

茅台之窗

茅台集团荣获“2020 年全国脱贫攻坚组织创新奖”



茅台集团党委书记、董事长高卫东(右二)代表茅台集团领奖

■ 本报记者 樊瑛 张建忠 综合报道

10 月 17 日,2020 年全国脱贫攻坚奖表彰大会在京举行,对 2020 年全国脱贫攻坚工作做出突出贡献的组织和个人进行表彰。茅台集团荣获“2020 年全国脱贫攻坚组织创新奖”。茅台集团党委书记、董事长高卫东参加大会并领奖。

组织开展全国脱贫攻坚奖评选表彰,旨在树立脱贫攻坚先进典型,讲好扶贫脱贫故事,展现脱贫攻坚伟大成就,引领社会风尚,弘扬社会主义核心价值观,鼓励全社会进一

步行动起来,激励贫困地区广大干部群众进一步行动起来,万众一心,只争朝夕,不负韶华,咬定目标不动摇,一鼓作气、乘势而上,坚决打赢脱贫攻坚战。今年全国脱贫攻坚奖设奋进奖、贡献奖、奉献奖、创新奖、组织创新奖 5 个奖项。

10 月 17 日是我国第 7 个“扶贫日”,由国务院扶贫办与中央广播电视总台联合录制的《决战时刻——2020 年全国脱贫攻坚奖特别节目》,于当晚 20 点档在 CCTV-1 和 CCTV-17 同步首播。

今年特别节目以“决战时刻”为主题,

着重展现 2020 年全国脱贫攻坚奖获奖者的先进事迹。

节目结构精炼,环节流畅,融入歌舞、情景剧、颁奖词、人物短片等多种艺术表现形式,生动展现了获奖者的先进事迹和感人故事。

据悉,自 2017 年以来,国务院扶贫办与中央广播电视总台分别以“最深的牵挂”“庄严的承诺”“攻坚的力量”为主题,连续 3 年在中央电视台录制播出全国脱贫攻坚奖特别节目。

茅台在脱贫攻坚中所作的突出贡献,获奖并受邀参与了节目的录制。



茅台获评 2020 年全国脱贫攻坚组织创新奖事迹介绍——



创新改变企业命运 余姚经信局举办创新思维和管理创新培训班

■ 袁孝冲

创新是企业发展的最核心竞争力,也是企业管理者应对企业命运变革的必然选择。10 月 14-15 日,浙江省余姚市经信局以“企业管理者创新思维和管理创新”为主题,在余姚通用宾馆举办了为期两天的培训班,邀请国内著名的创新领域研究专家、创新管理专家骆欣庆博士,为来自市内 70 余家企业的 130 名中高层管理者授课。

骆欣庆老师通过扎实的专业知识和丰富的授课经验,结合大量的经典案例分析,为学员讲授了“认知改变命运,格局决定高度,规律引领路径,组织激发活力和创新方法实践”等五个课题知识;整个课程由浅入深,从基本的管理创新和管理创新思维理论的理解,到深刻领悟管理创新理论在工作实践中的意义和实操方法,通俗易懂地让学员掌握了“如何在解决问题的不同阶段,使用不同的创新思维和决策工具”,帮

助他们在管理创新能力和激发组织创造力得以提升。

课间期间,有位学员告诉记者说,骆老师的课确实讲得不错!语言生动流畅,思路清晰明了,内容引人入胜。

譬如,骆老师以中美贸易战及中国历史发展的典型案例,阐述和强调了只有创新才能改变企业命运,才能在“江湖”中确立自己的位置。让人听后一下子就明确了创新的价值和意义。

全国零售界合肥论剑 苏宁零售云成创新发展样本

实施扩大内需战略、建设现代流通体系、加快形成双循环新发展格局,作为市场主体的零售企业在其中发挥着重要作用。为总结交流各地推动零售业数字化转型、“以大带小”创新发展的成效和经验,10 月 14 日,由商务部举办的全国零售业创新发展现场会在安徽合肥召开。商务部王炳南副部长出席会议并讲话。

作为唯一一家应邀在会上“传经”的零售企业,苏宁易购集团高级副总裁顾伟介绍了苏宁为中小微企业提供平台赋能、技术提升、供应链服务的创新经验。商务部对苏宁零售云模式给予充分肯定。

