# 面对“经济下行”“红利消失”，福贝宠食董事长汪迎春：为何智能制造是长期解法？

过去这半年，消费创业创新环境面临着前所未有的挑战，如何抉择重生和可持续成长，成为大家当下面对的核心命题。

但不穿越周期就不能谓之“品牌”，“躺平”和“收缩”并不能解决企业实质性问题，认清楚底层暗流，顺应真正的用户需求和竞争态势，才有可能继续做大做强。

8月5-6日，浪潮新消费联合一线品牌创始人、消费投资人，在线上举办了“「抉择•重生」2022新消费可持续增长峰会”。

在这场夏季大争鸣中，王老吉、福贝宠物、京东科技、追觅科技、溪木源、moody、霸王茶姬、智港集团、PMPM、钟鼎资本、CPE源峰等20位行业大咖和转折亲历者，围绕“消费环境波动下的关键战略抉择”，和大家展开了深入的分享和碰撞！

这次峰会引起了行业强烈反响，两天14个小时共有超过5万人次参与，数千人次评论和互动，是一次行业难得的价值共创和方向开拓。

其中，福贝宠食董事长汪迎春围绕宠物行业当下环境和智能制造的未来价值，分享了自己独到的判断与破局方法论。

福贝宠食董事长汪迎春

面对市场上弥漫的“经济下行”“红利消失”论调，汪迎春认为要看到这里面的相对和绝对的变量，实际上我们的经济依然在持续向上，加上新人群和老龄化衍生出越来越大的“孤独经济”，都为宠物行业的后续增长带来了物质基础和确定性红利。

当然，要承载住这么大而多元的市场需求，并非传统工厂供应链所能胜任，所以汪迎春也强调，过去四年多，福贝在宠食智能制造探索上付出了巨大的努力和探索，但这些付出在未来行业升级中也会越来越值得，一是实现柔性生产能力，二是保证了员工、客户、管理等多方在线，让整个宠食中后台愈加质高效优。

面对宠物热潮下，越来越多创业者和企业入局竞争，汪迎春表示这是形成健康、高水平行业环境很好的新动力，而福贝也将围绕不变的初心，以市场需求为导向，持续进行改革和引领行业发展。

据悉，2005年成立的福贝是中国最大的宠物食品生产中心，今天很多叫得出名的宠物食品品牌，多半依托福贝供应链生产。相信伴随这两年宠物品牌大量崛起，福贝也将迎来全新的增长阶段。

分享 | 汪迎春

编辑 | 杨明飞

我们深处消费行业，始终会关注几个关键词：经济发展、红利和消费变化。

宠物经济是新经济，但不是舶来品，中国在宋代就有养猫养犬的记录。近些年来，随着经济向好、消费升级，宠物经济逐渐在国内兴起。

所以今天我想围绕以上几个关键词，谈谈对宠物经济的看法。

首先是经济环境。虽然中国的经济增长速度从两位数降到现在一位数，但目前所说的经济下行是相对的，我们的经济依然在持续向上。这就为宠物经济发展提供了良好的物质保障基础。

其次是红利。我认为宠物经济现在还是一片蓝海。一个新品类和新市场的形成，不是因为消费群体习惯迁移或者改变，而是因为新人群的崛起。

根据马斯洛需求层次理论，人从解决生存、享受物质，到最后追求精神层次的满足。宠物消费就属于消费升级，它是新经济的一部分。

伴随即将成为消费主力的95、00后，慢慢成为宠物主要消费人群，他们将带来相对的人口红利。另外，宠物经济是陪伴经济，中国老龄化社会到来，对宠物需求也会越来越大。

比如60后、70后子女是中国第一代独生子女，之后是第二代中国独生子女。也就是说，当他们步入老龄阶段，注定是物质富有、精神孤独的，宠物就会起到陪伴作用。

从这个趋势来说，宠物将变成刚需，家家户户都会有。所以我认为宠物市场依然是个大蓝海，有较大的红利。

拥有这么好的市场，因此各家企业都在根据自身的企业优势，来布局这个产业。

对于福贝来说，我们根植于生产制造，定位宠物食品系统的解决方案服务商。从2005年成立以来，我们始终在供应链建设、产品开发、生产工艺创新、智链和人员培训体系上，进行了大量投入，来为国内外众多的宠物品牌提供优质服务。

