

打造全新数字化生态系统 京东首次详解数字化升级战略

17 日,近千家国内外时尚、居家、美妆、运动、奢侈品品牌负责人出席了京东零售集团时尚居家平台事业群成立以来的首次合作伙伴大会。京东零售集团轮值 CEO 徐雷详细阐述了 2019 年京东集团数字化升级战略。其中,构建京东数字化矩阵成为各方关注的焦点。

当前,外部经济环境存在不确定性,人口红利逐渐消退、运营成本不断增加、竞争日趋激烈。与此同时,消费者需求更加个性化、消费场景也更加碎片化……面对这样的变化,徐雷强调“京东的策略是主动求变,拥抱甚至力求引领每一次的变化”。

京东基于对数据、行业以及零售未来的洞察,与商家共建以大数据为基础、多方受益的数字化矩阵,是京东数字化升级战略中的重要组成部分。在纵向上,京东零售集团搭建了以客户为中心的前、中、后组织架构,这将进一步打破部门间的数据墙、业务墙,利用大数据和数字化的手段提升管理效率,决策效率的提升将使京东东合作伙伴直接受益;在横向上,京东一方面为合作伙伴开放了供应链、物流、技术、金融、服务等方面积累的核心优势,另一方面也将集团数字化建设的经验、能力赋能给合作伙伴,通过商流、物流、资金流和信息流的数字化互通方式,帮助商家更好地洞察消费者需求,实现资源的最优化配置,从而提高运营效率。

京东集团副总裁、京东零售集团时尚居家平台事业群总裁赵英明在现场表示,京东时尚居家平台事业群的核心能力就是服务。

中华商业信息中心主任王耀认为,今天,中国经济增长方式已经发生了变化,从高速增长转变为高质量发展;人们消费方式也发生了改变,从追求拥有更多的商品变为追求更好的商品与服务。在当前环境下,京东提出构建数字化矩阵,利用大数据资源随时了解消费者行为,对未来发展做出预判,不仅能帮助合作伙伴少走弯路,还为其提供全方位的服务,使其营销更加精准、运营能力不断提高、商品结构更加完善,进而满足消费者日益



●京东零售集团轮值 CEO 徐雷阐述 2019 年京东集团数字化升级战略

增长的美好生活需求。

据了解,京东设立时尚居家平台事业群的初衷就是能够专注于 POP 开放平台为主的品类发展。京东数字化矩阵的直接受益者就是开放平台的合作伙伴。在此次汇聚众多顶级合作伙伴的大会上,京东零售集团多部门负责人及京东物流详细阐述了京东将如何与合作伙伴共通商流、物流、资金流和信息流,从而打造出全新的数字化生态系统。

在营销方面,京东推出了“京东营销 360”平台,“京东营销 360”基于京东营销 4A 模型,有效界定受众价值阶段,为营销转化效果衡量提供可视化依据。以美宝莲睫毛膏新品上市推广为例,京东数坊基于数坊用户洞察分析,有效掌握 4A 人群特征,助力高潜用户挖掘,令美宝莲在投放初期得到有效的品牌 4A Learning 与营销行动决策,据此圈定高潜人群精准触达,强力助推销售转化提升,同时带动了美宝莲睫毛膏消费者资产环比增长 193%。在营销场景和工具建设上除了进一步丰富营销产品矩阵,京东还通过流量分配、活动选品机制的优化以及用户分层的精细化运营打造更公开透明的平台,满足品牌商差异化的营销需求。以京东与阿迪达斯品牌进行的深度合作为例,在 2018 年 8 月“阿迪达斯”超级品牌日期间,阿迪达斯官方旗舰店利用超级品牌日增粉 50 余万,当天销售额达到前 30 天日均销售额的 45 倍。

在物流领域,京东针对时尚居家行业推出了专属的供应链一体化解决方案,通过到仓服务和仓配一体服务,实现商家电商平台、B2B、经销商等不同渠道的一盘货管理。同时,

京东物流还为家具、建材等大件产品量身打造了“居网通”项目,实现大件卫浴、床垫等产品的全国干支装一体化服务。以京东居家重要品牌网易严选为例,去年 9 月,京东物流与网易严选联合建设的协同仓在杭州正式开仓。网易严选可以在自己仓库与京东共享商品及库存数量等数据,减少商品的搬运次数,缩短商品与消费者之间的距离,大幅提升现货率和库存周转,为智能补货、调拨奠定了基础,把现货率提升到 95%以上。这是京东物流首次与国内知名电商品牌联合创新的仓储物流模式。