顾伟表示,苏宁以零售云为重点,通过县镇店和社区店两种业态,整合苏宁的品牌、供应链、技术、物流、金融、运营等核心资源,通过新型加盟模式,为中小微企业提供全场景数字化重构和全价值链赋能的智慧零售解决方案。

据了解,全国各省(市、自治区)及省会城市商务主管部门负责人、相关行业协会、阿里巴巴等近 30 家头部零售企业代表,共计近 200 人参加此次峰会。

14 日下午,与会代表还到位于合肥市吴山镇的苏宁零售云县镇店和位于峰尚国际社区的苏宁零售云社区店(即苏宁小店)观摩学习。

苏宁零售云县镇店 五大核心能力赋能加盟商

顾伟表示,三十而立的苏宁已经发展成为一家线上线下深度融合的智慧零售商;在线上拥有苏宁易购和苏宁易购天猫旗舰店两大平台,在线下拥有电器店、零售云店、苏宁小店、家乐福等 13000 多家互联网门店,积累了多年的线上线下协同发展运营经验,逐渐夯实了各项基础服务能力,为向社会开放、向中小微企业赋能奠定了良好基础。

“从县镇家电市场来看,本土化门店仍是主流的零售形态。”顾伟表示,这些传统门店普遍有很好的服务意识,但如果完全独立经营,需要自行备货,占用大量资金,库存周转效率也比较低,随着数字经济的发展,它们很难去独立构建零售数字化信息运营管理工具,原有



与会代表到位于合肥市吴山镇的苏宁零售云县镇店调研。

业务模式已经很难满足当前消费者对于商品更丰富、价格更实惠的需求。

针对这样的现状,2017 年,苏宁推出零售云的加盟店模式,去赋能县镇市场的中小微零售企业,帮助他们进行数字化转型。

顾伟表示,苏宁零售云模式对加盟商户的赋能,体现在商品供应链、专业化运营、数字化改造、金融服务、物流配送等方面。

在供应链方面,苏宁零售云协同中小微企业在商品上做丰富、做精准,合作伙伴通过共享苏宁中心仓的库存,极大扩充了商品种类。其次,苏宁零售云在经营中同步收集全国消费者的需求,向上游品牌商反向定制产品,集中采购,提升上游品牌商销售的确定性,并通过规模效益让消费者以更合理的价格买到合适的商品,合作伙伴还能提升盈利。

日常运营方面,从总部到区域,苏宁零售云在全国建立近 600 个片区,1400 人的专业团队,协助中小微企业重构店面形象,同时通过集中设计、规模化采购各类设备,帮助合作伙伴降低成本,“我们还不断总结接地气的优秀经验和案例,全国范围内推动商户互相学习,共同成长。”

在数字化改造上,苏宁零售云首先重构了

门店的人货场,让经营数据实时在线。针对门店陈列商品有限的问题,为了便于用户看到更多商品,苏宁零售云推出“云货架”工具,更立体的展示门店没有陈列的商品,大大提升销售转化。据统计,使用“云货架”的门店销售额平均提升 24.3%。

在物流服务方面,中小微企业可以共享苏宁的库存、物流服务,加快周转速度,大家电更是可以零库存运作,门店库存控制在 14 天以内。

在金融服务上,苏宁零售云通过先销后采模式,降低合作伙伴资金压力。“在销售旺季需要少量备货的时候,我们还提供‘货速融’等金融产品,只需支付 15% 的保证金就可以提前锁定货源,大大提升了经营的灵活性。”

顾伟表示,零售云的发展,其实是 B2S2B2C 模式在家电行业的一次实践。“综合来看,我们以零售为导向整合供应链,对于上游供应商,降低其经营的不确定性,提升行业效率;对于中小微企业,通过集约化运作仓配和数字化能力,降低经营成本和风险。同时,对于销售数据、用户行为,我们可以进一步汇总、分析,脱敏提供给上游供应商,加强产品生产的准确性。”

“通过苏宁零售云的赋能,加盟商一次性仅需投资 25-35 万元,门店主营产品即可从 200 个 SKU 扩充至 17000+ 个 SKU,线上更可享受苏宁的 700 万个 SKU 商品,单店年营业额可达 300 万元以上,平均毛利率超过 17%,一般情况下 18 个月即可收回投资。”顾伟透露,通过对加盟商经营数据的对比分析,升级改造后的门店平均月收入 30 万元以上,资金周转提升 5-6 倍,订单量提升 4 倍。

