

一个社区匹配一个超市

超市变身居家办公“解忧杂货铺”

本报讯 王维祯 乔心怡 社区和超市也能“对口”。连日来的保供过程中,各家超市都摸索出了适合自家的好方式。在海淀区封控区内,超市发实行针对性配送,一个社区直接对应一家店。七鲜超市组建专属骑士队,在固定的社区和七鲜超市之间往返。不仅如此,只要保供有需要,维修师傅也能快速上手支援分拣打包,快递小哥也当一回骑手送菜送水果……这些背后,还要仰仗各种数字化系统,让所有流程都能按部就班、有条不紊,为居家办公的消费者撑起稳定配送的“菜篮子”“米袋子”。

日行4万步
兄弟门店组成后援队

接单、拣货、打包……一套流程下来,邱慧武只需要几分钟就可以分拣出3个订单。邱慧武本是七鲜超市首创奥莱店的维修师,最近一个月,他从维修主管调任到商品分拣的一线。

“大概每天工作近12个小时,只是围着货架行走,行走步数就能达到近4万步。”七鲜超市首创奥莱店店长刘林利对邱慧武有了新的看法,“本以为他会不适应超市的PDA系统,没成想成了支援效率最高的战友。”

与此同时,原本是京东物流的快递小哥,在这个特殊时期当了一回配送蔬菜水果的骑手。5月20日,京东物流房山片区北京旭辉营业部的25名小哥,支援七鲜超市房山奥莱店的配送任务。

为了保供及时,不少在岗人员都有了新身份,从原先已然熟悉的岗位投身到新工作中,并努力尽快上手。不仅如此,店与店之间也做到了互通有无。

位于海淀区的七鲜超市五彩城店紧急关店,5月14日可以二次开店时,这家店只有店长一人可以到岗工作。为了保证附近居民物资供应,七鲜超市总部从各个部门和北京其他11家门店紧急调配人员前来支援,几乎全靠“外援”支撑开店。

来自各个门店的员工,上班路程充满了“艰辛”:来自望京店的非生产主管王海涛,每天需要先骑自行车骑出顺义才能坐上车;家住顺义南法信镇的景丹丹和北小营镇的李平,也因为居住地区公共交通停运,每天需要自驾到店支援。

支援“大军”一员的王劭文说自己虽然都是七鲜的“老人”了,但是在五彩城店全部是“新人”。5月14日开店第一天,因为不清楚五彩城店库房情况,拣货找不到货,简直是“两眼一抹黑”。即便如此,五彩城店坚持每天线上分3~4波开放订单,每次300单。

4月22日至今,北京多数门店的线上订单量突增,同时每一个订单内商品件数翻倍增长。通过平台的监控,七鲜超市调整了骑手的配送设备,更换电动车为电动三轮车,保证了送货时效。

一个社区匹配一家店
远距离配送也有专人

海淀区疫情防控情况日趋紧张,超市发等超市也每日推出近10款低于市场价的平价蔬菜销售。超市发的“鲜到家”平台承接起海淀区部分封控小区的生活必需品保供服务。

超市发运营总监王霞表示,超市发对海淀区封控区内社区实行“点对点”针对性配送策略,即一个社区对应一家店。消费者通过扫描社区内“唯一的”门店二维码下单,下单地址更为集中,门店也能实现更快速的配货。

商品配货能齐全,还要能送到消费者的家中才行。为此,七鲜超市主动扩展配送范围,为封控区保供。即便是窠店与七鲜超市首创奥莱店相距16公里,配送也不是难题。5月1—8日,七鲜超市首创奥莱店通过社群集单形式,将1000多个订单商品配送到16公里外。

“海淀区超市发备货量为日常的三倍,自行配送率达100%。”王霞已经习惯了这种强度。今年4月30日至5月8日,超市发累计向封控区社区(包括北太社区在内)提供近300万元的保供物资,线上配送订单近7000单。

即使楼栋开始封控和管控管理,配送也能如期完成。5月1日科创家园部分楼栋受到管控,打乱了日常配送工作,京东七鲜工作人员陈飞宇和同事们用3个小时组建了针对科创家园社区的“备战群”,三个群1300多人,背后也是1300多个家庭,供给压力可想而知。

为快速给激增的订单“泄洪”,陈飞宇安排客服在群内指导客户下自提订单,安排专人分拣,再由4名“专属骑士”配送到小区门口。这支专属骑士队每天数十次往返于经开区科创家园社区与七鲜超市之间。

