

苏宁拼基地布局成效凸显 智能供应链造就品质拼购



随着零售业的发展, 电商行业逐渐迈入 了新的发展阶段。"拼购模式"作为一种新的 消费趋势,走进千家万户。"拼购模式"一方面 实现了商家的低成本引流,另一方面也让消 费者用较低的价格购买到心仪的商品,可谓

但当下拼购市场乱象丛生, 很多企业为 了裂变传播而频繁刷屏,强制用户转发推送, 甚至利用虚假拼购诱骗消费者。而苏宁拼购 则彻底颠覆了以往社交电商的诸多诟病与痛 点,凭借真正洞察到用户的痛点和需求,成为 鱼龙混杂的拼购市场中的一股清流,以"黑马 之姿"引起了市场的极大关注。

2019年可以说是拼购行业发展的跃升之

年。苏宁拼购在今年2月的全民换新节上,提 出了"包山包湖包海"等举措,还喊出第一季 度要培育40家"拼品牌"和20家"拼基地"的

事实是, 苏宁拼购一季度的拼基地建设 实际落地了23座,湖北宣恩黄豆拼基地、湖 北荆州小龙虾拼基地等悉数被苏宁拼购收入 囊中。而在未来,苏宁将升级"包山包湖包海" 计划,建造500座拼拼庄园,为拼购用户带来 更多高品质低价格的优质产品,同时通过整 合渠道赋能农业发展,助力农产品上行。

与此同时,拼拼工厂计划也在推进中。苏 宁拼购将与厂商合作签约,建立500个有知 名度、契合拼购定位的品牌, 调整供应链结 构,赋能中小品牌,通过 C2B 模式,大数据指 导生产,实现中小厂商走上品牌化之路。

其背后展现的是, 苏宁对于其智能供应 链和智慧零售模式的强大自信。

苏宁拼购精简供应链 拼基地成果凸显

众所周知,作为拼购发展的重要一环,商 品供应链在其中扮演着关键的角色, 传统的 供应链由不同分销商把控,价格虚高等问题 严重。为了解决这一问题,苏宁拼购在供应链 端采用"独立招商+联营+自采"模式,对商品

通过打通双向流通的桥梁, 苏宁拼购直 接与农户面对面合作,一方面给当地农户带 来收益,另一方面也为消费者提供了正品货 源,可实优化提升了消费者的购物体验。如此 砍掉中间供应链路, 拼基地模式不仅大大降 低了成本,还提升了运营效率,因此其在全国 落地成果十分可观。

苏宁拼购在湖北宣恩建立了首个拼基 地,承包三万亩富硒黄豆,为宣恩当地213个 贫困村、7413户贫困户、18000多名贫困人口 打开一条直通城市消费者的通道; 苏宁拼购 在湖北荆州包下小龙虾拼基地,确保了在每 年3月到12月长达9个月的时间里,消费者 可通过苏宁拼购买到鲜活的小龙虾……仅一 季度,苏宁在全国的"拼基地"总数已经达23 座,超额完成年初制定的第一批建设计划。

在苏宁拼购极简供应链的另一端,苏宁 拼购还推出了主攻日用品的"拼品牌"计划, 让中小企业主也能通过拼购平台拥抱一线市 场。在零售业整体增速放缓的背景下,苏宁拼 购抓住了行业变革的机遇,通过精简供应链 实现逆势爆发。

苏宁智慧零售持续赋能 加码消费升级

作为中国零售业的领军企业, 苏宁一直 致力于智慧零售的探索,不论是线上还是线 下, 苏宁都在加速输出智慧零售核心能力。目 前,苏宁形成了涵盖苏宁易购广场、苏宁零售 店、苏宁小店,以及专注于垂直类目经营的家 电 3C 家居生活等"两大两小多专"的业态产 品族群,坚持助推消费升级。无论是苏宁拼购 此前推出的"包山包湖包海"计划还是如今宣 布升级的"拼拼庄园"、"拼拼工厂"计划,都是 试图把智慧零售触角深到农业产地,为消费 者带来真实、新鲜的"第一手"产品。

而拼基地能够在发展中不断取得消费者 喜爱与信赖, 也离不开背后苏宁智慧零售的 赋能。在大数据等前沿技术的牵引下,苏宁拼 购实现了供应商精准对接消费者需求, 并以 "正品+低价+服务"为核心特质,大力推进场 景互联网构建,在满足消费者需求前提下,调 动消费者积极性与参与度,营造良好口碑。在 智能供应链的引领下, 苏宁拼购的物流技术 已相当成熟。目前,全国46座冷链仓投入使 用、179座城市广泛覆盖,极大缩短了由田间 地头到家庭餐桌的距离,实现了以更高效率 为消费者提供商品和服务的初衷。

