不到位,最大的问题在于思想上出现偏差。扶贫先扶“志”,只有把“志”扶正,扶贫工作才能走上正轨。



### EA 怡亚通启示

● 怡亚通人要扫除思想的囚笼  
建设一支符合行业趋势、符合经济发展要求、能实现公司战略目标、能打胜仗、作风优良的战斗团队,只有思想上主动拥抱变化,才能真正推动怡亚通创新发展。

● 【政委】深入一线作战单元  
成为业务助手、文化使者和组织军师,为业务部门消除思想的沉珂,确保全体作战团队凝心聚力,因地制宜地结合当地发展资源和公司整体方针目标制定作战方案,确保作战单元的创新格局与公司总体战略方向统一、步调一致。

### 加强精细化管理 勤练内功,务实业务基础



“要致富,先修路”国家扶贫投入了大量的资源用以夯实基础设施建设,可以说,牢固的基建基础,正是脱贫攻坚的有效保障。

### EA 怡亚通启示

怡亚通沉淀25年的经验告诉我们,跟随别人的脚步,每一步都可能是陷阱;只有颠覆式的模式创新,才有未来。

怡亚通在今年,推出了九大服务产品,各团队应将传统资金驱动转向整合驱动、能力驱动、科技驱动、营销驱动,全面推动怡亚通的高质量发展。

未来怡亚通的发展,是要按照“机场+航空公司”的模式去发展,以资源整合为主,整合上游整合下游,建立一个多对多的平台为核心的品牌运营,帮助更多的品牌做大做强,从而推动怡亚通新时期模式的转型发展,奋力夺取第三次进攻的胜利!

### EA 怡亚通启示

什么是怡亚通的“路”?

● 路是整合之道——团结一切团结的力量,整合一切可以整合的资源,用整合的力量将别人的优势转化为我们的核心竞争力。

公司的【政委】就是作战单元的组织军师,将发展更多有资源、有能力的团队,为作战单元达成公司战略目标建立组织保障。

● 路是精细化运营——全体团队持续开展开源节流、降本增效的各项行动,为我们的创新发展奠基。

公司的【财务】及【方案解决】,将协同运营监测营收、利润、应收、代垫、库存等财务管理指标,以精细化管理提升作战单元盈利水平。

### 只有颠覆式模式创新 才能真正推动高质量发展

“输血式扶贫”只能解决一时的困难,“造血式扶贫”才是脱贫致富的长久之道。扶贫工作,除了扶志,更要扶“智”,栽上可持续发展的“摇钱树”。



# 怡亚通周国辉： 实现“资本+产业”双轮驱动

文 | 上海证券报

深圳市投资控股有限公司(简称“深投控”)入股已超3年,怡亚通到底发展如何?

近日,怡亚通董事长周国辉在接受上海证券报记者专访时表示:

“公司在遵守深圳国资相关要求的前提下,获得了深投控的全面支持,现在只要往前冲就行了。”

目前,怡亚通借力深圳国资赋能实现了“资本+产业”双轮驱动。怡亚通高级副总裁罗筱溪介绍,公司2021年的白酒业务异军突起助力业绩增长,接下来会将成功经验推广至快消品的其他领域,并持续借力资本市场实现产融结合,通过业务聚焦和利润提升重构资本市场对公司的信任。

## 深投控全面支持

怡亚通结缘深投控,始于2018年5月15日签署《股份转让协议书》,并在2018年8月22日完成股份过户。深投控出资18.2亿元,获得怡亚通2.82亿股股份成为第二大股东,此次入股价格约6.45元/股。3年后,深投控子公司通过参与定增,增持怡亚通,当时定增价格为4.69元/股,深投控资本获配金额约10亿元。

深投控成立于2004年,是以科技金融、科技园区、科技产业为主业的国有资本投资公司。2020年,深投控成为深圳市属国企首家世界500强企业,2021年世界500强排名第396位,较2020年上升46位。

### 周国辉表示

深投控对怡亚通的定位是基石控股子公司。深投控控股多家上市公司,目前仅对怡亚通实施了二次投资,且投资金额10亿元并锁定3年。同时,为了激发团队积极性支持怡亚通实施期权激励。

以怡亚通定增为例,2021年7月22日发布定增结果显示,深投控全资子公司深投控资本获配金额约10亿元。定增完成后,深投控资本成为怡亚通第三大股东,持股比例8.21%,深投控合计持股比例达23.17%。深投控不仅是怡亚通控股股东,而且合计持股比例进一步提升。



在企业经营层面,深投控对包括怡亚通在内的子公司,实施的资本管理方式是不干预上市公司日常经营,给予团队较大的自主权。周国辉总结,上市公司控股权从民营转为国有,不能完全照搬国有企业的管理办法,必须给予团队充分信任。

## “平台做大、行业做强”

获得深投控持续支持的怡亚通,2021年实现营业收入702.08亿元,同比增长3.06%;归母净利润5.06亿元,同比增长310.29%。怡亚通介绍,公司通过业务结构性调整,实现了较为强劲的业绩增长。其中,白酒业务异军突起,品牌运营能力稳步提升。

### 周国辉介绍

怡亚通的商业模式是搭建平台,以及在大消费领域构建多个可以落地的业务,实现“平台做大、行业做强”的目的。现在公司聚焦白酒行业的品牌运营,毛利率达40%至70%,并且自2019年至2021年实现营收大幅增长。

怡亚通是国内消费品数字化供应链服务商之一,2021年酒类品牌运营业务实现营收12.45亿元,同比增长43.10%;综合毛利4亿元,同比增长41.81%。周国辉表示,公司切入酒饮行业,主要是在该业务领域团队更强,并且市场需求更大。

市场需求更大也意味着竞争激烈。在周国辉看来,要想在酒饮行业做大做强,首先要做好产品,重视产品、渠道、营销的创新。公司高级副总裁罗筱溪补充说,公司能在酒饮行业取得当下成绩,是必然因素和偶然因素叠加的效果。在当前行业调整的情况下,公司会加大布局力度。

目前,怡亚通开始打造自有酱酒品牌产品矩阵“大唐秘造”“首粮”“首要”。以“大唐秘造”为例,怡亚通结合消费趋势与行业调研,携手来自茅台镇核心产区的大唐酒业,抓住国潮风向联合“大唐不夜城”打造出了这一具有盛唐文化特色IP的酱酒产品。



