读书笔记5——“从供应链角度出发浅析罗森的成功”

6月18日，罗森江苏第二座生产基地在省会南京落成投运。这距离罗森江苏“江阴基地”，仅过去三年时间。

江阴是罗森中国“大加盟”模式的诞生地。2014年，江阴华联找上罗森，双方牵手创出罗森第一个“大加盟”模式。7年过后，整个便利店行业都知晓的，并出现了行业模仿者的“大加盟”，助力罗森跑出了“火箭速度”，跃居外资便利店网点规模头席。

但鲜为人知的是，罗森有在后端同步发力供应链工厂合作模式——即2018年江阴华联主导投建、罗森参股的逅厨供应链基地。

对江阴华联而言，“捆绑”罗森一起做供应链工厂，是区域零售商被现实倒逼找到的转型出口。2014年6月，江阴华联找到罗森，开启罗森中国的第一个“大加盟”合作。江阴华联在江阴地区加盟发展罗森便利店。

不过，7年前县域的便利店市场，还是待培育消费习惯的处女地，罗森的下沉并不如预期那么被接受；同时虽是经济发达的百强县域，但人口居住分散，密度不高，导致便利店市场容量有限，单独一个便利店业态到双位数店铺可能就是县域天花板了，压根“喂不饱”江阴华联。这逼得江阴华联从门店前端渠道运营，延伸到后端供应链寻找机会。

开启合作模式基础一环是，江阴华联向上游供应链的尝试，又拉上了伙伴罗森。理由与便利店“大加盟”模式一样，希望能整合罗森在供应链食品工厂的运营管理经验，食品研发技术及资源等。

至于罗森，其实也是没有工厂运管经验的。江阴华联和罗森联手投建江阴逅厨供应链基地时，是直接从日本请过来的鲜食工厂专家。仓配物流也是和日本罗森合作多年的日本排名第一的冷链物流企业日冷物流。

首个江阴基地，虽然是江阴华联集团董事长解红光主动提出罗森要共同参与投资，利益捆绑减少后期风险，但此后两个工厂物流基地罗森都愿意持续参股，则也是罗森能从中学到“工厂经验”，掌握到工厂物流一线大数据等诸多利好刺激。也是罗森“小商圈制造型零售业”理念在区域市场的首次落地实践。

按照江苏逅厨供应链管理有限公司董事长解舟的介绍，相比江阴工厂，南京工厂投建改造时间更短，总投资降低，鲜食工厂面积更大，包括首次采用“连续隧道炉”，自动化沙拉机器等新设备引入比重加大，整体效能更高。品类上，新增加了色拉工厂，能供应100多种SKU自产商品。南京工厂日产峰值可达40万份，能覆盖1000家便利门店的鲜食供应。因为有江阴工厂3年的经验，从筹建开始，南京工厂就在设计规划、品类规划、车间空间设计、动线设计，在人流和物流上做了更好的动线优化，包括灯光照明亮度、质量管控、通风、温度设置等涉及到整个产能的设备都进行了多细节角度的优化。罗森和江阴华联的合作，从便利店门店加盟合作，到后端供应链工厂合作，由浅及深，互为犄角，让罗森便利店在江苏得到迅猛推进。