“贵州米粉哥”疫情下在美国逆势扩店

对于在美国卖贵州花溪牛肉粉的陈玉竹来说,新冠肺炎疫情是危机更是机遇。有美国“贵州米粉哥”之称的他,经营的餐饮店在后疫情时代没有选择“断臂求生”,而是逆势扩张。

“疫情之前在美国开了9家店,疫情发生后又开了4家门店。”陈玉竹14日接受记者采访时说,2022年1月正在美国陆续开设5家门店,目前正在装修店铺和招聘服务人员。

“85后”的陈玉竹来自贵州,2008年大学毕业后侨居美国经商,怀着对家乡美食深深的执念和找尋乡愁的情怀,2013年开始在美国开设“花溪王”牛肉粉店。

法盛是美国纽约亚洲规模最大的聚居地,陈玉竹的第一家牛肉粉店就开在法盛的美食广场。起初,陈玉竹的牛肉粉因味道过于“贵州化”导致生意惨淡,后经过改良,牛肉粉店在当地华人圈迅速走红。

因牛肉粉所需食材大部分都来自贵州,陈玉竹在美国建立了贵州特色食品工厂。为了让更多海外同胞吃到贵州味道的牛肉粉,2016年陈玉竹开了牛肉粉的外送服务,其服务范围覆盖到纽约州、新泽西州、康涅狄格州等美国十几个州。

2020年新冠肺炎疫情发生后,陈玉竹的牛肉粉生意不减反增,“销量比疫情前翻了六七倍,有的门店一天就可以外销上千碗牛肉粉。”陈玉竹说。

陈玉竹坦言,新冠肺炎疫情在美国爆发后导致线下门店关闭时间,营业额大幅下降,后通过“生包”半成品销售,量化制作供应更量等方式,在关闭线下门店食堂的同时线上销售逐渐提升。

趁着牛肉粉外卖销量猛涨,陈玉竹在美国休斯顿和金山等地陆续开了3家牛肉粉专卖店和1家牛肉粉加盟店。在他看来,线下门店不仅可以与海外同胞和美国民众尝到牛肉粉,还能推广“贵州独特文化和农特产”。

记者了解到,陈玉竹开办的每个线下门店都定期循环播放贵州对外宣传片,并摆架和销售贵州风味食品等特色小吃,进店的客人可以一边吃粉,一边欣赏贵州美景、纯净山乡和美国少数民族传统文化。

“有个经常来店里吃粉的美国顾客,很喜欢中国文化和中国美食,他还想加盟我们的牛肉粉店。”陈玉竹说,目前门店食客80%是海外华人,20%是外国人。

随着中国国内新冠肺炎疫情好转,2021年3月陈玉竹从美国回到贵州,着手开陈玉竹东南亚及国内门店,并打算把贵州特色小吃推广到华人华侨最集中的东南亚地区。

成立公司、研发产品、做大食品供应链……目前,陈玉竹每天都非常忙,用他的话说,希望借势从内销到让更多华人了解贵州,爱上贵州美食和贵州文化。

(周燕妮)

九江石油“加減乘除”巧解非油管理难题

2021年,江西九江石油创新性运用“加減乘除”四种方法,破解非油销售难、管理难、员工积极性不高等难题,进一步夯实基础管理,推动非油业务向精细化管理迈进。

正向激励,非油“加薪”。九江石油充分发挥考核指挥棒的作用,推行非油品销售不设基础薪酬,以毛利润为导向,多劳多得,打破以往非油激励“非排坐”“吃大锅饭”的分配模式,单设非油销售专项奖,多奖多发,严格薪酬考核并在站务公开栏公示,让员工人人会算“非油账”,清清楚楚拿奖励,大大激发了员工销售积极性。

分解任务,基层“减压”。面对巨额销售任务,分公司改变以往分配任务按人拉、按地摊的一刀切分配模式,将非油品任务计划分解到市县,三个层级下达,将35%销售任务放在市县管理部門完成,给门店下达的主要是站前计划,把站销售作为员工非油品业务的主要依据,销售任务减轻,完成任务有奖,让员工有了“跳起来能摘桃子”的销售动力,达到了既为基层减负又调动了销售积极性的目的,门店销售从虚到实,形成“社区百姓”、长途货运等稳定客户消费群。

