

榜样中国·2021四川十大经济影响力人物

大型评选活动

四川十大新经济领军人物

雷博

四川铁骑力士集团副董事长、新兴业务事业部总裁

铁骑力士集团副董事长雷博：
打破固有思维
开启农牧食品行业创新经营

华西都市报-封面新闻记者 朱珠

3月29日下午,由封面新闻、华西都市报、封面科技主办的“榜样中国·2021四川十大经济影响力人物”评选活动颁奖典礼在成都双流举行。

作为铁骑力士集团副董事长、新兴业务事业部总裁,雷博在现场荣获“2021四川十大新经济领军人物”大奖,90后的她带领着公司最年轻部门,在2021年持续变革创新,充当新零售先行军,以“互联网+物联网+大数据”思维来改造传统的农牧食品行业,掀起“数字科技+消费”的新潮流。

回归初心

以互联网思维改变传统农牧行业

2021年,是“十四五”开局之年,也是开启全面建设社会主义现代化四川新征程的起步之年,吹响创新驱动引领高质量发展的进军号角,新成果、新模式、新业态风起云涌。

过去这一年,数字经济产业在四川土地上迸发出了蓬勃的生命力,新经济领域的创业者们,正为实现新技术赋能传统产业的目标而勇往直前。

铁骑力士深耕农牧食品行业30年,2021年在90后“铁二代”雷博的带领下,旗下圣迪乐品牌全新升级,电商新零售业务持续发力,第三年蝉联双十一全网蛋品销售冠军,同年12月,蛋品权威杂志《蛋品世界》公布全球25家顶尖蛋品榜单,圣迪乐入围其中;同月,圣迪乐荣获川货企业TOP10,是唯一获此殊荣的蛋品企业。

以“优秀”褒奖创新精神,为“专精特新”企业发展蓄势添能,封面新闻、华西都市报、封面科技为表彰2021年新经济领域里的先锋榜样,通过近一个月的大众投票和专家评审,3月29日,雷博登上“2021四川十大新经济领军人物”榜单,成为用数字化赋能农牧食品行业的引领者。

“作为新经济领军人物,非常感谢组委会给了我这样一个新的展示平台”,在雷博看来,新经济领军人物要着眼于新,作为新一代年轻人要用新的方式、新的视角、新的手段去肩负新的使命,带动企业发展的同时兼顾更多社会责任,一方面带动前端农民,另一端带动当地中小企业一同发展,走上共同富裕的道路。

时间拨回到十几年前,16岁的雷博独自一人踏上了赴美国的求学之路,但心里想要回国干事业的愿望始终没有放下,与父亲的几次深度讨论,让她坚定了要回归农牧行业的想法,“我当时认为,如果能以互联网思维来改变传统的农牧行业,那一定会有更精彩未来。”

坚守实干

创新就要不断地“从内打破”

5年前,刚回国的雷博选择了去上海打拼,先后入职容易网和得物两家互联网企业,接受新的思维熏陶,再把新的思维带回公司。“这两家企业的工作经历,让我感受到了互联网对一个行业甚至对中国企业的颠覆力以及推动力。”于是,这样的经历开启了雷博的互联网思维,让新零售的商业模式在她的心中萌芽增长。

2019年,铁骑力士集团成立了新兴业务事业部,平均年龄25岁的团队,无一例外都是Z时代、Y时代的100%互联网原住民,团队有本土化的精英,也有国际化人才,他们热爱互联网、



雷博

●“随着数字化转型的推进,我们与消费者之间建立的‘对话’通道越来越通畅,并以此打通生产供应与流通、销售的信息壁垒,让供应链变得更流畅、更透明,解决了在供应链的难题,这也意味我们能够更快速地触达消费者,提供更优质的产品。”

●“要坚定‘科技+消费’理念,将科技创新作为创新底色,融入食品全产业链,匹配国人消费升级需求的全新产物。”