当前, 苏宁拼购大力发展的全场景智慧 零售模式, 在为电商的智能供应链管理提供 宝贵经验的同时, 也振奋了零售市场的信 心。2019年零售行业迎来了全面整合阶段, 苏宁拼购将继续提高营运效率,构筑丰富的 零售场景,在智慧零售的"极智"发展下, 以更高的效率、更好的体验为消费者提供商 品和服务。

精酿中国味

5月24日,燕京啤酒"燕京八景"创新文 化发布会在中关村召开。此次发布会由创业 博物馆、燕京啤酒、中关村创业大街主办,共 有200名来自各界的嘉宾参加了此次活动。 燕京啤酒推出"燕京八景"文创产品,这是燕 京啤酒创新的又一举措, 也表明燕京啤酒在 互联网时代中推动精酿市场发展而迈出了重

近年来精酿啤酒风靡全球,中国精酿市 场也因为电商的崛起、消费者对于商品体验 感的追求不断提升等因素迅速发展起来,但 整体仍处于萌芽阶段。如何推广精酿文化,灵 活应对精酿市场的变动,优化集团产业结构, 从而促进啤酒行业消费升级成为了每一家啤 酒品牌面临的挑战。在此背景下,燕京啤酒洞 察形势率先成立创新事业部,以创新引领改 革,积极践行其一贯的"六个创新"理念。

"燕京八景"文创产品,是燕京啤酒对中 国传统文化的深度解读与提炼。在创意上选 取了"燕京八景"中的四景讲行延伸,结合古 人的描述和景色自身的特色, 传达出中国古 代山水的绝伦秀丽;在设计上借鉴了古代山 水画的造型特点,极具意境。颜色上则采用具 有北京代表的景泰蓝的上色方式,描边采用 金色,突显皇家贵气;同时,借意于古代"诗" "酒"不分家的美谈逸闻,燕京啤酒选择了自 有成熟精酿产品搭配"燕京八景"的书画设 计,为文化创意理念赋予新的消费品内涵,使 其更适合现代社会的传播。

"燕京八景"文创产品是对古代山水文化 的吸收与引鉴。例如燕京啤酒将"燕京八景" 中玉泉趵突与其派对 IPA 相对应,金黄色的 IPA,口感细腻协调爽口,泡沫丰富细腻,中等 苦味,具有美式香型酒花浓郁的花香、果香风 味。而玉泉山风景秀魅力,泉水清澈,晶莹如 玉,象征着文人的纯粹与高雅。二者的融合正 是文人哲思与啤酒文化在时空交错中的碰 撞,在派对 IPA 混合着神秘的柑橘香氛和上 面酵母生成的纯纯果香中, 感受玉泉山清澈 泉水的流淌声,以及古代文人山水之间惺惺 相惜的意境。燕京啤酒对二者的设计理念正 是,夏季泉水潺潺,清新凉爽。这独具古典韵



在传统文化上的质感。

燕京啤酒自1980年成立至今,从不起眼 的小酒厂成长为中国规模超大的啤酒企业集 团之一,靠的不仅是理念创新,更是深谙"开 创拓新必将建立在品质基础之上"的道理,燕 京啤酒始终坚持要以全优的质量取信于民, 在原材料选择上坚持不添加的原则,遵循最 纯正地道的啤酒酿造手法。精选进口澳麦、优 质国麦、新鲜大米、优质小麦等上好原材料, 从一粒麦芽到一瓶成品啤酒, 从麦芽的蛋白

对于产品作业的极端精细化和高标准要求。 不忘对品质的高度追求,方能成为行业匠人。

秉承民族担当率先创新,以匠人之心酿 造甘醇美酒。此次燕京啤酒在文化传承和科 技进步融合下不断锻造新工艺,领先拓新,推 出"燕京八景"文创产品,其间包含的文化内 涵和品牌策略, 折射出燕京啤酒作为大国工 匠的珍稀品格, 更是向全球消费者展现了中 华民族品牌在不确定性增大的市场环境中一 流的创新能力和坚定的文化自信。