此外,怡亚通期望在快消品其他领域取得良好成绩。

## 提升资本市场信任度

除了加大产业驱动力度,怡亚通也在加强与资本市场交流。2020年底,怡亚通建立了由专业人员组成的资本运营团队。2021年,该团队组织或参加了超过200场路演、沉浸式资本品牌发布会等活动,让更多的投资人了解公司的商业模式和企业价值。

罗筱溪认为,怡亚通此前与资本市场缺乏交流,导致投资人长期对其保留了刻板印象。在打破这种刻板印象阶段,只能通过一场场路演来加强与资本市场的沟通。

周国辉在2021年致股东信介绍:“2018年至2020年,公司在每一次转型阵痛发生之时,忽略了与资本市场的及时沟通,令很多坚定看好我们的股东无所适从。”

罗筱溪介绍,怡亚通此前股价表现不佳,加上业绩走低、商业模式模糊,又未能与投资人保持顺畅交流,导致投资人无法看清该公司业务,从而产生误解乃至遗忘。

这促使怡亚通的资本运营团队需要明确定位。周国辉表示,专业的投资者关系管理工作,关键是能把企业家和投资人的语言进行双向转换。罗筱溪进一步解释,上市公司的资本运营包括通过价值重塑来确定估值空间,以及通过价值传播和运营实现价格回归价值。

“资本品牌建设是一个任重而道远的事情。”罗筱溪表示,怡亚通资本运营团队当前的工作重心,还是帮助公司建立良好的资本市场形象,从而提升资本市场各方的信任度。

# 品牌营销难？ 怡亚通“酱酒+OBM”模式新解法

文 | 云酒头条

2021年下半年以来，部分酱酒经销商出现库存增加、动销困难。渠道端压货、抛货现象逐渐增多，谋求转型成为了很多经销商不得不面对的发展难题；进入2022年，随着酱酒市场的不断发展，市场需求进一步多样化，传统代理模式发展受限，经销商转型需求更加迫切。

在此背景下，大唐酒业率先在白酒产业提出OBM项目模式，聚焦酱酒供应链整合服务。

7月25日-27日，2022年大唐酒业品牌价值峰会暨“大商选大唐”自有品牌+OBM双驱孵化计划发布会，将在深圳举行。

作为OBM项目模式引入酱酒行业后的首场大型活动，大唐酒业将向外界传递怎样的信号，这一模式又藏着怎样的商机？

## 大商怡亚通创新谋变

作为A股首家供应链企业，怡亚通2014-2018年推出“380”深度分销计划，在全国300多个地级市成立分公司，搭建起了覆盖全国的酒类销售网络。

通过主营供应链，怡亚通依靠资本并购400多家区域大商编织起全国酒类分销网络，打造分销+营销模式，帮助合作酒商采购名酒流通产品，还和茅台、五粮液、青岛啤酒、张裕等名酒企业开展供应链业务，最高峰酒类年销量曾突破100亿，是供应链经营领域经验丰富的“老手”。

2019年，怡亚通转型发力白酒品牌运营，重点寻找中小酒类经销商以及团购客户合作渠道转型，从大B向小B过渡，发力品牌运营，成为了现阶段怡亚通白酒品牌运营的重点。

酱酒方面，怡亚通主要走品牌孵化路线，目前已经成功孵化了钓鱼台珍品壹号、国台黑金十年等多款酱酒品牌。

与传统酱酒企业不同，怡亚通既能独自开发品牌运营，也能为其他品牌发展提供渠道和源头的支持，灵活性高、适应性强。

怡亚通在与大唐取得合作之后，率先在白酒产业提出OBM项目模式，聚焦酱酒供应链整合服务，不仅将自身优势发挥到最大，还避开了现在酱酒市场的品牌混战，有望在未来酱酒市场占据一席之地。



## 为何选择大唐酒业？

大商怡亚通打造酱酒OBM项目模式，合作方为何选择大唐酒业？

资料显示，大唐酒业成立于1999年，总部位于贵州省仁怀市赤水河谷茅台镇名酒工业园区，拥有大规模白酒生产、灌装基地，是集白酒生产、储存、包装、营销、产品研发为一体的传统酱香型白酒酿造企业。

大唐酒业规划标准制酒车间24栋，现已建成12栋；每栋车间52口窖池，共计624口窖池，产能5800吨，并拥有高温制曲车间1栋、发酵仓118间、干曲仓96间，年生产制曲能力9860吨，干曲仓储能力达1万吨。此外，还拥有规划基酒库房33栋，现已建成2栋标准基酒库房，可储基酒2万吨，建筑面积达2万余平方米。

扎根茅台镇20多年，大唐酒业已积累了丰富的酱酒运营经验与老酒储备，可为OBM项目模式的开发提供充足资源支撑。

品质上，大唐酒业拥有双大师质量严控体系，酿酒技术方面由大唐酒业总工程师、仁怀首届酱香型白酒酿酒大师、仁怀市酱香白酒发展战略顾问曹大明领衔。

作为仁怀酱酒核心产区知名技术专家，曹大明拥有40余年酿酒经验，曾被遵义市（仁怀市）酒业协会指聘为大唐酒业总工程师。在他的亲自主持下，大唐酒业的酒体质量已在仁怀产区享有盛誉。

大唐酒业副总工程师、国家一级品酒师、贵州省白酒评委罗吉洪则担纲勾调品评负责人。罗吉洪师从名家，拥有丰富的生产一线经历，创新创造力强，大唐酒业产品也因此不仅品质稳定，而且富有特色。

在两位大师强强联合的基础上，大唐酒业对酒体进行了严格的分型定级，结合每一轮次酒应有的典型特征，客观地描述其风味特征及主要优缺点，给酒样进行等级划分、评级记录。这就为后续勾调品质稳定、口感醇厚的酱香酒打下坚实的基础，大唐OBM项目模式的开发也获得了更大的发展空间。

同时，大唐酒业还拥有ISO和HACCP双认证，对于生产过程中的关键控制点的严格把关，确保了产品质量的稳定，在实现产品可追溯性的同时，也为OBM项目模式的开展提供了溯源保障。