●“我们要不断地进行科技创新,把更多高品质的食品送到全国数以亿计的家庭餐桌,同时还要不断地参与乡村振兴,着力科技研发助力产业升级,建立属于中国人自己的食品安全自信。”

相信数据,这个年轻的团队将新零售做得风生水起。

然而,传统农牧行业存在数字化能力较弱的问题,依然保持以产定销的逻辑,供应链水平比较粗放,养殖技术还有很大的提升空间,没有真正从消费者需求出发,营销模式也相对固化,品牌化较弱。

对农牧食品行业从小耳濡目染,雷博成立新兴业务事业部后做的第一件事,就是打破固

有思维,开启创新经营。

通过整合资源,雷博团队建立了集团新零售T+模式,打造“一五一十”品牌+产品矩阵,全方位启动零售场景革命,形成了B2C业务、自营B2C平台、O2O、社群+社交电商、产业互联网等五大业务板块。旗下运营的圣迪乐、美玉子、杨大爷、蜀腊记等品牌,都在各自领域取得了高速发展。

在记者采访时,雷博常常提到要不断地“从内打破”,那么什么叫打破?

铁骑力士两年前就启动了全集团的数字化转型之路,量身定做了基于农业产业特殊属性的533信息化系统,“随着数字化转型的推进,我们与消费者之间建立的‘对话’通道越来越通畅,并以此打通生产供应与流通、销售的信息壁垒,让供应链变得更流畅、更透明,解决了在供应链的难题,这也意味我们能够更快速地触达消费者,提供更优质的产品。”雷博说。

创新发展

建立属于中国人的食品安全自信

中国经济在2021年走出铿锵有力的时代步伐,保持稳中加固、稳中向好、稳中提质的经济运行良好态势,中国农牧食品产业链仍在持续转型升级、蓬勃生长。与此同时,全球疫情不断冲击,百年变局加速演进,市场主体和创新活力有待进一步激发,这不仅是经济发展面临的考题,更是企业成长需要直面的课题。

作为创二代,面对复杂严峻的外部环境,雷博坚信自己要不断在“创新”上面做文章,一如既往地吧科技创新作为核心竞争力,不断汇聚国内外精英人才,构建产业生态圈,打造新的经济名片,她说:“要坚定‘科技+消费’理念,将科技创新作为创新底色,融入食品全产业链,匹配国人消费升级需求的全新产物。”

20年前,铁骑力士开启了“第一次革命”:来一场鸡蛋的革命。从此,雷博心里便种下了一颗小小的种子。公司走上了种鸡、食粮、生态养殖、蛋品洁净、质量追溯一体化的全产业链模式,从产业+品牌上进行颠覆,与“公司+农户”的分段式产业链不同,圣迪乐村蛋品的安全与质量全程可控。

如今,成为公司骨干的雷博带领圣迪乐全新升级品牌“鲜”战略,数据显示,2021年圣迪乐鸡蛋一年卖出超20亿枚,在数字营销的新纪元,率先引领行业升级,得到消费者认可。

“从内打破,给世界一枚好蛋”,雷博如何做到?从生产源头出发,通过数字化系统打破生产供应与流通、销售的信息壁垒。在这变革的一年中,雷博不仅严控产品质量,优化品牌思维,更是提出创意赋能产业,正式进军C端市场,开拓休闲零食赛道,通过品质、品牌、创意三重维度,打造“以客户为中心”的产品和体验。

曾经远离故土的雷博,时常在国外看到日料、西餐都卖得很贵,而中餐却很便宜,回国后也发现大家非常喜欢进口奶粉和零食。作为一个站在农牧行业和食品行业前沿的企业,雷博认为,铁骑力士应该承担起相应的社会责任。

雷博希望未来能带领公司积极参与成渝地区双城经济圈建设,在推进科技攻关、产业升级、模式创新、经营创新中发挥生力军作用。“我们要不断地进行科技创新,把更多高品质的食品送到全国数以亿计的家庭餐桌,同时还要不断地参与乡村振兴,着力科技研发助力产业升级,建立属于中国人自己的食品安全自信。”