中国老字号玩"跨界"大白兔、冷酸灵等国货重焕生机

迎合当下新零售的"跨界"玩法,近来众 多中国老字号品牌重回公众视线, 焕发勃勃

近日,60岁的"国民奶糖"品牌大白兔携 手美国调香师,"跨界"推出香氛产品。对此, 市场反映相当热烈, 其推出的限量 610 份大 白兔香氛礼包仅3秒即告售罄。

此前,一款中国大白兔奶糖制成的冰淇 淋在美国成为爆款,消息传回国内,迅速引发 中国"吃货"们的集体怀旧。虽然事后出品大 白兔的上海冠生园回应称该冰淇淋未获授 权,只是个"山寨"产品,不过却许诺今后将针 对这一"国民奶糖"进行更多创新。

5月23日零点,大白兔与气味图书馆携手 天猫国潮行动,新品快乐童年香氛系列产品横 空出世,把奶糖的甜浓滋味,融入香水、沐浴乳、 身体乳、护手霜、香薰……此举令许多吃着大白 兔奶糖长大的"70后""80后""90后"欣喜不已, 在开售10分钟就买走14000余件产品。

"今年是大白兔 60 周年,我们希望它变 成年轻人愿意分享的品牌, 气味图书馆则有 愿景打造成为中国人的香氛品牌, 而且奶糖 和香氛都是给人带来快乐、愉悦情绪的产 品。"大白兔市场部经理沈勤峰这样说。

"守得住经典,当得了网红",说的就是重 庆老字号品牌冷酸灵。

●武侯区瑞丰鞋店,营业执照正

92510107MA6BX2JP9X,经营者:

●晓梅.身份证(号码 612324198

●金牛区汲彬书店(统一社会信

用代码:92510100MA62P55E6C

个体工商户营业执照正本、副本

●金牛区蒙李梅图书经营部(统

一社会信用代码 92510100MA6

CT9XA35)个体工商户营业执照

正本副本遗失作废。 ●金牛区李红办公用品经营部

(统一社会信用代码 92510100M A62QW0E3L) 个体工商户营业 执照正本副本遗失作废。

注销公告

成都鑫禾嘉信商务服务有限公

司(统一社会信用代码 91510108

MA6CC8EG6J)经股东会决议决

903200046)遗失,声明作废。

红仁)遗失作废

前不久,冷酸灵因为和火锅品牌小龙坎 野。民众发现,原来冷酸灵还这么会玩。 "跨界"推出的一组火锅牙膏爆红网络,牙膏 分为标准中度辣、川渝微微辣、传闻变态辣三 种口味,与之相对应的是普通火锅的中辣、麻 辣火锅的微辣以及挑战味蕾极限的终极辣, 消息一出,迅速登上微博热搜。

4月30日天猫预售开始,这套火锅牙膏 就成了爆款,半天内首批 4000 件宣告售罄。5 月10日在天猫加售200件,11秒就被抢空。 网友纷纷在社交平台交流牙膏使用体验,甚 至还有直播刷牙的, 年轻人中突然掀起一股 新的"火锅味"潮流。

80岁的重庆老字号也因此重回年轻人视

近年来,中国老字号品牌玩"跨界"愈发 得心应手,比如光明食品搭上盒马鲜生,联名 推出的"流心奶黄八宝饭"一上市就告脱销; 再比如百雀羚牵手故宫, 文创衍生品百雀羚 "雀鸟缠枝美什件"将东方美融入美妆品;又 比如 88 岁的英雄钢笔与鸡尾酒品牌锐澳(Rio) "互换身份",让"喝墨水"变成可能。

专家认为,中国老字号品牌寻求"跨界"的 背后,是他们聚焦消费领域变化、逐渐读懂消费 者需求的积极尝试,一切都是为了摆脱固有思 维的束缚,让"情怀"走向"日常",变怀旧为商 机,实现国货精品的华丽逆袭。

小熊 U 租 1 周年发布全新品牌形象 品牌化战略更进一步

5月18日,小熊U租举行"向新而生,更 进壹步"一周年品牌日活动,并正式对外发布 了全新品牌形象,对品牌视觉识别设计进行 了全方位调整和升级,品牌战略进一步深化。

此次形象升级是品牌化战略中关键的一 步,通过更具生命力的品牌形象体系,诠释小 熊 U 租品牌的核心价值与特点,与客户产生 更深度的关联。小熊 U 租的全新视觉识别设 计从品牌"低成本、高效率、高品质赋能轻松 办公"的价值内核中汲取灵感,以最直接、最 形象、最鲜明的品牌新形象传递最纯粹的品 牌理念,更体现小熊 U 租的愿景和价值所