员工销售“乘”风破浪。针对员工“有热情没技巧,想推销没方法,懂客户不懂商品”现状,分公司采取针对性在线视频直播培训,连线现场示范讲解,推送抖音微视频等多种方式,让员工直观易懂了解专题营销活动期间的主推商品和活动内容,产生代入感,跃跃欲试,同时,请“家”销售专员现场讲解商品的特性和性价比,提高了员工非油销售视野和对便利店商品的熟练度,增强员工销售底气,提升了员工销售信心和销售信心。1-9月店销同比增长24.1%,自有品牌商品销售同比增长55.5%。

夯实基础,“除”通致新。2021年以来,分公司各部门“除旧布新”,重点从帮扶、督导等各种方式,督导各易捷店建立健全非油品进销存台账,完善超过过期商品管理制,落实2+1+1工作法,每周落实一个非油专题营销提升项目,逐步加强品牌陈列、库存管理、资金、账务管理基础。开展临期商品管理,捆绑销售,处理一批长期滞销积压品,为门店“脱包袱”,梳理过期商品责任,提升非油品库存管理辦法,加强要货指导,提升库存周转率,减少临期、过期商品损耗。常态化开展门店业务督导,从严考核,门店非油管理基础明显提升。

(何祥萍)

从拼流量到比服务 今年“双11”拉动消费有新意

■ 冯其宇 黄鑫 王轶晨

今年“双11”,今年有所不同。从薇娅直播间10月20日预售开始就提出“下午4点起,省心加购,不用熬夜”,到“今年京东11·11活动提前到天晚8点开启”,今年“双11”电商购物节,众多商家开始调整策略,通过改善消费者体验、拉长履约时间,提升消费者满意度和幸福感等办法来提升释放消费需求。中国电子商务研究中心首席分析师孙德业表示,“双11”已成为观察和把握中国消费市场潮流趋势的重要窗口之一。今年“双11”购物节“意外”增长惊人。但也应该看到,疫情导致地区消费分化,在已经采取严格封控措施的地区,网购快速推出给当地运输及分发带来困难,网购也受到抑制。

分析疫情对“双11”消费带来的影响,邹蕴涵认为,疫情导致消费向线上转移意愿更强烈。当前,疫情将再次降低年终消费线下消费需求,而在电商渗透率提升较快的情况下,线上消费或迎来“意外”增长时机。但也应该看到,疫情导致地区消费分化,在已经采取严格封控措施的地区,网购快速推出给当地运输及分发带来困难,网购也受到抑制。

专家表示,今年“双11”电商增长环境比去年更好。国内经济复苏进程更稳健,在宏观环境趋于向好,企业“保生存”压力下有所减轻等因素影响下,居民收入保持了逐步回升态势,消费能力较去年同期有所恢复,“双11”消费的基础更加稳固为现实。同时,由于受到疫情影响尚未完全消除,居民消费意愿较谨慎保守,性价比较好的商品更能迎合疫情之下消费者“花小钱,办大事”的心理。

邹蕴涵认为,当前疫情将对今年岁末岁初复苏的消费带来一定影响。下一步,促消费仍要从夯实消费增长基础,提升居民消费能力,改善居民消费意愿等方面入手,多措并举形成政策合力。

火热的“双11”市场从一个侧面再次展现内需市场消费潜力,从长远看,各方共同发力持续推进促消费仍有必要。有关专家建议,要进一步加大稳就业政策力度,加大企业稳岗力度,引导提高失业保障标准,尽快返岗标准;要引导各地优化完善临时救助机制,用好足额生活津贴临时救助资金,对受疫情影响较大企业员工,推动平台企业健康发展正成为行业共识。在这一背景下,“下更大力气方便消费者”成为众多商家的选择,直播电商表现突出也正是这样的趋势。对消费者来说,直播电商性价比强带来的价格优势更明显,很多产品经过电商精心挑选从而降低了个人选择成本,且购物体验更为便捷。

“促销还需多方持续发力”

展望今年年末消费情况,李政波表示,国家出台的促消费各项政策还将持续显效“发力,叠加“双11”“双12”等电商购物节,岁末年初消费旺季的拉动,消费市场将继续保持回升向好态势,在疫情防控没有重大变化情况下,消费有望实现预期增长目标。

邹蕴涵认为,当前疫情将对今年岁末岁初复苏的消费带来一定影响。下一步,促消费仍要从夯实消费增长基础,提升居民消费能力,改善居民消费意愿等方面入手,多措并举形成政策合力。