准确预估销量
数字化为保供提效

4月以来,七鲜在北京的31家门店全部坚守在保供一线,线上订单量增长超3倍,果蔬生鲜、米面粮油、方便速食等商品现有库存可供销售3个月。据悉,七鲜超市在北京增设了1000平方米的冷冻仓库及5000平方米的常温储备库。在商品储备方面,加工中心存储量提升至平日的两倍。

在新发地,7点钟开始分装、打包、检核装车,8点钟900份蔬菜包分装完毕,9点钟3000份蔬菜包分装完毕,9点半装得满满的第一辆保供车出发。当天中午,一万份直采基地派送蔬菜包送到海淀居民手中。5月22—24日,超市发累计配送蔬果应急包15000份。

在七鲜超市、超市发、新发地的保供经历的背后,都有着数字化手段的支撑。据介绍,七鲜的智能补货产品融入商品信息,提高销量预测准确度。该系统能够大大减少人工维护成本,同时提高补货精准度。

“原来是干着急,现在我们能够使出劲,能够支持上。”超市发相关负责人在接受采访时对自家研发的鲜到家给予了认可。该负责人表示,相比第三方平台,自营的线上平台灵活度更高、响应更快,“通过自营平台,超市发可以选择自己的员工配送,反应更快速”。

数字化为商业运营、防疫保供增效,北京市早已开始尝试提升生活服务行业数字化水平。2022年,北京市商务局将以餐饮、便利店、蔬菜零售、家政等业态为重点,围绕数字化运营全链条,“一业一策”提升生活服务行业数字化营销、管理和供应链水平。其中提到,提高蔬菜零售数字化管理水平,支持行业协会与龙头企业共建“蔬菜直通车数字平台”。北京还将发展前置仓等便民服务新模式,将前置仓纳入便民商业网点资金支持范围,鼓励前置仓在选址、补货、运营等方面深度应用互联网技术和大数据。

盒马设社区
团购储货服务
每周开放一次大包装商品团购

本报讯 日前,保供企业盒马总裁侯毅表示,盒马近80%的门店基本恢复线上运营,已恢复超过5000种商品的供给。据了解,正常情况下,盒马的商品数量超过2万种。

“只需要几天时间,就能恢复到疫情前的水平。”侯毅表示,将会保留疫情期间开创的“流动超市”模式,同时增设社区团购储货服务——以盒马X会员店为先导,每周向小区开放一次大包装商品的团购。

“流动超市”、社区集单、储货模式,都和社区团购模式类似,这意味着,盒马以新的方式,再次进入社区团购赛道。

在今年4—5月的特殊时期下,居民难出门、运力大幅受限,团购模式极大解决了社区居民生活物资供给难题。以上海8424西瓜为例,此时正是成熟季,为集中运力提高配送效率,盒马开通团购的小区居民,可以在规定时间线上选购。以小区为配送单位,实现当天送达。再由物业和志愿者承担最后100米的接力配送。大概一个半小时,就能从农田(把西瓜)直接送到小区门口。盒马资深副总裁赵家钰介绍,在西瓜上,社区团购的“一小时供应链”已经跑通。

特殊时期,社区团购突破空间限制,借助数字零售的发展,线上销售渠道极大拓展了商超的客群触达能力。但同时,移动收银、商品调价、采购、收货、分拣能力都面临着全新的考验。

(中国网科技)

罗森加快拓展
华南市场

8家门店同时开业

本报讯 西冷雪 为迅速打开华南市场,罗森正式进驻厦门,6月1日有8家门店同时开业。去年12月,天虹股份发布公告,披露挂牌转让天虹微喔便利店(深圳)有限公司100%股权的进展。根据北京产权交易所出具的《受让资格确认意见函》,最终确定罗森(广东)便利有限公司为天虹微喔100%股权的受让方,成交价格为3.1亿元。去年12月29日,天虹与广东罗森签订了《产权交易合同》。

自2022年1月15日起,天虹公司结束对微喔公司及旗下门店的运营管理。据悉,天虹在厦门有30家以上的微喔便利店,已全部转让给罗森。天虹微喔便利店店员曾表示,虽然店招和装潢没有改变,但他们的身份已是罗森的员工,市民也无法使用之前的积分了。

入华25年,罗森已开出约4100家门店,覆盖北京、上海、南京、重庆、杭州等多个一二线城市,主要聚焦华东市场。

罗森接盘天虹微喔,有利于迅速打开华南市场。此外,为了进一步打开华南市场,罗森已启动在广州投资布局粤港澳大湾区总部项目,预计到2028年,罗森在粤港澳大湾区范围内将开设1500家门店。