目前，大唐酒业拥有的新锐酱酒品牌“山门岗”，与怡亚通共同孵化出的文化酱酒产品“大唐秘造”，不仅抓住了国潮风向，还联合“大唐不夜城”呈现出了美轮美奂的盛唐文化特色。此外，还结合中高端消费、商务宴请的不同场景，分圈层打造金樽、金玺、金顶三款产品，在市场也引起了强烈的反响。

20多年的品牌经营与基酒酿造经验是大唐酒业最大的优势，也是大唐酒业未来OBM项目模式开发最坚实的品质支撑。



## OBM项目模式前景如何

大唐酒业的OBM项目模式还未正式公布便已经在业内引起了轰动，其运作模式究竟为何，也是经销商关注的焦点。

与OEM和ODM相比，OBM对企业的要求更高，不仅需要明确消费者的需求，在产品功能、设计、宣传等多方面持续投入资金，还要选择适合的发声渠道，以便最终的销售转化。怡亚通的供应链体系与大唐的品质优势，合力解决了这个难题。

在大唐OBM项目模式中，大唐酒业通过为客户提供产品价格体系设计、精确产品定位、差异化市场策略支持和品牌全案策划支持，完成前端策划服务支持，化解客户品牌营销难的困境。

同时，大唐酒业还为客户提供新颖的外形设计和全链条包装供应商，依托自身灵活弹性生产力、优质调酒团队和优质生产工艺，组建精细多元化定制系统，推出大批量定制、小批量勾调等多种组合方案，满足客户产品、个性化需求，有助于消除客户的后顾之忧。

此外，大唐酒业还主动帮助客户做市场销售通路建设、产品发布会全程策划与执行、全国性酱酒专家品鉴会支持、各大招商会产品展示，以及做好媒体整合投放及资源转介，助力OBM品牌达成高频、高密度曝光，提升品牌知名度。

目前，大唐酒业已经与多位大商合作推出了多款产品，与深圳天虹合作推出了“天优酱酒”，与酒仙集团合作推出了“状元塔酱酒”，与河南文旅开发了“豫鉴6”“豫鉴10”“豫鉴15”等老家河南系列产品，在OBM项目模式运营方面已经拥有成熟的技术和丰富的开发经验。公司还将在全国范围内邀约行业渠道、跨界等大商，对自身品牌产品及OBM业务进行招商介绍、业务说明。

大唐酒业方面透露，中国酒类流通协会会长王新国，中国酒业协会副秘书长刘振国，云酒·中国酒业品牌研究院高级研究员、正一堂战略咨询机构董事长杨光，酒仙集团董事长郝鸿峰，壹玖壹玖集团董事长杨陵江，以及知名媒体评论人、新媒体营销专家申晨等已确认出席活动。

可见，此次活动不仅是经销商与大唐合作共同开发酱酒市场的绝佳机会，也将是一场聆听行业专家分享酱酒发展趋势的视听盛宴。

# “怡通e融”正式上线

文 | 林善贤



## 怡亚通倡导

**“前台主战、中台主攻、后台主撑”**，  
要建立强大的支撑后台，就必须加强数字化工具建设与内外部资源整合。

近期，集团资金部紧跟集团战略，主动深入业务前线，与【联易融】联合搭建供应链金融服务平台——怡通e融，以数字化手段为供应链上下游客户提供融资服务，推动降低资金成本、降低怡亚通负债率、优化企业报表等多项目标落地。

## e 深入业务前线 实现业财联合发展

在当前全球数字化浪潮下，众多金融机构纷纷加大金融科技发展力度，探索利用数字技术为企业增信，解决中小企业融资难、融资贵的问题。

集团资金部把握时机，以怡亚通综合实力为依托，整合各大金融机构金融科技资源，为供应链上下游客户提供融资服务，支持上下游产业链客户做大做强，同时获得低成本资金，缓解集团资金压力，构建更为紧密的供应链生态系统。

## e “怡通e融”上线 融资快且准

近日，联易融为怡亚通定制搭建的供应链金融服务平台——“怡通e融”成功上线，该平台可对接多家金融机构。

中国工商银行深圳福田支行作为首家资金支持方助力首笔数字债权凭证业务成功落地，首笔融资金额达人民币1000万元，融资发起到放款用时仅1小时，及时解决了供应商融资难题，有效提升供应链连通性。

截止目前，通过“怡通e融”平台，在怡亚通确权的情况下，上游供应商已获得超4000万融资。

## e 科技之力 助力怡亚通降低负债率

金融科技是以信用为依托，以真实交易为基础，将怡亚通作为核心企业的应付账款作为标的资产，把怡亚通的信用扩展到供应链上下游企业，提供“1+N”的金融科技解决方案。

不同于传统的融资服务，在此过程中，怡亚通无需抵押、保证等任何权力负担，唯一需要做的事就是应付账款的确权，银行拿到怡亚通确权后，可立即向上游供应商支付货款，对怡亚通来说是一个将债权方从上游供应商转为银行的过程，且有不进征信、不计入负债科目的好处，成功将业务账期从一两个月延长至一年，有利于降低负债率、优化企业报表、增强核心竞争力。

更多详情咨询

**☎ 0755-8839 3574 林善贤**

## EA点评

以客户为中心是怡亚通可持续发展的原动力，我们不仅要满足客户需求，更要不断创造需求，超越客户期望，乃至激发客户潜在需求、引领客户需求。望全体怡亚通人将2022核心词“超越”铭记于心，在能力上、业绩上、创新上、管理上、客户营销上和组织上全面超越，超越自己，超越过去，走向胜利，走向成功！

# 科技之力 数字化组织为怡亚通 插上腾飞之翼

文 | 赵月明

近期,东方甄选直播间刷屏网络,一众网友被直播间老师们的多才多艺及文学素养俘获,笑称“为知识付费的直播间”,新东方股票4天暴涨359%,迎来低谷后的又一个春天。

新东方翻红是整个团队的转型,是团队专业能力与最热数字化平台相结合后的价值变现。



▲ 东方甄选直播间

## 过硬的团队能力 在数字化加持之下焕发新价值 这条路同样适合怡亚通

怡亚通25年深耕供应链行业,拥有实力强劲的专业团队,现在就要用数字化战略为公司发展插上腾飞的羽翼,用数字化工具布局发展,用数字化组织兵团作战,将怡亚通强大的线下资源线上化,杀出重围,再创辉煌。