在运营方面,京东正在通过打通用户标签体系实现人群标签化、运营差异化、流量精准化,持续提升商家运营能力。同时京东还在为商家打造全域、全场景线上线下一体化的交易能力。早在 2017 年,阿玛尼品牌就已入驻京东。通过京东大数据对受众人群需求的精准分析,京东白条分期息等多种玩法,京东为该品牌提供奢侈品金融消费解决方案,助力其拓展线上销售;同时还将京尊达专人、专车、专线的顶级服务赋能给阿玛尼品牌,为消费者提供顶级服务体验。到 2017 年底,入驻不足一年的阿玛尼就实现了大陆全网官方渠道销售第一,并一直持续领先至今。目前,阿玛尼品牌在京东的月销售额同比刚入驻时期已经增长了 20 倍。这也标志着国际顶级奢侈品牌与京东“数字化升级”的非凡融合。

中国国际电子商务中心研究院院长李鸣涛认为,数字化趋势已经不可逆转。从消费到流通再到生产都在进行数字化变革。未来如何基于数字技术实现产业链各环节的社会化协同,将成为企业竞争优势的来源。京东的数字化矩阵的理念可以很好地实现基于京东内外部数字资源的共享与协同,京东在时尚、居家、美妆等领域数字化矩阵的应用已经有了明显的成效。相信京东通过数字化矩阵的打造,可以促使互联网与传统企业实现更为深度的数字化协同,从而发挥数字产业新生态的引领和示范作用。

(中新网)



定义危化运输安全新标准 上汽红岩车罐一体智能危化车上市发布

“我有一个愿望,我希望爸爸和世界上所有开危化车的司机叔叔们,都能拥有一辆最安全、最安全的车,我希望他们每天都能开开心心工作、平平安安回家。”4 月 17 日,在第十八届上海国际汽车工业展 3A07 号展台,上汽依维柯红岩商用车有限公司(以下简称“上汽红岩”)车罐一体智能危化车上市发布会现场,一名卡车司机的小女儿许下了真挚愿望,上汽红岩车罐一体智能危化车也在祝福声中首发上市。

此次发布活动别开生面,一改以往酷炫科技、震撼音效的常规发布形式,以温馨、关爱、真切的舞台剧形式让观众在暖心的场景中感受到了上汽红岩的钢铁柔情。站在聚光灯下,小女孩现场与上汽红岩总经理楼建平温暖互动,车罐一体智能危化车诸多领先科技逐一呈现出来。

该款新车基于“蜘蛛智选”C2B 定制平台定向研发,创您所需,成您所想,满足用户对个性化的需求。与传统危化车相比,主、挂车“一体化”集成设计是其一大亮点,创新运用的 7 项车罐一体化专利技术,提升了整车使用一致性与便利性;全面统一技术标准、数据通讯等,实现主、挂车协同控制,提升整体稳定性与安全性。

新车搭载了上汽红岩最新的智能网联系统,该系统通过智能危化品监控平台,对货

物、驾驶、设备进行全面监控,实时监测危化品主车及罐体阀门等运行状况;当有异常情况发生时,通过地图跟踪、轨迹回放、智能影像等功能获取故障信息,有效预防风险。

在主、被动安全配置方面,除了 LDWS 车道偏离报警、AEBS 自动紧急制动、ESP 电子稳定系统等传统优势配置之外,还增加了 ADAS 高级辅助驾驶系统、基于人脸识别开发的 DMS 防疲劳驾驶预警系统等“新装备”。

更为值得称道的是,新车的罐体采用高科技安全涂层,即使发生碰撞,罐体内的易燃易爆物质也不会发生泄漏和爆炸。如此“武装到牙齿”的安全配置,全面提升了主被动安全性,所以上汽红岩自信地喊出“你的安危,我一身承担”。

上汽红岩总经理楼建平公布了新车售价——66.99 至 99.99 万元。紧接着,《Heal the World》伴奏响起,伴随着孩子的歌声和愿望,聚光灯打出了“你的安危,我一身承担”几个大字,彰显出上汽红岩对用户的关心、贴心和企业勇于担当、产品技术过硬的造车情怀,车身上的大幕缓缓揭开,新车正式上市。

