

雅迪与日日顺物流战略合作 首创电动车521服务标准

21 日,雅迪日日顺物联网生态战略合作发布会暨电动车行业首个场景物流 521 服务新模式在青岛海尔总部正式启动。日日顺物流 CEO 王正刚,雅迪科技集团副总裁许舒畅、李文亮、王金龙,江苏省自行车电动车协会理事长陆金龙等出席了会议,并率先提出了旨在解决电动车配送和售后难题的“521 服务标准”。

强强联手， 解决电动车配送和售后难题

近年来大件物品的网购渗透率正不断上涨。数据显示,2014 年以前,部分电商平台的大件商品占比基本维持在 4%到 5%左右,从 2015 年开始这一数据则超过 20%。大件物流服务能力的提高,促成了家电、家具等大件网购市场的形成,家电线上销量占总销量的比例攀升至 20%以上。

但是,同样是大件商品的电动车,线上销量占总销量的比例却仅有 2%,物流配送慢、售后维修难成为用户最大的痛点,这也成为阻碍电动车电商化的两座大山。对此,雅迪科技集团副总裁李文亮表示,由于电动车体积大、分量重、专业度较高、使用环境复杂多变,导致电动车行业的整体服



务水平落后于家电、手机行业。面对行业服务困境,雅迪人一直秉持着创始人董经贵提出的“以消费者为中心,提供让消费者有幸福感的产品”的经营理念,坚持“更高端的电动车”战略定位,率先在行业内建设汽车 4S 级旗舰店,引领行业进行服务升级。现在,网购电动车的需求增长迅速,但是物流配送慢、售后服务难正成为制约电商化的最大瓶颈。此次与日日顺物流合作,正是相中了其在全国领先的服务能力和创新的发展模式,意在通过强强联合的方式,专解物流配送和售后服务难题,弥补电动车电商营销短板。

日日顺物流副总经理于贞超表示,作为大件物流行业的引领者,日日顺物流在探索中,以车小微为触点,从最后一公里的送

装服务平台转型为领先一公里的社群交互平台,打造场景物流生态模式,为用户带来全流程生活解决方案,实现了对行业的持续引领。

首创 521 服务标准， 引领中国电动车服务升级

针对电动车行业网购普遍存在的物流配送、售后服务等难题,雅迪和日日顺最终是如何解决的呢?

据悉,雅迪电商全面引进和学习海尔的服务标准,和日日顺围绕网购用户需求,联手打造了一整套“521 服务标准”,具体而言,就是提供快速而周到的售后服务,包括:售后 5 分钟接单响应、一般赔付金 5 分钟到账、2 小时反馈处理方案、1 次上门解决问题、购车即享受价值 5.2 万元的人车双保险。

作为服务提供方,日日顺还承诺可以为雅迪用户提供“三免一回执”等增值服务,即:免费拆箱、免费安装、免费验车、和用户签订用车回执并免费留存,电池以旧换新、售后维修保养等一体化、标准化服务,创新用户体验,全面解决用户网购电动车的后顾之忧。

日日顺在全流程服务标准建立、完善用户体验方面也具有明显的先发优势。早在

2016 年,日日顺物流便携手中国标准化协会共同发布行业首个居家大件智慧物流全流程服务标准——“天龙八步”,从“仓、干、配、装、揽、鉴、修、访”八大环节明确了服务标准,推动物流行业进入标准化服务时代。

江苏省自行车电动车协会理事长陆金龙表示,雅迪和日日顺强强联合,双方在物联网时代以用户体验为核心,用海尔的服务标准武装电动车行业,首创“521 服务标准”,既解决了广大电动车用户的售后服务难题,提高了服务时效,又满足了消费者对美好出行的需求。这次雅迪作为中国电动车行业的代表,学习和引入海尔的服务模式,跨界整合创新服务,也是企业突破发展“天花板”的重要一步,也将助力雅迪迈入年销 1000 万辆的发展目标。

作为中国电动车领军品牌,雅迪拥有 616 项专利、2 万多家高标准门店,产品出口美国、德国等 77 个国家,全球用户逾 3000 万人,连续 12 年高端销量遥遥领先。此次合作后,雅迪将借助日日顺物流在全国布局的 6000 多个服务网点、3300 多条配送干线以及 10 万车小微等,延伸至更多三四线城市甚至乡镇,同时,依托 20 万日日顺物流服务兵,在送装一体等基础服务上,为更多用户提供出行解决方案。(中新网)