### 数字化战略 怡亚通新时期发展重中之重

激发科技之力,推动怡亚通数字化战略,是怡亚通新时期发展的重中之重。

### 对外,坚持以客户为中心,让客户体验降本增效。

为客户提供创新、智能的一站式服务,全面提升客户体验;用数据连接客户与商品,数字化营销,帮助客户实现销量增长。

### 对内,打破组织壁垒,提升人均效能。

企业数字化,是整合内部资源,打破传统组织壁垒和数据孤岛的重要环节,通过数字化构建连续贯通的数据流,以数据驱动业务,提高业务协作、提升人均效能。

## 以数字化运营模式 提升组织管理及服务能力

2022年,怡亚通构建前台主战、中台主攻、后台主撑的数字化平面进攻型组织,提升管理效能、运营效率、客户粘性。

### 1.组织管理数字化,降本增效

通过数字化工具,员工得以从基础工作中释放,将精力放在更有挑战的创新工作上,为公司的持续变革贡献智慧,进而提升公司整体运营效率,降本增效。

全员转变思维,成为具备数字化思维和能力的奋斗者。

从最新推行的三人协进队来看,数字化赋能价值可见一斑:财务转变传统手工做表的思维,合理借助系统,节省时间成本;方案合理利用线上平台,实现随时跨地域快速响应业务,提供支持;政委借助“员工视窗”及各项APP内置的商学院,减少培训及宣导成本。

① 管理层及业务部门可通过作战指挥系统(帆软大屏)进行业绩展示、指标分析、智能预警、绩效考核等日常经营管理,提升决策科学性。

② 员工可通过OA、ERP系统及各大APP完成日常培训、财务核算、业务导入等,节省人工成本,实现降本增效。



▲ 数据仅为演示数据

### 2.产品服务数字化,聚品牌、攻线上、服务用户

目前怡亚通线下运营能力能够带动的业绩规模已近饱和,只有构建数字经济生态,以“科技+产业+生态”为核心,整合线上和线下资源,熬过转型的阵痛,才能走得更远。

怡亚通互联网营销模块打造“品牌供应通”“怡通云”“怡通天下”“整购”“怡亚通APP”“家电客”“药购网”等数字化APP,布局公域电商、直播新媒体等渠道,聚品牌、攻线上、服务用户。

### 3.市场信息数字化,大数据分析为品牌决策提供科学依据

大数据分析在现代商业布局中越发重要,只有了解消费者需求才能突出重围,创造消费奇迹。

怡亚通以客户和生态为中心,构建智慧数字化供应链平台生态,以数据驱动,进行预测性分析,更好的完成市场信息甄别、产品调研,帮助客户深度了解市场,挖掘消费者需求,为品牌决策提供科学依据,与客户共同成长,互利共赢。

今天,时代在变革,传统模式已跟不上怡亚通发展的步伐。数字化是怡亚通新时期的关键举措,每一位怡亚通人都在努力成为具备数字化的思维与能力的奋斗者,推动业务发展、组织变革,与广大客户共享未来。

# 数字化转型 赋能碳酸钙产业迈入创新突破新阶段

文 | 余庭峰

## “重钙之都”贺州 崛起“石头经济”新高地

碳酸钙作为日常工业生产中重要的非金属矿物类基础原料,处于产业链的最前端,有“工业粮食”之称,与国民经济和生活密切相关,是发展新兴产业和高新技术的重要支撑材料。被广泛应用于塑料、建筑涂料、道路标线、油漆、造纸等领域。



中国是全球最大的碳酸钙生产和消费国,年产销量约占世界30%以上,2020年市场规模达到70亿元,生产地主要集中在四川、广西、广东、安徽、江西、湖南、河南等省区。

贺州位于广西自治区的东部,处于广西与广东的交界,碳酸钙石材储藏量达3.59亿立方米,远景储存量达26亿立方米(70多亿吨),约占全国碳酸钙资源储存总量的1/8,是全国知名的“重钙之都”。目前,贺州市石材碳酸钙产业链涵盖了矿山开采、板材及工艺品加工、重钙粉体、人造岗石、涂料、塑料、树脂、机械装备、商贸物流等企业,形成基础原料加工、下游产业衔接、配套产业促进的石材碳酸钙新材料产业格局。产业在发展过程中也遇到一些问题:

### 1. 矿石资源综合效益较低

当地高品位矿产资源容易低价外流,影响了企业经济效益和政府税收。

### 2. 政府统筹管理难度大

石材开发产业信息化程度较低,缺乏动态核查体系监督和管控全产业链条,技术上难以对矿产资源储量动态管理进行有效监控。

### 3. 政府统筹管理难度大

石材开发产业信息化程度较低,缺乏动态核查体系监督和管控全产业链条,技术上难以对矿产资源储量动态管理进行有效监控。

## 产业供应链数字化平台 助力贺州碳酸钙迈向千亿产业

为推进碳酸钙产业的集聚发展和产业升级,2019年数字化产业供应链平台应运而生,依托金石银钙网和广西东融石材碳酸钙线下交易中心,线上线下一体化,平台为本地乃至全国碳酸钙产业上下游企业提供供应链运营服务、物流综合服务以及金融服务。金石银钙网自上线以来,为平台上供应商、服务商和客户等提供了行业咨询、现货交易、价格指数、行业标准,覆盖客户上百家,实现用户数达到1709户,交易量接近40亿元,初步形成行业影响力。

新时期,贺州重新出发,集中全力打造产业供应链平台升级版,以数字化为工具,通过大数据、区块链等新技术,整合碳酸钙产业资源、数据资源,以数字化产业园为应用场景,打通数字化物流、数字化金融、数字化贸易服务,打造行业领先的数字化产业服务平台和供应链服务支撑体系,实现找资源、链客户、聚产业、引资金的目标,携手当地企业建立“共生、共享、共赢”的碳酸钙产业供应链新生态。

### 01 平台数字化物流赋能打造碳酸钙石材便捷流通网络

以数字化物流数据场景覆盖碳酸钙全产业链,平台结合大数据、区块链、5G等技术链接人、车、货、单据、流程、工具、场地等要素,打通贺州的碳酸钙石材产业链环节的干线运输、订单派送等物流网络,解决当地碳酸钙粉体、石材等碳酸钙的智能运输问题,推进碳酸钙集约发展、降低碳酸钙产业物流成本。

