

实体商超展现新“智慧”

实现供应链管理和消费场景数字化,推动消费便利化

自从楼下开了一家便利蜂“智慧门店”,家住北京朝阳区大望路附近的李文感觉方便多了。

到底有多“智慧”?跟着消费者李文体验一下。

“智慧”在节省时间。比如,早餐时间走到这家便利蜂门店内,与其他普通早餐点“问这问那”不一样,李文可以通过电子屏直接点单,选自己喜爱的早餐单品,还有各类组合套餐。买完后,直接扫码,自助结账,免去了排队的烦恼。

价签也能体现“智慧”。这家店内有些电子价签是黑色的,有些却是红色的。门店经理介绍,“红色价签代表‘有优惠’,这是门店根据销售数据自动算出来的促销价格,会实时变动。”此外,在不少便利蜂门店内,有来回转悠的智能机器人通过语音播报,告诉入店消费者哪些商品在打折,最近货架上又新上了哪些畅销商品……

“这背后是我们的智慧化系统和数字化运营方式在发挥作用,即通过对生产、物流、门店销售、消费者购买进行全链路数字化采集,再通过算法分析做出精细化运营指导。比如,便利蜂通过数字管理系统和人工智能技术,能根据消费者需求向不同门店输出个性化产品,直接给出采购、展示、上架等建议,实现‘千店千面’、差异化服务。”便利蜂集团新业务总经理杨泽川介绍说。“永辉超市将数字技术广泛应用于供应链管理、消费场景等环节,加快数字化转型升级。”永辉超市相关负责人说。

以福建宁德黄瓜鱼为例,永辉超市可通过供应链数字化实现基于大数据的销量预测,指导门店采购下单,通过统一的调度算法进行智能配载,保证产品的新鲜度。还能根据不同地域用户的消费偏好,进行不同规格的分拣、定级和打包。

4月1日,伴随着华南区域29家门店系统统一切换,苏宁家乐福的数字化转型升级之路进入新阶段。此次切换不是简单的系统对接、更新,而是将供应链链路、商品主数据、门店运营、库存、价格等模块同苏宁系统全面融合。这些后台系统的变化,实实在在地改善了消费者的购物体验。

“我们的目标,是让顾客一走进超市就能在第一时间以实惠的价格买到想要的商品。”苏宁家乐福公司相关负责人说。

“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出“深入推进服务业数字化转型”。当前,各地各部门和相关企业正加快推进实体商业企业数字化、智能化改造,推进线上线下深度融合,发展数字零售。近日,记者走进一些智慧商超、智慧便利店,实地感受数字化、智能化改造后不一样的购物体验。

实体商超展现新“智慧”

数字零售
体验升级

社区小店旧貌换新颜

用互联网技术改造小门店,开展数字化服务

单丽娟在山东济南市一条胡同的拐角经营着一家十来平方米的社区小店——“丽娟便利店”,至今已有10多年了。她说,她一直有个愿望,就是卖生鲜,但因为单个门店进货困难,价格没有优势,一直做不起来。

今年4月初,单丽娟将门店接入“盒马集市”,借助这种近场社区电商平台,经营了十来年的这个“夫妻店”完成了一次升级。社区附近的消费者在当天晚上10点之前通过盒马集市微信小程序下单,第二天下午4点之后就能在单丽娟的小店提货。线上平台琳琅满目的生鲜食品,撑起小店的“云菜市”,小店一下子热闹起来了。

单丽娟说,升级改造前,小店有超30个进货渠道,进货价格比连锁业态高10%,滞销库存占比超50%。现在,借助盒马集市这个数字化平台,小店生意实现了数字化。小门店也能做到智能补货、智能选品,开展个性化服务,生意好做多了。

商务部流通产业促进中心发布的数据显示,我国约有600万家线下零售小店,这些以个体户为主的商家,贡献了快速消费品行业40%的出货量,每天服务2亿消费者。但这些小店的数字化水平往往很低,不能敏锐地“感知”消费端的需求,进货的渠道也比较有限。去年7月,商务部等7部门联合印发的《关于开展小店经济推进行动的通知》明确提出,支持电商平台为小店提供批发、广告营销、移动支付、数据分析、软件系统等数字化服务。

小店实现数字零售,关键要打造一个智能流通网络,提供智能选品、供应链全链路数据化、门店动销数据化、核心设备智能化等服务。

“移动门店”购物更灵活

购物不一定找商店,也可以等机器人送货上门

“觉得渴了饿了,在路边的‘站牌’上扫码下单,等待10分钟左右,就能收到无人车送来的零食饮料,太方便了!”近日,在北京首钢园区内,游客王先生体验到人工智能服务,“原来逛园区不一定要找商店,也可以等无人车送货上门。”

