

这个“创二代”曾是特种兵

网购达人,一定对每年的“双十一”、“双十二”的电商大战印象深刻,但之后的暴力分拣、延误递送等现象,也让人备感无奈。80后的他,曾经扛过枪,执过教鞭,又临危受命接下家族企业。顺应时代的召唤,在电商创新领域,为现代仓储的未来打开新思路,他就是中联网仓创始人、中联网仓投资管理有限公司总裁王俊杰。

本版撰文 青年报记者 高彩云
本版摄影 青年报记者 常鑫

军旅生涯,彻悟商场如战场

还读在初中时,老师让大家谈自己的理想,少年时代的王俊杰拿笔写下一句话:不做军人就做企业家。“后来上高中,驻南联盟使馆被炸和撞机事件刺激了我们,报考军校成了我当时最大的理想。”说到从军过程,王俊杰认为动机单纯,“没有太多的想法,就是少年的一腔热血。”2004年,王俊杰从特种兵专业毕业,成为一名特战军官。

2008年,所有企业受到经济危机的影响,王俊杰父母所经营的原本就规模不大的公司,却遭遇了前所未有的变故,负债1.5亿元让企业更加难以维持生存。

看着父母日渐消瘦,完全没有精力放在企业上,王俊杰主动背负起了自身的责任,2010年,有着十年军旅生涯的王俊杰卸甲归田,虽然不舍,但父母企业中突发的变故,让他不得完全投入到企业经营中。

回顾整整10年的从军历程,他觉得这是一笔巨大的人生财富,在他看来,特种兵的最大特点就是懂得隐蔽,同时拥有超人的忍耐力。他常常把办企业与从军的经历相提并论,认为两者道理互通:创业必须坚持,再坚持,没有耐力就不能

成功。

刚从部队踏入企业的王俊杰,就要面对许多的琐碎的事情,有着许多的茫然,但他知道,让企业存活才是王道。“一条路不能走到黑,该放弃就放弃,该转型就转型。”虽然经验不足,但部队生活让他在短时间内就掌握了企业的脉络。

执掌家中的服装企业,王俊杰只用了一年时间,就雷厉风行地完成了现代企业的制度化建设,并于年底进军电子商务,他运用独特的企业运作方法——不设任何目标,他认为网上趋势变化太快,必须见机行事,如果制定了目标,就会造成产投失衡。

当时,正是网络购物方兴未艾的时节。王俊杰决定将自家产品放到电商平台销售,销售业绩节节攀升的同时,烦恼接踵而至。有一次促销,一天里达成了三万个订单,却在顾客买单后却收到了一万多个差评,原因是物流服务跟不上。“当时,我们第一年在电商平台上的销售是一百万元的体量,到了第三年,达到了五千万元的销售量。仓储物流的短板让我们非常苦恼。我们遇到的问题,其他电商也遇到了。”



寄语创业者

希望刚毕业的大学生能在好的平台上多锻炼一下,不要莽撞创业。一个人承担社会责任越大,获得的成功越大;一个人承担责任的勇气越多,他遇到成功的机会也越多。

顺应时代,转战第三方仓储物流

在欧美市场,第三方仓储物流外包服务的需求很高,欧洲占比达到20%,美国达到40%。但在中国,该比例仅为3%。

经营电子商务的过程中,王俊杰发现,电子商务的后端供应链整合存在着诸多的问题,主要是信息化程度不够高,各个环节比较分散,不同公司内部信息系统之间差别也较大,因此供应链整合程度不够,效率很低。在王俊杰看来,一些电商选择自建仓储而没有选择外包,归根结底是目前多数第三方仓储服务公司无法满足电商的要求。但随着电商的高速发展,其自建仓储根本无法完全满足企业的增长需求。

2012年初,王俊杰根据市场调研中联网仓就开始对第三方仓储物流配送项目进行市场

调研和可行性评估。经过半年多的实地调研和数据核算,公司终于决定启动后端供应链整合一体化项目。2013年3月,中联网仓科技有限公司正式成立。从此,公司完成了从传统企业到电子商务再到电子商务后端供应链管理一体化服务的完整转型。

现代物流对仓储企业的要求,不仅仅局限于物资商品的存储功能,更要求其延伸服务链,发挥“承上启下”的枢纽作用。客户的各种商品集中在第三方仓储,由其负责输入时的存储、管理和输出时的分拣、出运,所以包括客户、销售平台公司、快递、干线物流、配送、服务等在内有很多接触点。在信息化建设方面,第三方仓储的系统也需要能够和很多平