### 02 平台供应链金融赋能构造闭环的资金运用场景

以“供应链+科技+金融服务+大数据”的金融定位和资金赋能,通过大数据区块链技术,在商流、物流、信息流、资金流四流合一的基础上,实现供应链运用场景下的数据实时穿透,吸引外部资金规模化协作,降低企业总体融资成本。

### 03 数字化贸易赋能构造完整高效的供应链体系

通过平台扁平化的数字化集采和分销服务建立覆盖全国各级城市的碳酸钙数字化贸易网络,集合分散订单,实现集中化采购和精准分销,降低全链条采购成本,助力碳酸钙品牌商智分销、扩渠道,构建扁平化、共享化的贸易机制。产业供应链数字平台在物流、金融、贸易等体系的数字化赋能,将助力贺州市碳酸钙产业形成基础原料加工、下游产业衔接、配套产业为一体的数字碳酸钙产业格局,以数字化实现碳酸钙产业“绿色崛起”,力争早日实现绿色高端碳酸钙千亿元产业发展目标。

## 中国产业数字化驶入快车道 疫情推动产业升级重构 和企业数字化加速转型

当前,各个行业正加速推进数字化转型,2021年中国数字经济规模达39.2万亿元,产业数字化规模达到31.7万亿元,占比达到80.86%,疫情作为分水岭,促使产业数字化转型进入了新的生态发展期,在疫情危机与市场营商环境趋劣的双重影响下,各行业数字转型的节奏、投入的策略都发生明显变化。

从产业层面来看,产业数字化将推动大数据、人工智能、区块链在各行业的应用,随着数字化资源通过各种形式渗透进产业链的每一个环节,助力重塑产业流程,加速传统动能转化,实现产业结构调整和产业重构升级。从企业层面来看,利用数字科技全面赋能企业生产、研发、销售、服务等供应链全流程,将业务要素转化成数据要素,以流程驱动业务转变成数据驱动业务,优化企业生产和供应服务流程、增强企业的核心竞争力。

未来,贺州将紧抓数字化发展契机,将碳酸钙产业数字化转型模式和运营经验推向全国碳酸钙市场,力争打破全国碳酸钙地域限制和产业壁垒,构造形成全国碳酸钙产业互联互通的产业网络体系。期待贺州的碳酸钙产业数字化转型的成功,我们拭目以待!

## 200天, 实现增收转型 怡通天下100区域独角兽计划

文 | 郭业华

怡通天下100区域独角兽成长计划, 面向国内快消行业的区域型经销商、垂直品类经销商、二级批发商三类客群提供专项扶持政策, 包括“200天成长扶持计划”及“品牌商深度分销-全程陪跑服务”。

帮助合作经销商, 在新区域市场搭建出一个“品牌直达终端”的深度分销服务平台, 利用这个平台, 协助100个合作品牌快速建立种子顾客群和销量基本盘, 并从中获得服务收入。

### 怡通天下

#### 100区域独角兽计划 助力区域经销商扩大增量

力争在合作200天后, 助力合作经销商在新合作区域能真正实现: 千店覆盖、万个商品、增收百万的【千店万品无压力, 每月增收100万】的小目标!!

#### 交付价值一 拓店-协助服务

在经销商的当前仓配服务圈内, 投入4-8名BD人员, 与经销商的团队一起, 拓展更多的终端客户。

#### 交付价值二 品牌商招募-协助服务

投入专业化品牌招商团队, 协助经销商面向全球招募更多有竞争力的品牌厂家, 入驻区域平台。

#### 交付价值三 深度分销服务平台-技术运维服务

为品牌方开通品牌视窗服务, 通览全国市场及目标市场的终端覆盖情况, 享受终端实时订货和翻单情况的数据服务, 享受自主制定终端促销政策, 并直达终端的服务, 实时享受每轮促销活动的有效性分析报告, 及时调整。

#### 交付价值四 总代商品, 反向销往全国其他区域

盖全国29个省260个城市, 1000+县市。市场遍布东北, 华北、华中、华南、西北、西南等多个区域。覆盖的零售终端, 累计合作终端200万+, 涵盖商超、便利店、KA、电商、社区团购等全渠道。

### 380独角兽尊享服务

1. 技术资源大礼包	2. 品牌供应链资源大礼包	3. 销量增长拉动大礼包
<ul style="list-style-type: none"> <li>首次合作, 提供深度分销服务等技术平台, 赠送1年等运营维护服务</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2500家一线品牌资源共享礼包</li> <li>代销服务费礼包</li> <li>石材费用投入礼包</li> <li>折扣促销资源礼包</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>200天拓展扶持服务</li> <li>专享4-8人BD的拓店人力资源</li> <li>专享品牌的TOC促量营销政策</li> <li>专享伙伴运营商的门店资源</li> </ul>

## 兵团作战 不负信任!

文 | 陈桂香

### "尽锐出战"高效协同 将“不可能”变为“我可以”



4月疫情突发, 受上海道路与区域疫情管控影响, 仓库被封、物流停滞, 业务运营及开展困难。如何在“哀鸿遍野”中绝地求生? 如何在困境中实现业务突破? 这成为怡亚通华东战区IT电子与潮流生活BU最重要的命题。

4月26日中午, 怡亚通打印成像事业部经过持续沟通, 得知重点大客户爱普生有一批到港货物必须在五一期间由上海送达广东仓库, 此时上海处于全封闭状态, 故原有的合作公司无法完成。面对紧急需求, 广度平台副总裁麻婷主动出战快速响应, 第一时间钦点干将, 由业务、物流、方案组建专项小组召开线上会议, 在目前公司资源不能满足客户需求的情况下, 联合其他事业部积极开拓新的资源, 寻找解决方案, 把看似“不可能”完成的任务变为“我可以”。

项目小组抓紧时间分析客户需求、协调整合资源、梳理时间节点、责任落实到人、严格风险把控。销售副总监徐晓云, 专注服务持续沟通客户需求, 并根据客户所需制定不同运输方案; 工业行业事业部总经理刘吉明, 第一时间共享资源确认每个时间节点; 东区物流运营总监刘亮, 加班调度内部资源调度车辆, 配合客户提货交货需求; 大客户1+N方案总监成艳, 专业审核并提醒操作风险点; 东区营运总经理宋秉快速响应, 安排相关人员积极沟通; 商务经理王欢高效制单对接.....在全员居家办公情况下, 所有人随时待命、及时沟通, 以最快的效率保质保量进行项目对接, 货物在5月4日顺利到达仓库完成交付, 得到客户的高度认可。



大疫当前暗藏机会, 团队协作与共享重要性更加凸显。本次运作中, 项目小组成员不怕吃苦、兢兢业业、克服重重困难、加班加点、排除万难, 争取到新的业务机遇, 他们这种以客户需求为中心的敬业精神和跨部门高效协作精神, 为怡亚通人树立了榜样!