去年10月13日,美团人工智能智慧门店“MAI SHOP”在首钢园区开张。与一般门店聚焦店内智慧零售不一样,“MAI SHOP”是一间实现自动化分拣和无人送货的门店,更像是“移动的智慧门店”,对商家选址要求较低,用户需要做的仅仅是“站在原地、手机点单”。

在现场可看到,首钢园区内有10余处无人零售站牌,站牌上附有美团“MAI SHOP”小程序,扫码付款之后,会收到有验证码的短信,约10分钟后,无人配送车会沿园区道路驶来。用户只需输入手机验证码,即可取到下单商品。全程操作与普通外卖区别不大,安全性也很高。

现在,黄色的美团无人配送车已经成为首钢园区的一道风景。试运营期间,“MAI SHOP”送货平均时间为17分钟,95%的订单实现无人配送。

美团首席科学家夏华夏表示,“MAI SHOP”作为首钢园区服务组成部分,将为2022年冬奥会的观众、运动员和工作人员提供全新的消费购物体验。

业内人士表示,自动驾驶、人工智能等技术的进步给“移动门店”的发展带来很大的空间。“移动门店”不仅能通过机器人送货等方式实现效率与用户体验的提升,更能通过大数据及人工智能帮助商户实现精细化运营。同时,“站点+无人配送”模式带来的“移动性”也降低了门店对选址的依赖度。

(据《人民日报》)

永辉仓储店加速开店
京粤豫等地首店接连亮相

本报讯 吴婷婷 继5月1日全国首店落地福州后,永辉仓储店在全国范围持续加快布局。6月19日,永辉仓储店广东首店——深圳宝安大道仓储会员店正式开业;6月25日,永辉仓储店北京首店——龙旗仓储店和河南首店——郑州凤凰城仓储会员店齐亮相;6月26日,永辉仓储店安徽首店——仓储超市宝文店正式开业……

据了解,上述永辉仓储店各区域首店均由传统永辉超市改造而来,其中,永辉仓储店广东首店前身为早于2013年开业的传统大卖场,同时也是永辉超市在粤首家门店,6月6日闭店后,历经12天的改造升级,最终以仓储店形象亮相。

值得关注的是,“场地更大,性价比更高”是永辉仓储店的亮点。据报道,河南首店改造后,比原来店面经营面积扩大8000多㎡,产品陈列工业风明显,货架更低,单个产品系列和成箱产品集中陈列,陈列方式也由“同品类多品牌”转变为“同品牌多品类”,主打民生流量型商品;价格方面,改造后的永辉仓储店批发零售功能兼具,以价格优势吸引来更多消费者。

此外,位于沈阳铁西区的永辉超市重工店于日前宣布,将升级为东北首家仓储店。

永辉仓储店已全国多个城市落地,目前已开业门店超过10家,遍及福州、成都、重庆、北京、上海、深圳、郑州等地。

多点Dmall以数字化创新模式
助力1800农户种植土豆

本报讯 近日,多点Dmall、物美集团、百事公司大中华区(简称“百事公司”)和中国扶贫基金会举行了“物美兴农,多点乐事”公益活动的启动仪式,四方联合宣布将进行新一轮的兴农活动,并将活动平台拓展至麦德龙中国、新世纪重百以及新百连超,吸引更多消费者参与。活动将延续去年模式,百事公司将对消费者在上述物美系五地门店及整个多点平台购买乐事薯片进行配捐。筹得善款将支持约1800户河北围场农户,专项扶持围场马铃薯种植项目。

据了解,7月1日至8月31日期间,消费者在物美门店及多点平台每购买一包乐事薯片,乐事品牌将捐资0.1元公益善款,总计不超过20万元人民币。活动结束后,善款将通过中国扶贫基金会进行管理和执行,用于支持河北围场农户开展围场马铃薯生产。约1800户农户所种植的围场马铃薯将于次年9月左右收获,通过物美的生鲜直采通道进入物美门店销售,摆上北京市民餐桌。

物美集团创始人、多点Dmall董事长张文中,中国扶贫基金副理事长兼秘书长刘文奎、百事公司大中华区食品业务高级副总裁兼总经理谢长安等嘉宾出席了捐赠仪式。

张文中表示,物美和多点将继续履行企业社会责任,加大消费助农力度,通过“物美兴农,多点乐事”公益助农项目,用土豆共创公益产业,传递公益助农新主张。以数字化创新模式,建立稳定持续的长效机制,为助农事业贡献一份力量。

中国扶贫基金副理事长刘文奎表示,此次公益项目通过百事公司的产品销售附捐,支持欠发达地区特色产业,同时联合物美进行收购和销售,是响应乡村振兴战略的一个长期的、可持续的乡村产业发展项目。

(据《工人日报》)