火热的“双11”市场从一个侧面再次展现内需市场消费潜力,从长远看,各方共同发力持续推进促消费仍有必要。有关专家建议,要进一步加大稳就业政策力度,加大企业稳岗力度,引导提高失业保障标准,尽快返岗标准;要引导各地优化完善临时救助机制,用好足额生活津贴临时救助资金,对受疫情影响较大企业员工,推动平台企业健康发展正成为行业共识。在这一背景下,“下更大力气方便消费者”成为众多商家的选择,直播电商表现突出也正是这样的趋势。对消费者来说,直播电商性价比强带来的价格优势更明显,很多产品经过电商精心挑选从而降低了个人选择成本,且购物体验更为便捷。

李明为实现乡村振兴建更多爱心书屋

校条件实在有限,连一本可供学生阅读的课外书籍都没有,学校在镇上也一所书店也没有,加上学生都来自附近农村,孩子回家阅读更是不可能的。每次语文作业,学生最头痛的就是写作,要想获得全县大奖,那更是难上加难。

有一天,李明对妻子说:“我们开一个书屋吧。”王虹立刻赞同道:“好啊,这样孩子就有书可读了。”犹豫一下,他又说:“要花多少钱?”李明测算了一下,皱眉头说:“大概要7万多。”王虹一听,也为难了:“我们工作这么多年,辛辛苦苦就读了这点钱,还打算再买点买房交付呢!说到买房,夫妻二人很恨心都没有钱看房产的事情。”

三个月后的一天,夫妻二人在镇上遇到了他们教过的学生陈成,正参加完高考。“高考成绩怎么样?”李明满怀关心地问道。陈成一脸沮丧地回答:“唉!差几分就考上重点大学了。语文考得最差,要是语文

写得再好一点,就上线了,现在只能上一本理科了。”

回到家后,李明对妻子说:“我们学校出去的多数学生,语文成绩都不理想,肯定与小学时的阅读积累有关,真是愧疚。”王虹也愧疚地说:“我们还是把那个书屋开起来吧。”李明笑着说对记者说:“农村孩子课外阅读少,就想尽一份绵薄之力。”

经过二十多天的精心筹备,夫妻二人的“爱心书屋”终于开业了,周末全天向孩子免费开放。每到周末,书店总是满当当的,孩子们有时候有些来迟的没有位置,李明就临时增加一些小板凳。有些孩子在,阅读时还提出一些关于语文方面的问题,夫妻二人总是耐心地讲解。其中,五年级的杨涛

汇通达全链路“数字场”让传统农村实体转型有“数”

近年来,数字经济成为经济发展的强大引擎,并将逐渐渗透在各行业中。在“农”的农村地区,传统的实体经济者该如何搭乘数字技术与实体经济结合的这列快车?

汇通达 SaaS+ 服务全方位、全链条打造高效乡镇零售“场”

“数字经济的快速发展,给予我们非常大的鼓舞。置身发展新阶段,未来汇通达将进一步加快技术成果在全国流市场场景中的应用转化落地,打造全国领先的产业互联网平台。”汇通达总裁徐贤贵表示,汇通达10年来紧扣农村经济发展“痛点”,在信息技术、数字经济方面专业专注,推动乡镇传统商业网点“脱胎换骨”,构建农村商业流通的数字化“底座”。

徐贤贵所说的这个“数字化底座”,正是汇通达 SaaS+服务在“人”“货”“场”三大要素中“场”的突破性所在。

在数字经济实际应用应用中,用“数据赋能”提升“场”的效率,是“人”“货”“场”有效运用的三大核心逻辑之一。数据是新业态“运转”,对数据的掌握程度,直接关系到新零售体系体系中“场”的运转能力,而对信息与数据的全方位掌握管理正是汇通达 SaaS+服务体系敢于直面庞大复杂乡镇市场的底气所在。

经过多年的市场实践,在强大技术团队的努力下,汇通达的 SaaS+服务体系,已经实现了“整个平台在线上,商品在线,订单在线,收货发货在线,商品在线,等十二大维度的全程在线”。

十二大维度在线对应的商品流、物流、信息流、资金流的四融合。“让店铺管理得到充分展示,让商品信息更顺畅向外传递,让物流信息随时可以掌握,让支付购买更加

今年“双11”拉动消费有新意

展现出强大韧性,消费仍是我国经济增长的主要动力。前9月,我国社会消费品零售总额同比增长16.4%,比2019年同期增长8%,三季度最终消费支出对经济增长贡献率为78.8%,也呈现出较高水平。同时,近一个月以来,局部散发的新冠肺炎疫情给消费复苏特别是给服务消费带来间歇性但较为明显的影响。

