

中国钢贸企业未来数字化转型升级可行之路

崔建兵

福然德股份有限公司

DOI:10.12238/deitar.v1i2.6553

[摘要] 随着信息技术的快速发展和应用,数字化转型成为推动各行业发展的重要驱动力。然而,在中国钢贸企业中,数字化转型的进程相对滞后,面临许多挑战。本文探讨中国钢贸企业进行数字化转型升级的可行之路,包括技术创新、管理模式改革和市场拓展等方面,以期为中国钢贸企业实现可持续发展提供有益的参考。

[关键词] 中国钢贸企业; 数字化转型; 技术创新; 管理模式改革; 市场拓展

中图分类号: F27 **文献标识码:** A

A feasible path for the digital transformation and upgrading of Chinese steel trading enterprises in the future

Jianbing Cui

Furande Co., Ltd

[Abstract] With the rapid development and application of information technology, digital transformation has become an important driving force for the development of various industries. However, in Chinese steel trading enterprises, the process of digital transformation is relatively lagging behind and faces many challenges. This article explores the feasible path for Chinese steel trading enterprises to undergo digital transformation and upgrading, including technological innovation, management model reform, and market expansion, in order to provide useful references for steel trading enterprises to achieve sustainable development.

[Key words] Chinese steel trading enterprises; Digital transformation; technological innovation Reform of management mode; Market expansion

中国钢贸行业身处于全球经济的洪流中,面对的不仅是国内市场的竞争,更是在全球经济一体化进程加速的大背景下,如何调整自身以适应国际市场的挑战。数字化时代,信息技术的广泛应用为传统钢贸企业提供了转型升级的契机。通过建立信息化平台,利用大数据、云计算等技术,企业可以实时掌握市场动态,提高决策效率,优化供应链管理,降低运营成本^[1]。

1 中国钢贸企业技术创新措施

1.1 互联网+

钢贸企业借助互联网+的模式,将传统的线下交易转变为线上交易,并通过搭建电子商务平台实现供应链信息化和资源集中管理,从而提高交易效率和数据共享水平。同样地,这种模式也可以应用于企业的各种项目中,为钢贸企业的经营与发展提供技术方面的支持。

例如,在钢贸企业产品原材料采购期间,搭建一个专门的电子商务平台,为供应商和采购商提供便捷、高效的在线交易功能,同时简化交易流程,增强交易安全性。供应商利用平台的在线报价和询价功能,能发布产品信息和价格,而采购商则可轻松进行

询价和比较不同供应商的报价。订单管理功能使采购商直接在平台上下单,供应商则可及时确认订单并安排生产和发货。此外,支付和结算功能能够保证交易款项的安全和及时到账,而物流跟踪服务则让采购商能随时了解订单的运输情况。

借助电子商务平台,钢贸企业实现供应链信息化和资源集中管理,完成审核、评价和分类等多项工作,并注重供应商的信誉和产品质量,实现供应商管理目标。实时监控库存情况,及时补充不足的产品,降低过多库存的风险,实现库存管理。此外,平台收集订单信息,并与供应商和生产部门进行协调,更好地组织生产和提供货物,实现生产计划与协调。将平台收集交易数据和客户反馈进行数据共享和分析,为企业决策提供支持,旨在提高运营效率和竞争力,推动钢贸行业持续发展^[2]。

1.2 大数据分析

钢贸企业在销售、采购和库存等关键环节的深度分析,是利用大数据技术优化运营决策、降低成本,并提高供应链的可靠性和稳定性的重要举措。大数据分析在一定程度上扩大企业对市

场需求的洞察力,帮助企业更好地预测销售趋势,及时调整采购计划,并优化库存管理。

在销售方面,大数据技术帮助钢贸企业更好地了解市场需求,从而制定更精准的销售策略。收集和分析销售额、销售渠道、客户偏好等大量的销售数据,企业可发现潜在的销售机会和利润点。比较分析竞争对手的销售数据,企业得以了解市场份额和竞争力,进而制定合适的定价策略。

在采购方面,大数据技术帮助企业优化供应链管理,提高采购效率和降低成本。企业分析历史采购数据和供应商的绩效数据,从而找到最可靠、价格最合理的供应商,并与其建立长期合作关系^[3]。此外,大数据分析提供实时的市场情报,有助于企业及时调整采购计划,进而适应市场需求的变化。

在库存管理方面,大数据技术帮助企业减少库存积压和降低库存成本。综合实时监测销售数据、采购数据和库存数据等措施,企业可以进行精确的预测和需求规划,避免过量或过低的库存。不仅如此,大数据分析还可以优化企业库存布局,减少运输和储存成本。