台对接,这对机械化和信息化以及提高管理水平和运营效率都提出了很高的要求。

“这正是第三方仓储企业的机会,我们在最初设计时就吧承载上限设定得很高,即便业务量暴增也能承受得住。对于自建仓储的电商而言,盲目扩建仓储会造成大量资源浪费,合理采用第三方仓储在满足发展需求的同时,也有助于控制电商企业的成本。实际上,中联网仓已帮助五芳斋、御泥坊、大东等各品类销量领先的品牌,扫除了它们电商销售仓配方面的后顾之忧。”王俊杰说。

王俊杰回忆道:在中联网仓成立的第111天,就迎来了他的第一轮投资。虽然前期很辛苦,但付出的一切被认可就足以。

降低供应链的成本,才有生存的价值

作为80后创业者,特种兵出身的王俊杰有着无限的激情和想象力,他说,有梦想才能激发出更大的潜能。在管理团队的时候,王俊杰追求“混搭风格”:仓配中心的操作和服务讲究执行力和专业化,用军事化风格管理,打造一支严谨高效的团队;而品牌市场团队因为直面电商客户,要用互联网思维与客户和市场融合,产生更大的影响力。他告诉记者:“军事化管理和互联网思维这两种看似截然不同的管理模式,在我们这里实现了兼容。”

如今,中联网仓已是目前中国最具示范性的样本。作为专业高效的仓储物流配送服务及系统设计、优化、运营服务的提供者,中联网仓已建成的国内首家高自动化电商仓配中心共计5万平方米,采用欧洲进口的分拣、输送设备以及为中国市场量身定制的第三方仓储软件系统,

可日均处理150万件货物,每分钟发货1500单,更拥有峰值处理超过200万件货品的能力。

货品在全程监控下完成自动称重、贴标、质检,工作人员会对危险品及有破损的货品进行细致排查。中联网仓的货品损伤指数是远低于行业平均水平的0.03%。

现代化仓配中心的效率惊人,而王俊杰心里的那本账更务实。“现在,我国供应链成本占GDP平均18%,这个数字在欧美国家是10%左右。我们这种第三方仓储企业通过专业的分工、集约化的经营、现代化的物流设施设备和智能化的系统,能不能把这个成本降下来是关键。真正降成本不是打价格战,而是把供应链整个体系、环节进行优化。”

中联网仓特做了很多尝试,比如跟快递公司、平台公司之间实现了信息实时交互,电子面单,热敏面单。一个传统的五联单,空白单子成本大约五角到六角,

用热敏面单成本只要一角。除了面上的节省,更重要的是背后的东西——对账、称重、分拣等需要大量人力投入的环节都由通过系统解决。快递公司的揽件成本降低了,中段成本也降低了。“我觉得,不断把供应链的成本降低,把体验做得更好,才是我们的价值所在。”王俊杰如是说道。

对于未来,王俊杰早已有自己的打算:启动中联网仓产业投资基金,为更多从事现代物流、互联网金融、自动化仓配等产业的企业提供服务,进一步助推中联网仓实现全国布局;计划三年内在全国范围建成并运营超过500万平方米的中心仓+配套仓储规划,七大区的中心仓分别为华东、华南、华北、华中、西南、西北、东北;其中2015年建成并运营100万平方米,2016至2017年平均每年新建200万平方米项目规划,以达到自动化仓储物流布局的要求。

记者手记

创新改变世界

别了10年军旅生涯的王俊杰毅然决然地选择创业,当他在电子商务领域发展如鱼得水的时候,却涉足第三方仓储物流,从筹划到成立中联网仓,雷厉风行地用短短几个月的时间完成。梦想要付诸行动,机会都是在犹豫中错过的。这大胆的创新,惊人的魄力,都展露了他军人的本色。

王俊杰这位年轻的企业家展现了创业者身上所特有的专注、热情和强大的内心。这些可贵的品质既就像是中联网仓的一个缩影,深深地印在了他们的发展轨迹上。每个企业家

都梦想着他的商业创意能够改变世界。他们的创意都曾经塑造过一个崭新的产业。与此同时,我们也能从中感受到他对梦想锲而不舍的心。