新时期的怡亚通正在全力发动第三次进攻——兵团作战, 打造数字化平面进攻型组织IT电子与潮流生活BU正在积极践行。组织变革不是为了分清责权, 而是要打造尽锐出战、聚焦客户需求的共同作战单元。目的只有一个: 满足客户需求, 成就业务共赢。希望越来越多的员工, 以主人翁精神、敬业奉献、高效协同、不懈奋斗, 用实力让客户相信怡亚通的能力, 挖掘更多的潜在客户和潜在需求, 实现业务突破增长。

# 全域“1+N” 满足需求,更创造需求

文 | 谢心悦

“在一家核心企业和他们的上下游之间搭建一个供应链服务平台,助力品牌及产业上下游之间的扁平化、共享化、去中心化。”

为了更好地迎接时代数字化变革,怡亚通深度挖掘市场需求,唱响“1+N”服务主旋律。“1”是供应链业务关键环节的核心企业,“N”是核心企业的N家上下游企业,在怡亚通“1+N”服务模式中,服务不限行业,聚合品牌企业核心需求,为品牌企业提供标准化供应链服务及个性化增值服务!怡亚通的1+N,不局限于帮1运营N,而是要成为1家大客户的一站式供应链服务平台。拥有资源整合、产品创新、渠道创新、营销创新四大核心能力,做到补充完善(找到更多N)、深度绑定(高效运营N)、充分激活(用N裂变出更多N,提升销量)供应商/渠道商体系,实现商业的扁平化、共享化、去中心化,助力品牌做大做强。

针对不同品牌企业的差异化需求,怡亚通“1+N”模式也衍生出不同的服务类型。

## 01 生产前端1+N

怡亚通在上游供应商“1”的基础上,拓展下游生产企业“N”模式,提供一站式原材料/零配件集采服务。

## 02 生产前端N+1服务

怡亚通为核心生产企业/品牌商“1”及其供应商“N”提供一站式原材料/零配件采购服务。

## 03 销售端1+N服务

怡亚通为核心企业(品牌商)“1”及其下游渠道商“N”提供一站式销售及销售执行服务,并扩充线上/线下新渠道、开展专业营销服务,帮助品牌提升销量。

## 04 销售端N+1服务

怡亚通为核心企业(销售平台)“1”及其上游供应商“N”提供一站式采购/成品集采服务。

## 05 跨境1+N服务

进口集采:怡亚通为境内采购商/品牌商“1”及境外原材料提供商/品牌商“N”提供从原材料采购、VMI、产品整合定制及交易到产品分拨、销售等全程供应链服务,帮助合作伙伴提升核心竞争力,实现全球化采购与销售。同时以“怡通天下”为载体,打通全链,提供一站式供应链服务。出口集拼:怡亚通为境内品牌商“1”及境外经销商/零售商/制造商“N”提供从原材料采购、VMI、产品整合定制及交易等全程供应链服务,帮助合作伙伴提升核心竞争力,实现全球化采购与销售。同时以“怡通天下”为载体,打通全链,提供一站式供应链服务。

## 06 联合1+N服务

怡亚通与品牌联合,共享共建、创新产品、整合营销与渠道资源,以怡通天下为媒介,开放平台与资源,毫无保留地输出品牌、渠道、大数据&云平台、技术、模式等资源与运营能力,推动品牌实现创新突围,实现品牌新的增长。

## 07 中型企业1+N服务

怡亚通为核心企业(中型企业)“1”及其下游渠道商“N”提供资金支持,帮助品牌保量增量,提升销量。

怡亚通正是通过对于品牌商资源的整合能力,整合联合优质品牌方的服务企业,将其资源纳入电商平台,形成强大的平台服务体系,来凸显自己的服务优势。

通过下面怡亚通与F品牌的合作案例,相信大家会对怡亚通解决问题的能力有更好体会。自2015年8月起,怡亚通作为平台商承接了F在小家电电商模块的供应链中重要的环节,当时的F小家电面临线上销售渠道经营混乱的现状,无法有效整合利用线上销售资源。于是怡亚通为其提供了一套全链路的解决方案,从物流、数据、市场、渠道、资金多个维度全方位进行整改。“分销+营销”双管齐下助力F构建扁平化渠道,快速直供终端,提升销量。同时线上线下全网销售终端也实现商品直采。总体推动F整合与变革,构建扁平化、共享化、去中心化的新流通商业格局。加强天猫、苏宁、唯品会等传统电商分销服务和资源整合。



拓展抖音、快手、拼多多等新兴渠道,推动小家电、医疗美容等领域开展品牌营销管理。这些营销手段提升了F整体运营效率,扩大品牌资源、增强品牌影响力。

除此之外,怡亚通还负责F非核心业务能力外包,承接和提供“商流、信流、资金流、物流四流合一”的平台化综合运营+服务。

怡亚通基于丰富供应链经验和品牌运营资源,致力于为客户提供高效服务。该项目承接后,运作9个月即有了10亿销售额,并且2020年全年业绩达34亿,成为了销售端“1+N”模式的优秀范本。



成功的品牌案例,丰富的分销经验,深厚的渠道资源和丰富的市场营销经验,帮助提升产品竞争力,开拓更广阔市场;专业的团队和成熟的系统,实现数字化智慧物流,帮助企业控制成本提高效率;分销职能职位精细化,专业解决各环节问题,业务+商务+财务+物流强大中后台支持。

怡亚通以客户为中心,满足客户差异化需求。企业有难题,交给怡亚通,欢迎广大品牌企业与怡亚通合作共赢,助力品牌做大做强!