1.3 物联网技术

物联网技术为钢贸企业提供一种全新的管理方式,可全程追溯和监控钢材整个生命周期,提高产品质量和安全性,降低风险。在项目生产经营期间发挥出物联网技术的应用效果,可全程监控钢材的生产环节。从原材料的入库、生产流程的每一个环节,到产品的出库,都保证详细记录,既确保产品质量,又为后续的钢材使用和维修提供详细的原始资料。在物流和仓储环节,物联网技术能够实现实时追踪和监控。基于传感器和GPS定位设备等设备安装成果,精确掌握钢材的位置和状态,避免运输过程中的损失和延误。

对于钢贸企业的产品经销和物流运输而言,物联网技术同样具有广泛的应用前景。在运输过程中连接传感器和设备,实时监控运输材料和运输设备的温度、压力等关键参数,注重产品的质量。利用物联网技术监控压铸机工作状态,进一步预防设备故障,提高设备利用率。此外,物联网技术在产品的后期维护和服务中发挥重要作用,通过在产品上安装传感器,实时监控产品的运行状态,及时发现潜在问题,提高客户满意度^[4]。

2 中国钢贸企业管理模式改革

2.1 制度创新

在当今的市场环境中,钢贸企业应更加注重内部管理制度的建设,不断完善规范性文件和流程,建立健全的内部审核机制,强化行业信誉度和市场竞争力。对于钢贸企业的项目而言,同样需要一套严谨的内部管理制度保证项目的顺利进行。

首先,钢贸企业应制定和完善各项规章制度,明确各项业务的操作流程和规范要求。规章制度应详细包括从原材料采购、生产加工、产品质量控制,到销售和售后服务等各个环节。按照制定详细的流程和规范,员工明确自己的职责和操作方法,为增强个人工作效率和产品质量奠定基础。

其次,钢贸企业必须建立健全的内部审核机制,为有效执行

各项规章制度创造良好的条件。内部审核工作和条例具体覆盖企业各个部门和业务环节,定期检查和评估各项流程,及时发现和纠正存在的问题。鼓励员工积极参与内部审核工作,提出改进意见和建议,促进企业持续改进和提高。

对于钢贸企业的项目,在项目启动前,应详细分析项目需求,制定项目计划和时间表。在项目执行过程中,严格把控各个环节,保证按照既定要求完成工作。建立项目进度报告制度,及时反馈项目进展情况,以便调整和优化项目。

2.2 人才培养

数字化技术正在对各个行业产生深远的影响,为了适应这一变革,企业需要加大对数字化技术人才的培养力度。首先,引进专业人才和高层次创新型人才是非常重要的。通过引进具有丰富经验和创新思维的专业人才,可以帮助企业更好地理解和应用数字化技术^[5]。同时,高层次创新型人才能够推动企业在数字化转型中走在前沿,开拓新的商业模式和市场机会。

数字化技术的快速发展要求员工具备相应的知识和技能,才能更好地适应并应用于工作中。因此,企业应该投入资源,组织各种形式的培训活动,为员工提供内部培训、外部培训和在线教育等多种学习和成长的机会,满足不同员工的学习需求。在员工培训中,除了传授数字化技术的知识和技能,还应注重培养员工的应用能力,使员工有能力结合数字化技术与实际工作,从容的解决实际问题。

2.3 协同合作

钢贸企业通常从不同的供应商采购原材料和零部件,而供应链的高效运作对于企业的生产和交付至关重要。企业与供应商展开紧密的合作,整合供应链减少库存和物流成本,提高采购效率和响应速度。此外,在与客户的密切沟通和合作中,企业更好地了解市场需求,灵活调整产品组合和定价策略,提供符合客户期望的解决方案。与客户的协同合作还能够帮助企业拓展市场份额,增加销售量和利润。

在数字化时代,钢贸企业需要应对复杂的信息技术和数据分析需求。与专业的第三方服务机构合作,可获得更先进的技术 and 工具,增进企业的运营效率和管理水平。例如,与物流公司合作可以优化物流配送网络,降低运输成本。与软件开发公司合作定制开发适用的企业管理系统,促进内部业务流程效率提高。

3 中国钢贸企业市场拓展

3.1 海外市场

中国钢贸企业面临着全球经济一体化的挑战和机遇,应积极拓展海外市场,开拓国际贸易渠道,加强与国外企业的合作,并适应不同国家和地区的需求,提供定制化的产品和服务。中国钢贸企业应了解海外市场需求和趋势,掌握国际贸易规则和标准,积极参与国际市场竞争。企业主动参加国际展会、考察和交流等方式,了解国际市场动态和客户的需求。与国外钢厂、贸易商、物流企业等建立合作关系,加强与国外企业的合作,建立战略合作伙伴关系,实现资源共享、互利共赢^[6]。及时采用跨国并购、合资等方式,拓展企业在海外市场的业务范围和渠道。