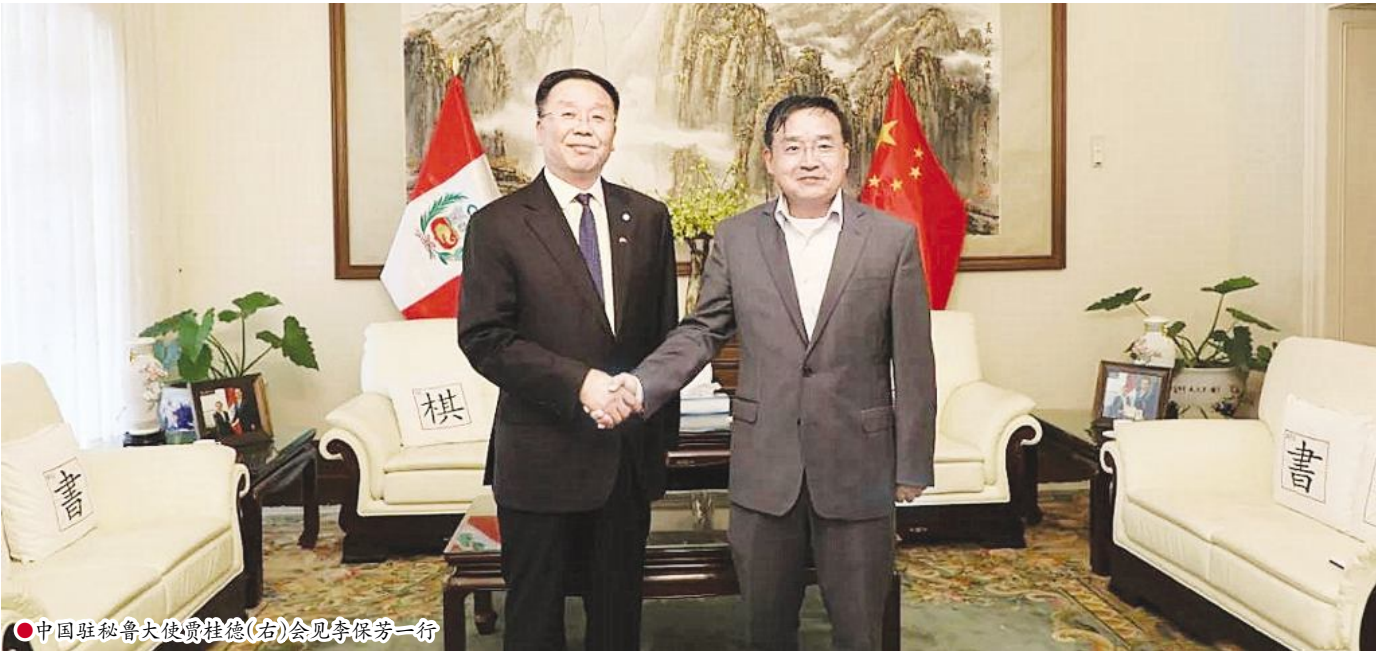
此番上汽红岩车罐一体智能危化车的发布,不仅为危化品运输行业提供一揽子高效、安全、系统的解决方案,也表明了上汽红岩以实际行动呼吁建立危化品运输行业标准的决心。

(杨建)

国酒之窗



“文化茅台·多彩贵州‘一带一路’行”走进秘鲁



■ 本报记者 樊瑛 张建忠 综合报道

当地时间 4 月 13 日下午,“文化茅台·多彩贵州”代表团抵达南美之行的最后一站——秘鲁首都利马。贵州茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳等代表团成员,在利马国际机场受到了秘鲁华人及秘鲁中国文化爱好者的热烈欢迎。

抵达秘鲁首都利马当天,茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳率队拜访中国驻秘鲁大使贾桂德。

中国驻秘鲁大使贾桂德会见李保芳一行,贾桂德高度评价茅台为中国对外交往做出重要贡献,并说,“如果秘鲁是文化茅台南美之行的最后一站,那么,我宁可把它看作是此行的压轴之作。”

当晚,“文化茅台·多彩贵州‘一带一路’行”走进南美洲系列活动迎来了继阿根廷茅台品鉴会后的秘鲁茅台品鉴会。

在品鉴会中,茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳先生发表致辞:

“今天来到秘鲁,我们每时每刻都感受着热烈而坦率的友善。人们告诉我,这里有 8000

多家中餐馆,中西方饮食文化在这片土地上交融;这里的人总爱把中国人亲切地称为‘老乡’(Paisano),这个词语,是指有着相同风俗习惯和文化背景的同胞。

曾有诗人用‘从中国到秘鲁(from china to peru)’表达‘走遍天下’之意,我们跨越山海来到秘鲁,既是茅台酒与皮斯科(秘鲁的国酒)跨洋相聚,更是来拜访距离最远的亲友。”李保芳还这样介绍茅台酒的家乡贵州,“我们很想请大家到茅台的家乡贵州去看一看。群山中的多彩贵州,和秘鲁一样,有着美丽的梯田,山间瀑布奔流,距离茅台镇不远的遵义海龙屯遗址,被称作是中国的‘马丘比丘’。”

中国驻秘鲁大使馆经济商务参赞郝沁梅女士致辞:

“在中国,茅台酒既是一种商品,也代表着一种文化。所以,在‘一带一路’框架下,茅台走进秘鲁,我们认为不仅推动了贸易畅通,也加强了民心相通。相信在秘鲁这片古老而文明的土地上,茅台作为中国和世界名酒一定会绽放出更加璀璨的光芒。”

前秘鲁驻中国大使 Juan Carlos Capu ay 先生致辞:

“对中国和秘鲁来说,茅台是一个使者,让我们更加亲近,互享经贸、商业和文化的关系。”中资企业协会会长孔爱民先生致辞:

“中国是酒的故乡、酒的王国。贵州在中国是以山美、水美、酒美著称。在群星璀璨之中,茅台是最耀眼的一颗。”

秘鲁当地经销商奇伟国际有限公司主席梁锦鸿先生致辞:

“中国贵州茅台酒走进南美洲的活动到秘鲁已是最后一站,我们希望这样的活动能多一点,让南美洲的人民能够近距离地感受到今日中国,品味到来自中国贵州的茅台佳酿。”

在品鉴会中,秘鲁当地舞者现场为嘉宾带来了精彩的特色剪刀舞表演,引起一众欢呼。剪刀舞起源于印加时代,现已被列入人类非物质文化遗产代表作名录。

茅台方面出席嘉宾包括,茅台集团公司副总经理张德芹,茅台股份公司副总经理、机场公司董事长张家齐,茅台股份公司副总经理、财务总监何英姿,茅台集团公司总经理助理、习酒公司总经理涂华彬,茅台股份公司总经理助理、公司办公室主任黄维,茅台秘鲁经销商奇伟国际有限公司主席梁锦鸿先生。

跨山海如见亲友 端美酒共敬未来 ——在秘鲁茅台酒品鉴会上的致辞



■ 茅台集团党委书记、董事长、总经理 李保芳

尊敬的卡普纳伊先生、郝沁梅女士、毛尔图亚先生、巴切科先生,各位来宾、各位朋友,女士们、先生们:

大家晚上好!

今天特别高兴。连日来,文化茅台、多彩贵州“一带一路”行推介活动走过智利、阿根廷,再来到秘鲁,南美洲的美丽风物和深切情谊,令我们印象深刻。今夜,我们以酒为媒共聚一堂,各位的光临,是秘鲁给予茅台的积极肯定,请允许我代表茅台集团,向大家表示诚挚的感谢。

茅台酒是知名的民族品牌、中国名片。为了让世界爱上茅台,让茅台飘香世界,从 2015 年开始,我们先后在亚洲、欧洲、北美、澳洲开展大型推介活动。此次在南美的活动,标志着在世界大的区域实现了全覆盖,对我们来说,是一件极有意义的事情。同时,我们深切感受,走出国门、走向世界,需要面对加强交流、增进了解,才能更好合作、实现共赢。践行“一带一路”倡议,也需要脚踏实地,从一点一滴做起,把每件事做好,才会推动共同发展。所以,我们会坚持做下去。