# 神速! 怡亚通&金岭集团 综合商业合资公司完成注册

文 | 黎东标

2022年5月30日

怡亚通集团与广东金岭糖业集团旗下全资子公司广东金港糖业有限公司签署战略合作协议, 决定双方合资成立综合商业, 合力构建食糖产业供应链体系, 助力食糖产业链延链补链强链。

双方签订合作协议的短短10天时间里, 怡亚通、融桂怡亚通、金岭集团、金港四方倾力协作, 充分对接各自的优势资源、能力, 迅速完成了合资公司的商业模式设计、经营落地方案评审、团队配置、办公场所布置等新公司筹备工作, 并启动合资公司的注册程序, 于6月9日正式完成注册广东金怡国际供应链管理有限公司(以下简称“金怡”)的相关工作。

合资公司位于广东省湛江市霞山区宝石路26号, 注册资本3000万元(怡亚通出资1,530万元, 持股51%, 金港出资1,470万元, 持股49%), 经营范围包含: 供应链管理服务、国际货物运输代理、国内货物运输代理、报关业务、货物进出口、初级农产品收购; 食用农产品批发; 食用农产品零售等。



依托金岭集团在现代农业、食品行业的全产业链资源、网络和资本优势, 同时充分发挥怡亚通在产品设计、品牌营销、渠道布局、供应链服务等20多年的资源积累, 以及广西融桂怡亚通(怡亚通与广西南宁市当地国资企业联合成立的综合商业合资公司)在糖等大宗商品产地、加工与流通领域的优势, 金怡将致力于打造白糖全产业链服务平台, 引领实现“买全球、卖全球”的双循环新发展格局。

金怡将把湛江乃至广东、广西两地的食品产业链紧密连接起来, 全线打通湛江市的一、二、三产业, 做精、做深、做透食品全产业链生态, 围绕核心企业主导产业做好上下游企业服务, 促进湛江产业转型升级和降本增效, 助力湛江城市经济高质量发展。

# 怡亚通完成增资控股山东宝银 开启铝产业供应链发展新格局

文 | 黎东标

2022年6月22日, 怡亚通在山东省济南市与山东同元来商贸有限公司(以下简称“同元来”)、青岛彩色华章贸易有限公司(以下简称“彩色华章”)签署《增资控股合作协议》, 就铝产业供应链整合建立战略合作伙伴关系。根据协议约定, 怡亚通集团将以山东怡亚通供应链产业园管理有限公司为主体, 完成对同元来和彩色华章旗下山东宝银供应链管理有限公司(以下简称“山东宝银”)的增资扩股。增资扩股完成后, 山东宝银注册资本将由1000万元变更为3000万元, 其中, 怡亚通认缴出资2010万元, 持有67%的股权; 同元来持股16.83%; 彩色华章持股16.17%, 三方将按照实缴出资比例享有收益分配权。



未来, 山东宝银公司将围绕铝产业建立整合型供应链平台, 助力济南打造立足山东、辐射全国性的铝产业供应链服务网络, 推动铝产业全链条协调发展。合同签订后, 协议三方经过紧锣密鼓的筹备, 共同整理、制定合资公司的商业模式、战略规划、团队配置、订单运作流程等, 以最快速度完成了合资公司的注册落地工作, 6月27日, 山东宝银增资扩股工商注册手续正式完成。根据周国辉董事长的指示, 怡亚通在山东本地的战略布局将围绕地区发展趋势, 未来以铝产业、油品+化工产业、基建+粮油产业、建材产业、新能源领域五大核心方向为主。作为核心方向之一, 怡亚通与山东宝银将聚焦山东乃至全国未来的铝产业供应链发展方向, 开启整合上下游资源、打造产业供应链平台, 探索铝产业供应链跨越式发展的新模式, 开启新格局。在三方股东的全力推动下, 山东宝银正在整合各方优势资源能力迅速展开产业链相关铝制品的集中采购、直营分销以及铝废料回收等业务, 近期有望实现首个大单落地运营, 正式拉开山东宝银及铝产业供应链发展新篇章。

## “怡亚通APP”数字产业供应链服务平台， 打造产业园区和产业集群数字化转型利器

文 | 黄克

数字经济是全球未来的发展方向，是推动世界经济发展的重要动能。数字化转型作为数字经济发展的主要着力点，以云计算、大数据、人工智能等数字技术为抓手，广泛赋能各行业各领域。今年年初，国务院印发《“十四五”数字经济发展规划》，数字经济再次被提至重要高度，成为与农业经济、工业经济摆在了同等的时代价值位置。在《规划》的全局引领下，各地政府也提出了数字经济发展的目标，沿着“十四五”规划纲要部署的数字经济发展蓝图。



### 多地加大部署数字经济 以数字化转型激发产业园区创新活力

北京、浙江、山东、河南、四川等多省份在今年的地方《政府工作报告》中提出，要加快发展数字经济，并提出量化指标。例如山东省提出要继续巩固数字经济新优势，打造先进计算、集成电路、新型智能终端、超高清视频等数字产业集群；黑龙江政府印发《黑龙江省“十四五”数字经济发展规划》发布支持数字经济发展政策20条，全力发展数字经济；四川省政府印发的《四川省“十四五”数字经济发展规划》明确提出，到2025年，全省数字经济总量超3万亿元，占GDP比重达到43%。

在数字经济这一新赛道上，各地政府应该如何抢抓机遇，打造出新优势？

产业园区作为区域经济发展和新技术、新产业培育的主要阵地，其数字化转型对地方经济发展具有积极的引领和推动作用。产业园区经历了多年的发展，也处于对数字化转型需要迫切的阶段，加快发展数字经济，通过数字技术应用为传统产业转型升级提供支持和动力，是实现经济高质量发展的必由之路。

### 推进产业数字化转型，培育产业园区和集群数字化转型支撑服务生态

产业园区数字化转型，一方面是对现有业务的优化，利用数字化手段提质、降本、增收、提效、加速管理升级，提升运营水平，另一方面，在此基础上深化园区创新能力，发展新业务模式，开辟新收入来源，同时注重产业上下游、外部生态的数字协同和价值创造，推动园区高质量发展。在国务院印发的《“十四五”数字经济发展规划》中也明确提出，“积极探索平台企业与产业园区联合运营模式，提升线上线下相结合的资源共享水平，引导各类要素加快向园区集聚”，“全面深化重点产业数字化转型。立足不同产业特点和差异化需求，推动传统产业全方位、全链条数字化转型，提高全要素生产率。产业园区数字化转型聚焦于数字化基础设施建设与数字化推动产业周边资源整合，由内而外推动核心业务环节优化、数字化产品与服务创新、数字化生态共建三项重点任务。