不同国家和地区的市场需求和标准存在差异,企业应根据当地市场的需求和标准,提供符合要求的产品和服务。积极的与当地企业的合作,助推本土化生产和销售。时刻关注自身国际化经营能力,合理化多样化举措提高国际化管理团队的水平、建立国际化的营销网络和品牌形象、提高企业的跨文化交流能力。通过不断提高自身的国际化经营能力,中国钢贸企业将能够更好地适应海外市场的需求和变化,实现可持续发展。

3.2 新兴市场

随着科技的进步和产业升级,新兴行业如新能源、环保、电动汽车等迅速发展。这些行业对钢材的需求量较大,且对产品的质量和性能要求较高。钢贸企业动态性关注这些行业的动态,了解市场需求和趋势,为企业拓展新的市场空间提供支持。针对新兴行业的需求,钢贸企业主动研发和生产符合市场要求的高端钢材产品,并且根据市场需求变化,调整产品结构和经营策略^[7]。

新兴行业的发展涉及到多个领域和环节,钢贸企业与上下游企业建立紧密的合作关系,实现资源共享和优势互补。与供应商、生产商、物流企业等建立战略合作伙伴关系,共同开拓市场。加强技术创新和人才培养,提高企业的技术水平和研发能力。

3.3 创新营销

在当今数字化时代,钢贸企业应充分利用数字化技术和社交媒体平台,进行在线营销和品牌推广,提高企业知名度和形象。钢贸企业应建立自己的网站和社交媒体账号,提供详细的产品信息、企业介绍和联系方式。精心设计网站和社交媒体内容,展示企业的实力和特色,吸引潜在客户的关注。积极更新社交媒体动态,与粉丝和客户保持互动,了解他们的需求和反馈。

钢贸企业还可以利用搜索引擎优化(SEO)技术,提高企业在搜索引擎中的排名,增加曝光率和流量。持续优化关键词、网站结构和内容,提升企业的搜索排名,吸引更多潜在客户。运用大数据分析和人工智能技术,挖掘和分析客户数据,深度了解客户购买行为、需求和偏好,为企业制定更加精准的营销策略提供支持。根据客户需求提供个性化的解决方案,提高客户满意度和忠诚度^[8]。

3.4 跨界合作

在当今高度竞争的市场环境中,钢贸企业积极寻求与其他相关行业的跨界合作,共同探索新的商业模式和市场机会。与建筑、能源等行业展开合作,拓宽产品应用领域,提供全方位的解决方案,进一步增强企业的竞争力和市场影响力。其中,建筑行

业是钢材的重要消费领域之一,钢贸企业与建筑企业共同研发新的建筑结构和设计,提供符合建筑要求的钢材产品。另外,钢贸企业与建筑行业合作,推广绿色建筑和可持续发展理念,提供环保、高效的建筑用钢解决方案。

能源行业是钢材的重要需求领域之一,钢贸企业与能源企业合作,提供符合能源项目要求的钢材产品和服务。例如,在石油、天然气等领域,钢贸企业与能源企业合作,提供高质量的油气管材和设备,共同开发新的能源市场。不仅如此,钢贸企业还可以与其他相关行业进行跨界合作。例如,与物流行业合作,优化物流配送网络和降低运输成本。与金融行业合作,探索供应链金融和风险管理等新模式。与环保行业合作,推广环保技术和产品,实现绿色发展。

4 结语

总之,中国钢贸企业未来数字化转型升级的可行之路是艰巨但必要的。只有通过技术创新、管理模式改革和市场拓展的综合手段,才能实现钢贸企业的可持续发展和竞争优势。相信在政府的支持和企业的努力下,中国钢贸企业未来将迎来更加广阔的发展前景。

[参考文献]

[1]廖瑛.建筑钢材采购价格组成与采购成本控制[J].中国物流与采购,2023,(16):107-109.

[2]明慧.数字化赋能钢贸流通企业运营效率借力提升[N].中国改革报,2023-06-19(003).

[3]蒋敏辉.贸易业对钢铁供应链高质量发展的价值[J].冶金经济与管理,2023,(03):9-11.

[4]马敬泽.建立以需求为主导的钢铁供应链条[N].现代物流报,2023-03-08(002).

[5]李景.钢贸业亟需数字化转型[N].经济日报,2023-02-08(005).

[6]丁延太.“数字经济”时代钢铁贸易模式当如何重塑?[J].中国商界,2022,(03):100-103.

[7]王晓禹.数字化背景下大宗货物贸易策略研究[J].中国储运,2021,(07):221-222.

[8]高颖.基于产业资源整合的A钢贸企业供应链协同策略[D].浙江工商大学,2020.

作者简介:

崔建兵(1976--),男,汉族,上海市人,硕士,总裁,研究方向:企业经营与管理。