近些年，生产制造型企业都在进行信息化改造，福贝也不例外。2017年，我们立项做了智能制造，2019年，福智工厂正式开工建设，2021年7月20日正式投入使用。

大家都知道，现代工业极大推动了社会进步，从工业1.0时代的蒸汽机时代，工业2.0的电气化时代，3.0的信息化时代，到现在的4.0是高度信息化叠加技术变革的智能制造时代。

智能制造看起来像个概念，但实际落地就要付出巨大的努力和探索。我们光在前期的信息化建设上就投入了四年多。

大家对智能制造通常会有一个误解，就是把高度自动化或者信息化说成是智能化。制造企业生产模式其实有两种，离散型和集成型，宠物食品相对是集成型的，它有有较好的连贯式生产流程。

而智能制造在集成化的工厂更容易实现，因为集成的流程化生产，很容易形成标准化，然后形成高度的自动化，最后才能形成无死角的信息化。

智能制造的成败就在于信息的集成，只有系统的信息集成后，智能制造的自适应、自纠偏、自学习才能实现。

目前国内国外之所以都大力提倡智能制造：

原因之一是它可以实现小规模的柔性生产，实现全链路追溯，解决消费者的信任问题。本质上，它可以极大地提高生产效率，很好地降低生产制造成本，缩短研发周期。

另外一个原因是，智能制造可以实现员工在线、管理在线、客户在线，一切都实时在线，减少了人为干预和判断，极大地促进了质量改善和良品率提升。

福贝是一个智能制造的探索者，我们想把更多更好的经验跟行业内外的同事分享，让大家都有更好的认识，我们也可以获得更多的反馈信息来完善自己的智能制造系统。

而这背后最核心的目的，还是是想把更好的产品、更优质的服务、更高性价比的猫粮和狗粮，奉献给广大的用户。

浪潮新消费：因为种种因素，目前行业出现了一些波折，福贝怎么看这几年的宠物热潮？

汪迎春：我认为现在市场整体是积极向上的，只是因为竞争的品牌越来越多，新兴消费人群进入市场，导致需求多样化。所以，我们服务者时刻要以市场为导向，以用户需求为首要标准，去面对短期的行业波动。

浪潮新消费：福贝是很典型的供应链驱动型企业，在品牌端也做了很多探索，当现在行业慢下来之后，我们发现所有的品牌都开始重视供应链和研发的投入，这有点像两股力量在把触角往对方的阵地做延伸，您怎么看待这种交融的格局，以及接下来福贝要面临的挑战？

汪迎春：制造型企业的首要核心是要有稳定、高效、快捷的投入体系；其次要有很好的产品研发、迭代的能力；第三要有较大的生产制造规模和领先成本优势。

现在越来越多企业进入宠物行业，这对形成良好的竞争环境、行业健康成长，其实是一个外在动力，这些新生力量也可以将宠物行业推向更高的发展水平。

对于我们福贝来说，则是要始终不渝地坚定产品创新，加大供应链体系建设，加大生产制造领域的投入和人才培养。

浪潮新消费：福贝发展18年来，公司本身是动态生长的，那它有哪些东西是动态调整的，有哪些是始终不渝一直不变的？

汪迎春：不忘初心，方得始终，这个社会唯一不变的是永远在变。为用户提供更高质优价有竞争力的产品，给用户提供更好的体验，我们的这种目标和初心是不变的。

但我们变的是，随着新消费群体需求的变化，以及加工工艺、检测技术、原料技术的发展，我们需要不断地自我优化。

其实任何一家企业都是以一个不变的主题，围绕不变在进行改革。而我们福贝始终围绕着初心，所有的变都是为了一个核心的不变。

浪潮新消费2022-8-21