在此大形势下，地方政府以区域产业园区数字化转型为抓手，立足自身优势，通过整合平台数字化资源和能力与产业园区场景数字化应用，共同打造数字化产业供应链服务平台，培育产业园区和集群数字化转型支撑服务生态，实现助力传统企业和中小企业实现数字化转型的目标。

### 数字化产业供应链服务平台是什么？ 平台为产业园区运营带来哪些赋能？

在数字经济这一新赛道上，各地政府应该如何抢抓机遇，打造出新优势？

产业园区作为区域经济发展和新技术、新产业培育的主要阵地，其数字化转型对地方经济发展具有积极的引领和推动作用。产业园区经历了多年的发展，也处于对数字化转型需要迫切的阶段，加快发展数字经济，通过数字技术应用为传统产业转型升级提供支持和动力，是实现经济高质量发展的必由之路。

#### ► 怡亚通APP：整合产业资源， 帮助产业资源交互与共享

“怡亚通APP”数字化供应链服务平台，是依托深圳国有资本投资公司的国资背景，整合怡亚通深耕供应链行业20余年积累的供应链服务能力和经验，以供应链服务为载体，数字化技术为手段，打造产业供应链数字化整合服务平台。

怡亚通APP聚焦产业供应链服务，通过整合产业及周边资源，帮助区域产业实现产业资源交互和共享，提升产业的协同和运营效率，以数字化赋能、协同产业上下游共同发展。为产业链上的核心企业提供非核心业务外包，帮助产业链上企业有效管理供应链上下游，以资金、资质、供应链服务为切入点，为产业链上下游的中小企业赋能，解决中小微企业在发展中遇到的融资困难、资质缺乏、供应链服务效率等问题，助力企业降本增效。怡亚通APP作为领先的数字化产业供应链服务平台，为产业发展构建了富有成长活力和多方共赢的数智产业供应链生态，助力区域传统产业转型升级。

#### ► 怡亚通APP：数字化应用， 引导产业园内传统企业提升数字化水平

大部分传统中小企业不是没有信息化的需求和愿望，只是企业单枪匹马，面临着没有专门人才，开发周期冗长、投入费用高昂、投资回收无望，成功率缺乏保障，系统进行成本高昂、维护困难等诸多问题，不得不望而却步。数字化产业供应链服务平台是产业园区助力园区内企业提升数字化应用水平，进而提高产业基础能力和产业链水平，全面推进园区高质量发展。

# 中小企代采与供应链金融服务

依托怡亚通平台及综商全国产业链布局,以中小企业客户资金需求为切入点,以供应链采购与销售服务为载体,通过承接从客户上游采购到下游产品销售的供应链环节中企业的非核心业务外包,从而达到缓解中小企业供应链资金压力、提升市场竞争力的目的,进而赋能中小企业,打造完善的、覆盖全国各地的产业数字化供应链金融服务体系。



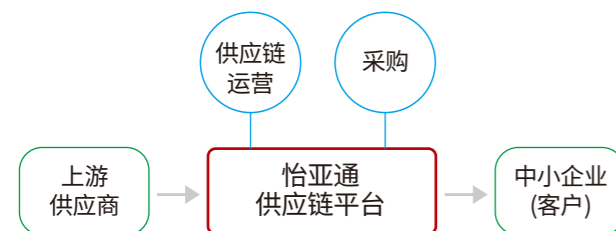
## 01 服务客户群体

行业			
快速消费品 (酒水、饮料、食品等)	基建材料 (钢材、混凝土、板材等)	3C产品 (家电、终端通讯、消费电子等)	家居产品 (燃具、家具、装饰建材等)
	医疗器械 护理产品	半导体 (电子元器件等)	.....
需求			
更专业的供应链运营、更丰富的企业融资渠道、拓展更广阔市场,做大做强			

## 02 以专业服务赋能客户

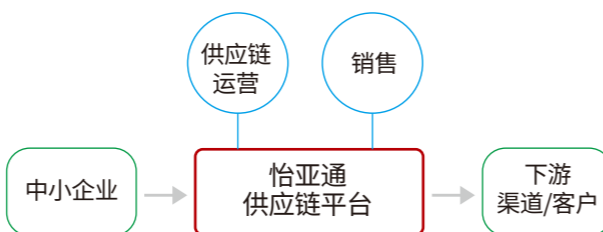
### 代理采购

提供“一对一”、“一对多”(即:客户指定的供应商可以是一家或多家)的原材料、成品前端采购。配套仓储物流、商务操作、资金结算等增值服务与支持。



### 代理销售

提供“一对一”、“一对多”(即:客户指定的下游客户可以是一家或多家)的原材料、产品的后端销售。配套仓储物流、商务操作、资金结算等增值服务与支持。



### 供应链数字化服务

产业互联网平台定制、SaaS系统输出、管理视窗工具输出等,帮助各地企业完成数字化转型,实现供应链管理数字化、智能化。

### 输出自营/国代产品

各地中小企业可成为怡亚通旗下钓鱼台珍品壹号、国台黑金十年、大唐秘造、新风谷、成分花园等优质品牌的代理商、分销商,助力中小企业扩大规模,做大做强。

## 03 合作模式

<b>服务输出</b>	<b>投融资</b>
提供供应链代采代销服务	为优质赛道公司提供投融资服务
<b>合伙加盟</b>	<b>金融产品整合</b>
欢迎全国各地的企业、个人加盟成为合伙人,共同开拓市场,互利共赢	整合银行资源,基于平台交易数据及场景,联合各地银行机构为企业提供资金支持。

## 04 为中小企业创造价值

1. 赋能中小企业,打造覆盖全国各地产业的数字化供应链金融服务平台。
2. 构建品牌与下游客户、终端之间扁平化的创新渠道模式。
3. 助力中小企业摆脱供应链压力,助力业务快速发展助力困局中的品牌突围。
4. 提升供应链效率,逐步实现总成本领先,提升核心竞争力。

服务热线: 400 096 5099

首糧醬酒

好喝才是经典

首粮形象代言人: 胡兵

统一零售价: 599元/瓶