

小变化更精彩

从“总仓”到“云仓” 餐饮配送再升级

咬一口小笼包汤汁鲜美,吃一份白斩鸡皮滑肉鲜,选一份中西套餐供应快速,随着更多餐饮供应商的入驻,从上海味道到世界美食,都将齐聚第二届进博会。而在保证各国宾客“吃得好、吃得安”的背后,是一个24小时运转的“云仓”平台。今年,上海在不再设立物流配送“总仓”的前提下,依托虚拟的物流信息跟踪服务主平台——“云仓”平台,对56个供应商发货点(“分仓”)进行全流程管理,目前“云仓”平台已经上线启用。

首届进博会期间,展馆内餐饮企业的原料及食品采用“中转物流总仓配送模式”,在夜间统一配送。即设置物流总仓,要求馆内各家餐饮企业提前将原料、半成品及中央厨房加工产品等,首先送至总仓,而后由光明乳业旗下的领鲜物流在闭馆后,安排进博会专用车辆,再由总仓配送至各馆内的餐饮企业。总仓的主要功能为:提前备货、集中检测、安检前移、全程

押运、绿色通道、集中分配。

统一监管让全程更安全,但在第二届进博会餐饮保障中,是否继续应用“总仓”模式,还是应用“总仓+分仓”模式,抑或是其他模式,却成为难点问题。“总仓模式为本市大型展会的食品安全管理积累了经验,但一个有形的总仓运行成本高,各分仓的物流车辆集中到总仓,带来企业用工成本、运输成本的增加,也给大型展会期间原本紧张的道路交通资源,带来了新的压力。”市商务委有关负责人说。

听取了各方意见和充分论证之后,市商务委拿出一个优化方案,启动全新的云仓管理模式。即所有物流配送车辆由“云仓”平台统一调度配送,在中转物流集中点(P9停车场)进行集中安检,采取“分仓食检、车辆铅封、平台调度、分时配送、集中安检、全程押运、绿色通道”等措施,确保供应安全。

记者了解到,由一家指定的物流配送

公司变成了多个社会物流企业,“云仓”模式需要更严格的准入标准和全程监管,才能确保万无一失。为此,市商务委会同相关部门制定标准,要求企业必须严格遵循统一车辆运输及统一订单的操作模式。如:需选择多温区冷藏车型作为各供应点与展馆间配送的主要运输车型,可同时满足多温带产品配送要求;安装GPS跟踪设备,做到实时监控车辆行驶轨迹;所有车辆均统一标识,并按照一级安保要求进行车证、人证的通行证备案管理等;单证齐全、索证索票、包装规范完整等食品安全的基本规范更是不在话下。

从“总仓”到“云仓”,意味着从集中到分散,监管的难度更高了,企业的效率却提升了,负担的成本也降低了。而背后的大数据则能为企业分析大型保障活动中消费者的用餐喜好等消费趋势,这一模式今后可应用于更多大型活动的餐饮保障。

本报记者 张钰芸

三毛穿越记 58

壮丽70年
奋斗新时代



孙绍波画(三毛形象由张乐平家人授权)

买够、吃饱,三毛享受进博会“溢出效应”,意犹未尽。

“三毛,你不想试试进博同款的高级定制时装?我知道一个好地方!”进宝神秘兮兮地对他说。“好啊!走起!”两人来到了愚园路上一家小店。别看店面不起眼,这里既是进博会“6天+365天”交易服务平台,展示并售卖各类进口商品,还是中国首家进口面料保税平台,“前店后仓”模式支持“当天取料、现场看样、一周成衣”,制作周期更短,价格与海外同步。三毛摸着成卷来自欧洲的高级面料,挑花了眼。造型师来帮忙,为他量体裁衣,面料、颜色、纽扣、装饰都选好。一周后,三毛再次来到店里,新西装已经做好啦!三毛穿上新衣,神采奕奕。“你就穿着这套西装参加进博会吧!”进宝拍手道。徐轶汝

量体裁衣

展品去哪了

都乐金菠萝 网红天天见



除了在超市、电商平台上买到过都乐的明星产品金菠萝,你还在哪里吃到过它?如果你是网红茶饮的拥趸,就一定能猜到,喜茶的“满杯金菠萝”就是用的它。首届进博会后,都乐与多家知名茶饮品

牌展开合作。今年上半年,都乐的多种进口鲜果,出现在了“喜茶”、“奈雪的茶”、“乐乐茶”等新茶饮品牌的中央厨房内。

“在首届进博会结束后,都乐便和许多意向客户开始了具体的业务合作,进博会的成功举办对于都乐在中国的销售起到了积极的帮助。”都乐相关负责人表示,目前都乐在中国已拥有多元化的销售网络,在10个全国性商超系统、25个知名地方性商超系统、15个知名精品水果连锁客户拥有1600多家门店客户,覆盖城市地区140个,都乐还积极布局线上多渠道发展,并与多家O2O连锁品牌开展了合作。记者在都乐天猫旗舰店看到,“双十一”预售活动正做得如火如荼,两只装金菠萝的预售活动已经有16923人收藏,堪称明星产品。“借助天猫、京东等线上平

台,都乐水果可以销售到全国的绝大部分城市。”

更有趣的是,进博会不仅促成了参展商与采购商之间的合作,参展商之间也实现了供需对接。据介绍,进博会期间,在与其他展商的交流中,都乐得知了不少大型企业内部的鲜果需求。目前,都乐已与多家知名参展企业开展合作,定期为企业开展蔬果内购会、员工福利会,还为企业食堂供应水果。

不仅是金菠萝,在首届进博会上,都乐还带来了12个国家27个不同品项的产品,让中国市场更了解它。本报记者 张钰芸



扫二维码看视频

十分上海·买全球

保税展销贸易港 足不出“沪”买个爽

编者按>>>

第二届中国国际进口博览会开幕在即,新民晚报全媒体推出“十分上海·买全球”特别报道,探访3家“6天+365天”交易服务平台:虹桥进口商品展示交易中心、Gracina Life时尚生活馆、绿地全球贸易港,感受进博会的溢出效应。

作为上海首个保税展示展销场所,绿地全球贸易港与国家会展中心一路之隔。整个“贸易港”拥有近1万平方米保税展销区域,来自45个国家的120家客商齐

聚在此,2.2万余种海外商品任你挑选。

上午10点“贸易港”开门迎客。欧洲馆、亚洲馆、美洲馆……各国展品琳琅满目;钻石珠宝、数码家电、生活用品……品类丰富一应俱全。“贸易港”如何方便市民“买全球”,便利商家“卖全球”,我们将镜头对准消费者、经销商、参展方,听听他们有什么想说的。

在这里买进口货方便在哪里?青浦海关保税监管二科科长洪钧钦介绍:“市民可在此根据免税价购买并当场提货,而由‘贸易港’在该商品出售后1个月内向海关集

中办理报关完税手续。”顾客买得省心,商家卖得安心,这就是“贸易港”魅力所在。

让展品告别“能看不能买”,通过直采渠道实现“全球同质同价”,“贸易港”承接进博会“溢出效应”,推动“展品变商品”。随着第二届进博会的到来,此处“365天”不打烊的平台,将为上海与世界交流合作再添砖加瓦。

视频摄影部



扫二维码看视频



扫二维码看动画