

近日,第四届北京消费品博览会暨数字零售峰会在京举行。本届大会的主题为“回归商业本质,迈向数智时代”,也表达出零售行业数智化进程的势不可挡,夯实传统企业的基础,不断创新,拥抱数智化,用数智化工具,真正实现双循环、大流通、数字化、高标准。

第四届北京消博会在京召开

数智化推动零售转型



北京市商务局副局长郭文杰通过视频发表致辞。



物美集团创始人、多点Dmall董事长张文中发表主旨致辞。



物美集团首席运营官许少川发言。



多点Dmall总裁张峰发言。



中国扶贫基金会副秘书长秦伟发言。

本报讯 10月26日,由物美集团主办的“第四届北京消费品博览会暨数字零售峰会”(简称北京消博会)正式召开。本届消博会以“回归商业本质,迈向数智时代”为主题,集聚国内消费领域资源,打造全国消费品展示交易平台,为国内消费增长提供新的动力。当天,包括重庆商社、新华百货、麦德龙等数百家零售企业代表,以及百事、可口可乐、雀巢、联合利华等多家品牌方代表参会。

北京市商务局副局长郭文杰在大会致辞中提到,各零售企业应坚持改革创新,在数智化基础上对传统供应链和传统店铺资源进行优化、一体化,促进线上线下商品服务融合发展。另外,要确保技术先进性、可靠性、稳定性,也要做到个人权益维护,加强社会信誉维护,助力网络空间健康发展。其次,要坚持共建共享,动员多方面力量参与,挖掘调度多方面资源投入,促进最新数字技术成果转化,释放消费新动能。

物美集团创始人、多点Dmall董事长张文中在主旨致辞中表示,中国经济长期向好的大形势没有变,跨国公司在华坚定发展的决心没有变,本土企业茁壮成长快速发展的态势没有变。零售企业的至暗

时刻已经过去,一定会有更美好的未来。

张文中强调:“要真正做好商品,让商品具有竞争力,具备安全高标准,让消费者信赖;同时,做好全面数字化,提高企业运营效率,减少从田间地头、品牌工厂,到终端销售的成本。数字化将给零售行业带来巨大的机会,真正实现规模和敏捷性兼具,让老百姓吃得更安全、更丰富、更方便。”

疫情大考下,物美从未放松脚步,而是顺势而上加速发展数智化。打造以生鲜为核心的数字化供应链,提供多渠道的标准化商品及服务,包括以食品服务配送引领的强大的B2B业务、快速增长的APP线上销售到家业务和自有品牌主导的会员店和社区超市。

本届大会的主题“回归商业本质,迈向数智时代”,也表达出零售行业数智化进程的势不可挡,夯实传统企业的基础,不断创新,拥抱数智化,用数智化工具,真正实现双循环、大流通、数字化、高标准。

近年来,物美加速数字化发展,“物美+多点Dmall”模式已经取得了成功,帮助零售企业实现数字化转型,这正是实体经济数智化的探索成果。截至2021年6月,多点Dmall已与120多家连锁零售商、品牌商等达成合作,覆盖四个国家和地区

15000家门店,模式受到广泛验证。

物美集团首席运营官许少川在大会中提到,现阶段,中国零售市场规模庞大且不断增长,传统零售商正积极拥抱互联网。在过去一段时间,物美集团在数字化布局方面做出了一些成绩,线上业务保持高速增长,到店客流持续稳定,会员数稳健增长。截至目前,物美集团会员总数已经突破4300万,年活跃会员突破2300万,APP的销售占比达到了87%。

多点Dmall总裁张峰在演讲中也表示,目前国内零售业痛点突出,亟待进行数智化转型。多点Dmall将助力零售商和品牌商进行数智化转型,通过零售联合云赋能人、货、场,最终帮助零售商和品牌商降本增效。

本届大会,还公布了“物美兴农 多点乐事”活动成果,物美集团和百事公司联合向中国扶贫基金会捐赠约180万元资金,用于支持约1800户河北围场农户种植土豆增收致富。其中,百事集团旗下乐事品牌捐资20万元人民币,百事集团追加赠款25万美元,由赠与亚洲进行捐赠管理。待明年土豆收获季节,物美将回购项目区土豆送至市民餐桌,保证和提升乡村困境农民的收入。

中国扶贫基金会副秘书长秦伟在活动成果仪式中提到,产业振兴是基础,未来希望与更多企业一起助力帮扶事业,也希望与更多的品牌一道将“物美兴农 多点乐事”这项活动,惠及到更多乡村,惠及更多的百姓。

此次大会邀请了行业内重量级嘉宾参会,还有多位行业内部专家带来诸多干货分享。此外,消费品博览会以及物美洽谈会是此次大会的另一看点。大会设立了优秀企业与物美集团商业计划洽谈会,物美集团核心管理层与多家品牌商进行了洽谈。洽谈会现场气氛活跃,品牌商积极踊跃参与与物美集团的年度商业洽谈,并实现战略合作现场签约。

达达携手京东 启动“好店计划” 助力全国零售门店

本报讯 杨雯 晓风 占我国企业总数99%以上的中小企业,已经成为消费供给、保障市场活力的主力军。达达集团将携手京东宣布,将在今年11.11启动“好店”计划,基于“小时购”扶持全国全业态零售实体门店尤其是中小商家门店数字化升级,扶持有需求的实体门店成为微距电商时代下的新版“好店”,把握11.11销售机遇。

据行业数据分析,未来3—5年内,即时零售将成长为万亿级市场。11.11前夕,京东携手达达集团上线即时零售统一品牌“小时购”,整合京东生态域内所有能够提供商品小时达服务的即时零售能力,基于消费者所在地理位置,为其提供附近3—5公里全品类门店优质商品小时级、分钟级送达的即时零售服务。达达集团全面承接京东“小时购”业务,将京东到家、达达快送、海博系统等深耕数年的整体能力投入其中。京东的5.3亿海量优质用户,完备的供应链能力、全场景营销能力,结合达达集团网格化运营能力、数字化建设能力、即时配送能力,无疑为零售企业尤其是数字化能力基础较为薄弱的中小商家,提供了全方位的强大助力和支持保障。

同时,京东App首页正式上线“附近”频道,开辟了“小时购”入口。目前“小时购”已接入超10万家全品类线下门店。对零售企业来说,“小时购”打通线上线下,将充沛的线上流量精准引流至线下门店,带来新的增长。

每逢11.11、618等节点,对参与各方都是一场检验能力与效率的大考。但中小企业因自身数字化和全渠道能力和基础比较薄弱,往往容易遇到爆仓、缺货、配送延迟等问题。此次启动的“好店计划”,具体扶持举措包括:11.11期间新入驻“小时购”的商家将享受京东和京东到家双平台绿色通道快速服务,符合条件的中小商家还将给予费用优惠。在履约支持方面,达达快送将为实体门店提供“仓拣配”一体化的履约解决方案,缓解11.11的履约配送压力。在拣货环节,达达优拣帮助门店精准招募众包拣货员,配送环节则可提供囊括即刻达、全速达、全城送三种标准化配送服务,以及全心定制配送解决方案。流量扶持上,通过LBS(基于位置服务)能力,将京东和京东到家生态域内的营销和流量资源精准导入全国各地门店。海博系统则可为零售企业尤其是中小企业提供集“履约、营销、商品、会员、数据”为一体的全渠道数字化解决方案,帮助自身科技基础较为薄弱的中小商家快速完成数字化转型升级。



捐赠仪式现场