让舌尖美味走进千家万户

■ 严森

四川友联味业食品有限公司为麻辣辣道商标的唯一持有者,是一家专注餐饮文化研究,品牌运营管理研发,餐饮特许加盟推广、落地执行、服务创新的现代餐饮公司。公司成立以来一直秉持:“以人为本”的宗旨,坚持“品质至上,口碑为王”的经营理念,学习总结现代化餐饮管理经验,不断挖掘用户数据,推出深受吃货好评的菜品,注重“健康、营养、特色”。

现代餐饮市场的口味年年都在变,唯有安全始终是不变的前提,从美味可口到健康营养,再到时尚养生与绿色环保等等,从中不难看出国人餐饮水准正在一步步提升,所以麻辣辣道始终将“创新与改良”视为两大动力核心,这或许正是它能稳居餐饮加盟排行榜的真实原因!目前已拥有众多餐饮品牌,其中涉及串串、火锅、冒菜、鱼调料、方便火锅等多个领域,专业带加工餐饮底料、火锅底料、冒菜底料、串串底料。

在传承川菜饮食文化精髓的同时,麻辣辣道在传统制作技艺的同时,还大胆地现代制作技艺融入不少中草药,让药味入汤味,让



餐饮消费者在品味串串美食的同时,还能拥有滋补身心的妙用,这就是中华饮食文化中时常提及的“食补胜医补”一说,为了能够让中草药的药性更好地发挥作用,所以当你看到熬制汤底的锅并非寻常的铁锅时,不要吃惊,因为砂锅熬制味道更浓郁!

在串串香这种地方美食之中,它的源头是四川,而麻辣辣道就在成都,身处巴山蜀水的灵气之中,更是深受川菜文化气息的熏陶,成都当地最早关注串串的品牌之一就是麻辣

辣道,所以在长达十几年的历练之下,它早已经掌握了最为成熟的串串香制作工艺及核心配方,甚至还自主研发出一些倍受市场欢迎的串串新品。

要想让品牌在短时间内产生更大的影响力,麻辣辣道以技术而取胜,更是以配方而求成,如果不在这两项餐饮环节占据优势,拥有一种主动性的话,那么就很容易为众多同行所淘汰,所以麻辣辣道为了打造最佳的串串香加盟品牌,在美食的口感上精益求精,力求

国酒之窗

茅台集团第五届第四次职工代表大会召开——做好茅台发展路上追梦人,传好茅台长久发展接力棒

■ 本报记者 樊璞 张建忠

2 月 23 日至 24 日,茅台集团第五届第四次职工代表大会在茅台集团会议中心召开。大会审议通过了《茅台集团 2018 年度工作报告》及其他各项报告,代表们一致认为,茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳作的年度报告全面客观地总结了 2018 年工作,客观分析了公司发展中的突出问题,对 2019 年的工作进行了科学合理的安排,工作部署清晰明确、措施有力,催人奋进,符合公司发展和员工意愿。

“我们在过去一年干出了茅台业绩,奔出了茅台速度,成就了茅台梦想,作出了茅台贡献!”李保芳向大会作《2018 年度工作报告》,徐徐描述 2018 年茅台成长的不平凡,并详尽诠释 2019 年工作打算。

报告指出,过去一年,茅台集团深入学习贯彻党的十九大精神,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,认真学习贯彻党中央、全省经济工作会议精神,坚持稳中求进工作总基调和高质量发展新理念,深入贯彻落实“做足酒文章,扩大酒天地”战略要求,着力“专注实业、优化供给、转型升级”,全面超额完成年度“路八”计划各项任务,推动茅台保持了稳健向好的发展势头,为“千 亿”目标的实现奠定了坚实基础。

2018 年,茅台集团主要经济指标持续向好、整体发展效益稳步提升、品牌价值表现保持领先、基础设施支撑能力不断增强、员工福祉全面增进,各项工作亮点纷呈。

如今的茅台,行业“竞合”发展理念更加深入人心,“文化茅台”建设提上重要日程,“智慧茅台”建设正在铺开,各项“民生工程”蓝图渐展,“酒香、风正、人和”的发展氛围更加浓厚。

“回顾过去一年,深感前行不易。”李保芳说,过去一年,是茅台发展史上极为罕见的一年,面对一系列问题和挑战,茅台迎难而上,潜心而谋,推动了发展思想的重大转变、发展格局的全面拓宽和生产经营能力的全面提升。茅



台特色的企业管理模式正在形成,多彩开放的“朋友圈”已经建立,新的上升机遇正在到来。

李保芳说,一年的发展实践证明,茅台的文化具有深厚的影响力,茅台的品牌具有不竭的生命力,茅台的员工具有坚强的战斗力。多力叠加,引领茅台在过去一年干出了茅台业绩,奔出了茅台速度,成就了茅台梦想,作出了茅台贡献。