今天来到秘鲁,我们每时每刻都感受着热烈而坦率的友善。人们告诉我,这里有 8000 多家中餐馆,中西方饮食文化在这片土地上交融;这里的人总爱把中国人亲切地称为“老乡”(Paisano),这个词语,是指有着相同风俗习惯和文化背景的同胞。曾有诗人用“从中国到秘鲁(from china to peru)”表达“走遍天下”之意,我们跨越山海来到秘鲁,既是茅台酒与皮斯科(秘鲁的国酒)跨洋相聚,更是来拜访距离最远的亲友。

秘鲁和中国 1971 年 11 月建交以来,构建起根茂实遂的两国关系。2009 年两国签署自由贸易协定,2010 年生效,成为中国在拉丁美洲达成的第一个全面自贸协定。2011 年,中国超过美国成为秘鲁最大贸易伙伴和出口市场。中秘两国的特殊情谊,让我们对这片土地向往多时。2016 年,亚太经济合作组织领导人峰会(APEC)在秘鲁首都利马举行,中国国家主席习近平出席了此次峰会。当时,茅台集团在秘鲁官方的报纸《秘鲁人报》投放了整版祝贺广告,成为茅台在秘鲁的第一次惊艳亮相。从那时起,我们就为今天的相聚展开了精心的酝酿与诚挚的等待。

但我和秘鲁人民的缘分在更早以前就

开启了。曾担任联合国秘书长的哈维尔·佩雷斯·德奎利亚尔先生就品饮过茅台酒,并对茅台酒多有称赞。

我们的工厂建设在中国西南部赤水河谷的茅台小镇里,独特的水质、土壤、气候及微生物群落,凝聚为茅台酒的灵魂。可以说离开茅台镇 15.03 平方公里的原产地域,就无法酿造原汁原味的茅台酒。而茅台酒的诞生,需要经历世界上最复杂的工艺之一——从投料到出厂,要经过 30 道工序、165 个工艺环节的锤炼,你所见的每一瓶茅台酒,都至少经过 5 年的时光沉淀,以及调酒师的精心调制和品酒师的苛刻筛选。茅台酒能够在世界上获得越来越多消费者的喜爱,得益于精益求精的工匠精神和开放包容的企业文化。

从小作坊起步,经过艰苦卓绝的发展,茅台如今已经成长为具有强大竞争力的全球品牌。2018 年,茅台集团全年完成营业收入 128 亿美元,预计今年这一数字将突破 150 亿美元。茅台是全球增长最为强劲的烈酒品牌,在品牌价值、企业市值、单品销量三项指标上,都位居全球首位,连续多年在 WPP、华通明略、《福布斯》、《金融时报》等各种国际榜单中占据行业榜首。

如今,秘鲁民众为茅台贡献了南美洲总销量 17% 的份额,茅台酒和皮斯科酒虽然卓然不同,却都被大家所喜爱,足以说明各美其美的同时,也能够彼此共融,才是世界文明不断生长的动力。

今天,我们在此欢聚,如同久未谋面的亲友,很希望大家能够喜欢我们用心酿造的茅台酒。我很高兴向大家介绍品茅台酒的一些小技巧,先观色、闻香,再慢慢小口品饮。茅台酒香气非常复杂,上千种物质构成了独特的嗅觉体验。茅台酒是 53 度的烈酒,但很温柔,不会带来宿醉的不适。

我们很想请大家到茅台的家乡贵州去看一看。群山中的多彩贵州,和秘鲁一样,有着美丽的梯田,山间瀑布奔流,距离茅台镇不远的遵义海龙屯遗址,被称作是中国的“马丘比丘”。而在城市中,众多文学爱好者在“马内奥·巴尔加斯·略萨先生的著作中也寻找着滋养,来自秘鲁的新鲜红提,则是市民餐桌上的钟爱之物。

如今贵州凭借交通等基础设施的跨越式发展,赢得了历史上最好的发展时期。十年前,贵州是“欠发达、欠开发”的典型地区,十年后,贵州已经成为全球产业资本聚焦的洼地。

贵州高速发展的底气,是技艺精湛的贵州工匠。贵州匠人的优质制造远远不止是茅台酒,还有大飞机发动机叶片、可在南极奔走的全地形车等许多优质商品。

希望在不久的将来,我们会搭建起更多的产业合作和文化交流平台,推动区域经济发展,为“一带一路”框架下的全球协作注入更丰富的内涵。在此,祝愿我们的合作前景更加广阔,祝愿我们的情谊天长地久!