分析疫情对“双11”消费带来的影响,邹蕴涵认为,疫情导致消费向线上转移意愿更强烈。当前,疫情将再次降低年终消费线下消费需求,而在电商渗透率提升较快的情况下,线上消费或迎来“意外”增长时机。但也应该看到,疫情导致地区消费分化,在已经采取严格封控措施的地区,网购快速推出给当地运输及分发带来困难,网购也受到抑制。

专家表示,今年“双11”电商增长环境比去年更好。国内经济复苏进程更稳健,在宏观环境趋于向好,企业“保生存”压力下有所减轻等因素影响下,居民收入保持了逐步回升态势,消费能力较去年同期有所恢复,“双11”消费的基础更加稳固为现实。同时,由于受到疫情影响尚未完全消除,居民消费意愿较谨慎保守,性价比较好的商品更能迎合疫情之下消费者“花小钱,办大事”的心理。

邹蕴涵认为,当前疫情将对今年岁末岁初复苏的消费带来一定影响。下一步,促消费仍要从夯实消费增长基础,提升居民消费能力,改善居民消费意愿等方面入手,多措并举形成政策合力。

火热的“双11”市场从一个侧面再次展现内需市场消费潜力,从长远看,各方共同发力持续推进促消费仍有必要。有关专家建议,要进一步加大稳就业政策力度,加大企业稳岗力度,引导提高失业保障标准,尽快返岗标准;要引导各地优化完善临时救助机制,用好足额生活津贴临时救助资金,对受疫情影响较大企业员工,推动平台企业健康发展正成为行业共识。在这一背景下,“下更大力气方便消费者”成为众多商家的选择,直播电商表现突出也正是这样的趋势。对消费者来说,直播电商性价比强带来的价格优势更明显,很多产品经过电商精心挑选从而降低了个人选择成本,且购物体验更为便捷。

“促销还需多方持续发力”

展望今年年末消费情况,李政波表示,国家出台的促消费各项政策还将持续显效“发力,叠加“双11”“双12”等电商购物节,岁末年初消费旺季的拉动,消费市场将继续保持回升向好态势,在疫情防控没有重大变化情况下,消费有望实现预期增长目标。

邹蕴涵认为,当前疫情将对今年岁末岁初复苏的消费带来一定影响。下一步,促消费仍要从夯实消费增长基础,提升居民消费能力,改善居民消费意愿等方面入手,多措并举形成政策合力。

火热的“双11”市场从一个侧面再次展现内需市场消费潜力,从长远看,各方共同发力持续推进促消费仍有必要。有关专家建议,要进一步加大稳就业政策力度,加大企业稳岗力度,引导提高失业保障标准,尽快返岗标准;要引导各地优化完善临时救助机制,用好足额生活津贴临时救助资金,对受疫情影响较大企业员工,推动平台企业健康发展正成为行业共识。在这一背景下,“下更大力气方便消费者”成为众多商家的选择,直播电商表现突出也正是这样的趋势。对消费者来说,直播电商性价比强带来的价格优势更明显,很多产品经过电商精心挑选从而降低了个人选择成本,且购物体验更为便捷。

邹蕴涵认为,当前疫情将对今年岁末岁初复苏的消费带来一定影响。下一步,促消费仍要从夯实消费增长基础,提升居民消费能力,改善居民消费意愿等方面入手,多措并举形成政策合力。

火热的“双11”市场从一个侧面再次展现内需市场消费潜力,从长远看,各方共同发力持续推进促消费仍有必要。有关专家建议,要进一步加大稳就业政策力度,加大企业稳岗力度,引导提高失业保障标准,尽快返岗标准;要引导各地优化完善临时救助机制,用好足额生活津贴临时救助资金,对受疫情影响较大企业员工,推动平台企业健康发展正成为行业共识。在这一背景下,“下更大力气方便消费者”成为众多商家的选择,直播电商表现突出也正是这样的趋势。对消费者来说,直播电商性价比强带来的价格优势更明显,很多产品经过电商精心挑选从而降低了个人选择成本,且购物体验更为便捷。

火热的“双11”市场从一个侧面再次展现内需市场消费潜力,从长远看,各方共同发力持续推进促消费仍有必要。有关专家建议,要进一步加大稳就业政策力度,加大企业稳岗力度,引导提高失业保障标准,尽快返岗标准;要引导各地优化完善临时救助机制,用好足额生活津贴临时救助资金,对受疫情影响较大企业员工,推动平台企业健康发展正成为行业共识。在这一背景下,“下更大力气方便消费者”成为众多商家的选择,直播电商表现突出也正是这样的趋势。对消费者来说,直播电商性价比强带来的价格优势更明显,很多产品经过电商精心