在总结肯定成绩的同时,李保芳还从生产、市场、战略、管理、安全、发展等六个方面,剖析了企业发展过程中存在的问题和不足。

2019 年,是新中国成立 70 周年,也是全面小康的攻坚之年,更是茅台奔向“千亿”的冲刺之年。做好今年的工作,对茅台发展的意义十分重大。

报告明确提出,今年工作的总体要求是坚持稳中求进工作总基调和高质量发展新理念,以供给侧结构性改革为主线,牢牢把握“做足酒文章,扩大酒天地”的内涵要义,深刻把握“定位、定向、瘦身、规范、改革”十字要求,继续坚持“能快则快、不留余地、不留退路”的思路和原则,坚定信心,鼓足干劲,“跳起来摘桃子”,全力保持生产稳、市场稳、效益稳、人心稳的良好局面,推动茅台发展再上新台阶,为贵州经济发展作出更大贡献。

围绕 2019 年的各项目标,李保芳要求要扎实抓好十一个方面的工作:坚持传统酿造工艺

和茅台质量观,着力推动生产实现优质稳产;积极推进品牌迭代升级,全力开创营销工作新局面;以建立现代企业治理体系为出发点,全面深入推进集团管控;坚持目标导向,分类施策推动平衡充分发展;紧扣集团发展规划蓝图,扎实推进基础设施建设;深入实施创新驱动,不断提升企业发展质量;立足企业发展底线,抓实生态建设和安全管理工作;牢牢把握新时代党的建设总要求,纵深推进党的建设;大力推进“文化茅台”建设,全面升级企业“软实力”;持续改进内外环境,创造良好发展生态和政治生态;更加主动担当,推动全面和谐发展。

此次会议一天半时间,“精简高效”质量高,对以往平均两天的会议流程进行了优化整合,重点内容、主要任务更加聚焦;各位代表坚持“当好职工代表、议好茅台大事”,着眼公司发展和员工意愿,认真执行民主集中制,提出了一系列具有针对性、建设性、可操作性意见,体现了主人翁精神,为企业的发展壮大、和谐稳定贡献了应有智慧。

会议还通报了五届三次职代会民主测评公司中级以上管理人员情况,同时对集团和股份公司领导班子成员进行了民主测评,表彰了 2018 年度茅台集团各条战线的优秀、先进集体和个人。

会议指出,2019 年新年伊始,贵州省委书记、省人大常委会主任孙志刚亲临茅台调



研,充分肯定了茅台集团过去一年取得的成绩,对茅台的工作提出了“定位、定向、瘦身、规范、改革”的十字要求,同时,强调党的建设、专项整治、环境保护、防范风险和市场监管五个方面的工作,极具指导性和实践性,充分表明了省委、省政府对茅台各项工作的关心和重视。“抓茅台就是抓贵州”,茅台集团全体员工一定要切实增强大局意识,自觉把茅台各项工作放在全省大局中来审视和谋划,聚焦讲话要求,制定有效措施,提高落实质量,切实承担起责任,把茅台的事办好,为全省经济社会发展做出更大贡献。

会议号召,“奔着千亿干”的战斗号角已经吹响,茅台集团各级领导干部一定要吃苦在前、享受在后,要通过亲身示范,形成“风清气正、艰苦奋斗、拼搏有为”良好工作氛围。全体茅台人要有更上一层楼的信心和决心,要进一步培养和保持战略定力、文化自信和行动自觉,树牢“四个意识”,坚定“四个自信”,坚决做到“两个维护”,以更大的勇气和担当精神,坚定不移地以“爱我茅台,为国争光”的茅台企业精神和“精益求精,精工细作”的茅台工匠精神为指引,尽心竭力投入到各自的工作中去,做好茅台发展路上的追梦人,传好茅台长久发展的接力棒,为完成 2019 年的各项发展目标任务努力奋斗,向贵州省委、省政府交上合格的答卷,以更好的业绩向新中国成立 70 周年献礼。

京东宋春正： 京东的入口建设是要帮企业管理做“减法”

从整个互联网行业看,企业业务发展较快,“接下来几年你们会发现 to B 业务潜力巨大,这个市场是没有天花板的。”京东集团副总裁、企业业务负责人宋春正说。

这和最近流行的产业互联网不谋而合,宋春正认为,未来更多的技术会投入到以 to B 为主的各个行业 and 各个产业中,用数字化技术对它进行变革,从而提升它的整体效能,降低整个行业成本,这就是重要的趋势。