以合肥市吴山镇的苏宁零售云店为例,加盟苏宁之前,这是一家传统电器专卖店,年销售额不到 150 万元,库存占用资金却超过 240 万元,门店数字化水平很低,生意并不好做。2019 年,店主郑跃进主动选择加盟苏宁零售云。升级改造后,首先是门店形象和陈列有了明显改观,由于共享苏宁仓配,门店构成从之前的 200 平米卖场+300 平米后场仓库,变成 500 平米卖场,主流品牌全进店,顾客体验变好了。其次,门店加盟后能够共享苏宁的供应链、物流、售后、金融等服务,几乎没有库存资金占用的压力,整体投入不到之前的一半。

今年疫情期间,郑老板通过苏宁提供的社群、直播、微店等线上营销工具进行离店销售,在闭店的情况下维持了门店的正常运营,还通过苏宁提供的货速融等金融工具,缓解了资金压力。顾伟透露,今年这家零售云店的月营业额已经达到 30 万元,年利润也从 14 万元提升到 50 万元左右。

截至目前,苏宁零售云已在县镇市场发展门店 7000 多家,带动新增就业超过 3.6 万人。预计到今年底,苏宁零售云县镇店将突破 8000 家,销售规模突破 210 亿元。2021 年门店数量突破 12000 家,销售规模突破 330 亿元。

苏宁零售云社区店 苏宁小店开放加盟

恰如当年的“农村包围城市”,随着零售云模式在县镇市场成熟定型,苏宁将整套解决方案向社会全面开放,开始聚焦城市社区赛道,建立加盟店+自提点的商业模型。顾伟表示,苏宁零售云社区店(即苏宁小店)在满足社区用户购物便利的同时,构建起中心化+分布化的

互联网模式,为中小微企业提供邮局+菜场+云超的解决方案,以及 O2O 融合的全链路引流和复购模式。

在供应链上,苏宁小店利用苏宁易购和苏宁家乐福强大的供应链优势,为用户精选食品、洗护、生鲜、日用等每一个品类中排名前列的品牌,降低采购和交易成本。

苏宁小店融合线上线下渠道,商品从有限到无限,同时建立覆盖半径 3 公里的 1 小时配送网络,提升购物便捷度。用户线上下单门店提货的履约模式大大降低物流成本,将更多优惠给到消费者。

生鲜品类是苏宁小店的发力重点,为打造高效的生鲜销售体系,苏宁小店出了苏宁菜场,可以通过 APP、小程序在线上购买,次日到店提货,通过以销定采和门店自提的业务模式有效降低损耗保证新鲜、减少中间物流成本,形成良性闭环,保障城市居民的菜篮子供应。

在综合服务上,苏宁小店被打造成多样化服务的线下载体,在商品销售之外还能提供家电清洗维修、家政保洁、快递代收代寄、轻餐饮、金融理财及体育彩票销售等服务,成为社区服务中心。

今年 5 月,苏宁小店率先在江苏南京启动加盟试点。与会代表现场调研的峰尚国际社区店,则是苏宁小店在合肥的第一家加盟店。该店店主原本是苏宁易购合肥大区的一名管理人员,瞅准苏宁零售云开放加盟的机会,转换身份成为一名苏宁小店加盟店主,工作比原来更忙了,同时收入也翻了一倍多,可谓“累并快乐着”。

在今年 7 月底举行的三十周年庆云发布会上,苏宁宣布将战略定位由“零售商”升级为“零售服务商”。在这一面向未来十年的战略转型中,苏宁零售云毫无疑问是其中的重要抓手。

“未来我们会持续优化苏宁零售云平台的开放协同,链接更多合作伙伴与苏宁共同成长,为国内流通业的优化升级贡献一份力量。”顾伟表示,在从零售商向零售服务商转型的过程中,苏宁坚持的理念是要有利他之心,首先要考虑上下游合作伙伴和消费者利益,通过整合和数字化改造提升行业效率,来实现全链路的闭环和共赢。
(新华网)