2018 年下半年,腾讯公司调整公司架构,向产业互联网转型,其 CEO 马化腾也称:“没有产业互联网支撑的消费互联网,只会是空中楼阁”。美团 CEO 王兴也判断,“中国互联网如果想回暖的话,一个非常重要的方向是由供应链和 to B 行业的创新来驱动的。”

“京东企业业务也会紧跟行业开放协同的趋势,且京东企业采购系统不仅仅是京东使用,还会开放给外部企业,开放协同是京东企业业务的核心战略之一。”宋春正还称,这个业务从启动开始到现在一直是盈利状态,不是烧钱的模式。

那京东的企业服务都有哪些长处呢?据宋春正介绍,首先是提高效率,通过京东服务平台,理论上平均采购效率提升率高于 50%,不同的场景具体数字可能不同。

以地方铁路局与京东企业购合作为例,京东称,为其提供的采集和监控商品价格信息等服务,使得上述客户相较于传统采购渠道节省率达到 15%;而从下单到货物运抵的时间也从平均 8 天缩短为 3 天,综合节省率较合作前提升 17.6%。

另外,这套方案能帮助企业实现透明、阳光化管理。宋春正举例,“我们和一个知名运营商户每年交易额达十几亿元,客户根本就见不到供应商是谁,所有的价格所有的交易都通过系统对接进行。”

而且这套方案可以多场景适配,据介绍,京东企业购会给予所有采购有关系的入口提供一整套解决方案。但企业千万家,每家都不一样,个性化的解决方案是怎么做出来的?

京东方面称,“我们把相同的东西通过组件化的方式做的类似于积木,然后每个行业客户只要把 80%的组件拿出来,通过合作伙伴把个性化做出来,每个行业都会针对不同行业不同客户。如果你的案例足够丰富,对客户需求的了解足够的话,你会发现 80%的需求是一样的。”

“比如关于电子发票,普通电子发票我们在政府金融领域已经用得很多了,基于区块链防伪技术的增值税发票,他们后台逻辑有 80%都是一样的,只有 20%的不同,我们不是每个行业要全新的开发一套东西出来。”宋春正说。

这其中,京东企业也特别注重小微企业。“我们目前活跃企业客户数有 700 多万家,其中小微企业的数量是极大的。”宋春正说,对小微企业来说,他们需要的是基础权益和服务,京东对中小微企业会用企业会员制,这些服务权益都能满足他们。(中新网)

盒马宣布 启动绿色盒区计划 一年目标“减塑”380 万千克

日前,盒马宣布启动绿色盒区计划,通过供应链和流程优化,从源头到餐桌力求减少塑料制品的使用。这一计划覆盖了绿色消费、绿色回收、绿色供应链三部分,全年目标减少使用塑料 380 万千克。其中,仅与蚂蚁森林的合作,就预计可少用 1277 万只塑料袋。

为鼓励消费者在门店环保消费,盒马携手蚂蚁森林,消费者只需用盒马 APP 结账时未购买塑料袋,每天可获得一次 21 克蚂蚁森林绿色能量。2019 年全年,预计可减少超过 1277 万只塑料袋的使用。

盒马的末端配送几乎完全“消灭”了纸箱和胶带。今年起,盒马将继续“绿化”供应链,把水产仓库中通用的一次性泡沫箱替换为可重复利用的水车、将生鲜加工中心所产生的废料统一集中清理、优化果蔬包装环节等。盒马市场总经理根仙表示,未来一年,预计可减少一半以上的塑料耗材、减少使用泡沫箱超过 250 万只,减少用纸 1 亿张以上。

同时,盒马联合章鱼回收,在杭州、北京和上海的门店放置了可分类回收塑料的智能机器。消费者只需打开手机扫一扫,便可参与塑料回收投递,还能兑换环保礼物。这种新颖的全自助回收方式吸引了不少盒马用户参与,试行不到两个月时间,最早参与试点的两家门店就已回收塑料瓶 1700 余只、塑料超过 1400 千克——而平均 9 个 PET 塑料瓶就可再生成一条环保围巾。目前塑料回收机已经覆盖北京 15 家门店、上海 8 家门店和杭州、宁波的 8 家门店。未来一年内,这种塑料回收机将陆续进驻盒马全国各门店。

资料显示,塑料已经成为当下对环境最大的威胁之一。从 GoZeroWaste 译自《国家地理》杂志的信息显示,在过去的近一个世纪里,人类制造了 69 亿吨塑料垃圾,其中近八成被堆积在填埋场或自然环境中,只有 9%被回收,而全球塑料产量仍在以指数级增长。塑料垃圾难以降解、破坏自然生态已成为社会共识,但塑料袋、塑料瓶作为现代人的生活必需品,减少塑料的使用对商业企业而言任重道远。(金志刚)