新 LOGO 选用黑体为基础结构,每个 "月"字应用左右不满格设计,象征一座座大 厦,更突出企业服务属性。颜色延续蓝色的主 色调,并增加代表自然环保的绿色、代表科技 感的蓝黑色为辅色,与小熊 U 租"租赁+回 收+服务"的业务布局完美契合。图形提取 U 字母增加独特性, 突显小熊 U 租追求优质、 优异、优良,打造极致服务的价值理念。

小熊U租的新品牌形象在整体上更加 稳重大方、品牌个性鲜明,更具有前沿科技感 和时尚感, 其视觉可识别特征得到极大地增 强,更准确地传达了小熊 U 租完善的产品体 系、专业的技术实力、极致的服务以及"让企 业轻松办公"的价值主张,让人真切地感受到 了新 VI 带来的品牌形象变化,且更符合小熊 U租本身"IT办公租赁领先品牌"的行业地 位,是小熊 U 租品牌的集中视觉体现。

新形象的发布寓意着小熊 U 租以产品 和服务为核心,在赋能企业价值创造的路上 更进一步。目前,小熊 U 租正逐步推进服务 的品牌化运作,将通过小熊 U 站运营模式, 打造为商用客户的 IT 共享平台,提供高质、 高效的"端"服务,既让用户抛弃在设备端的 品牌诉求,也让小熊 U 租成为用户在服务端

小熊 U 租创始人、CEO 胡祚雄表示,IT 办公设备租赁虽然门槛不高,但要做好做强 却非常复杂, 需要付出更多的时间与精力进 行市场培育,向客户不断输出其价值所在。而 且随着赛道被验证,进入行业的玩家越来越 多,竞争对手越来越多,倒逼企业建立品牌优 势,在搏杀中快速被区分和被认知。

在小熊一周年庆当日,京东企业购、京东 拍拍、达晨创投、理士国际、好租网、优客工 场、猎云网、智联招聘、猎聘网、卓越 0+等十 多家合作伙伴以联名海报的形式与小熊 U 租互动,点赞小熊 U 租新品牌形象。

新形象推出之际,小能 U 租还联合京东 企业购推出租电脑"首月免租"活动,即日起 至 5 月 30 日,企业客户登录小熊 U 租企业租 赁平台(https://m-jd.bearrental.com/),领取首月 免租券,即可享受 Thinkpad 高端商务机首月 免单优惠。

小熊 U 租的价值主张是让企业轻松办 公。从商业模式创新,到产品创新、服务创新, 再到品牌升级,以及形象升级,每一次创新变 革,小熊 U 租始终贯彻"让企业轻松办公"的 品牌理念,聚焦企业办公的真痛点,为每一 梦想赋能。小熊 U 租创始人、CEO 胡祚雄表 示,企业是创造梦想的地方,在当今的中国, 中小企业是创造梦想最多的地方,践行"让企 业轻松办公"的理念,不仅是实现小熊 U 租 的品牌梦, 更是要帮助国内 4000 多万家企 业,实现他们的梦想。

(消费日报网)



1更更 巨足 月段 多 QQ:3329295109 收機構: 55元/行/天/13字1行/ 广告热线 028-69959066 律师提示:本刊仅为供需双方提供信息 独家代理机构: 成都锦环宇文化传播有限公司 QQ:3329295109 收機構: 55元/行/天/13字1行/ 广告热线 028-69959066 常师提示:本刊仅为供需双方提供信息从编纂代理机构: 红星路二段 70 号四川报业集团 3 楼 310A 不对所型信息及结果承担法律责任。

●注销公告:成都茂盛贸易发展 510108000079907) 经股东会议法 定注销公司,请债权债务人自本

公告见报之日起 45 日内向我公司申报债权债务。特此公告 ●成都市荣熙商贸有限责任公司,营业执照正副本(注册号 5101042005269)遗失作废

●成都市巴谷园餐饮娱乐管理 有限公司,营业执照正副本(注 册号 5101062005421) 溃失作废。 ●四川佳源建筑劳务有限公司 税务登记证正副本(税号 510106671403978)遗失作废。

减资公告 成都爱悦游电子游艺有限公司 (统一社会信用代码 9151010

8MA6C4KRB7G)经股东会决定 减少公司注册资本,由人民币 万元减少至5万元。请债权债务 人自公告见报之日起45日内向

公司申报债权债务 ●四川汉斯特智能科技有限公 司,地税税务登记证副本(川地 税字510104096235209号)、国税 税务登记证副本 (川税字 510104096235209号)遗失作废。 ●成都皇尊贸易有限公司,国地 税税务登记证正副本(税号:

注销公告 社会信用代码 91510108MA61U

AGB1F)经股东会决议决定注锁 公司,请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司申报 债权债务。特此公告 注销公告 四川亮杰装饰工程有限公司(统一社会信用代码:91510105MA

61T8PJ33)经股东会决议决定注销,请债权债务人自本公告见报 2日起 45 日内向我公司清算组 申报债权债务。 ●遗失公告:四川省工商局 199

年 12 月 30 日颁发的注册号为 510000000263534 的四川省长源 建筑工程有限责任公司装饰分公司营业执照正本、副本(各一 本)不慎遗失,声明作废。特此公告。2019年5月28日

●成都皓涛涛科技有限公司(统 - 社会信用代码 · 91510100MA

64QTPM12)营业执照正副本不 慎遗失,声明作废。 ●新都区先行广告设计工作室

营业执照正副本 (注册号 510125600280589)遗失作废。

定注销,请债权债务人自本公告 见报之日起 45 日内向我公司清 算组申报债权债务 ●成都伊梵特文化传播有限公

司 (统一社会信用代码: 91510104MA6CNL669E)营业执 ●兹有彭铸的四川银谷天地实 照正本遗失作废。 业有限公司收据号 0537897,金 ●六区 B2 楼 301 号使用权证大

成都大家庭家具有限公司(统一社会信用代码91510107MA 6CDDA092)经股东会决议决定

注销,请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算 组申报债权债务 注销公告

成都美晨星空数字传媒有限公 司(注册号:510109000075374)经 股东会决议决定注销,请债权债 务人自本公告见报之日起 45 日 内向我公司清算组申报债权债 、特此公告

●四川天天渔港饮食文化传播 有限公司地税税务登记证正本、副本(税号:510107784722860)不 慎遗失,声明作废。 ●成都有益化工有限公司(注册

正副本贵失作废 ●胡杰,身份证号码 4304241982 04252517 有效期 2018 年 7 月 6 日至 2038 年 7 月 6 日遗失作废 **注销公告** 成都洪亚达商贸有限公司(统

社会信用代码:91510112MA6 2MX413D)经股东决定注销,请

起 45 日内向我公司清算组申报

●金牛区文電日用品商行营业 510106600306942): 税务登记证 正本、副本(税号 19543)均溃失任

●四川宝亨通商贸有限公司(财 务专用章 5101008683139,法人 章 5101008683140) 印章销毁证 明遗失作废。

●成都同仁康保 健服务有限公 司股东决定解散 倩权 人自公告う 日起 45 日内到 555 号向公司: 成都同仁康保健服务有限公司 清算组 2019 年

●成华区味极仙 砂锅米线店(统 8MA65TIAM6G 营业执照正本 号:510108000097960) 营业执照

各登记证正本 ● 火烧雲烧烤利 溃失, 声明作废 ●成都绿源环境 公司股东会已决 公司的债权人自 议解散公司,请 公告之日起四十 日内到金牛 羊市街西延线

成都绿源环境检测治理有限公

成苑甲 1 幢 2 单

司青算组申报债权

蜀汉路 289 号锦

注销公告 四川传之奇汽车租赁有限公司 (统一社会信用代码:91510107 MA6CHEF64B)经股东会决议决 定注销,请债权债务人自本公告 见报之日起 45 日内向我公司清 算组申报债权债务

●减资公告:四川振海保安服务 有限公司(统一社会信用代码 91510107MA61RUWM1T) 经股 东会决定减少公司注册资本 由人民币 4900 万元减少至 1200 万元。请债权债务人自公告见报之日起 45 日内向公司申报债权债务。

●四川多家利农业有限公司(统一社会信用代码:91510108 MA61UBQU3T)营业执照正本 溃失,声明作废。

传播有限公司(统一社会信用 弋码:915101083505978128),经 司股东会决议决定注销公 引,并成立清算组,请相关债

证书编号 D351843093 (施工

权债务人自本公告见报之日 起 45 日内到本公司办理相关 事宜,特此公告 ●四川嘉怡连建筑劳务有限公 证正本川税字 3505831957120

注销公告 司(统一社会信用代码 91510104 MA62L4BQ8D)经股东会决议决

算组申报债权债务 注销公告 成都众运商务咨询有限公司统一社会信用代码 91510100MA6 消公司,请债权债务人干本% 告见报之日起 45 日内到本公司

定注销,请债权债务人自本公告 见报之日起 45 日内向我公司清

申报债权债务,特此公告 ●成都蓝座餐饮管理有限公司 在中国建设银行成都青羊大道支行开立的开户许可证核准号 I6510099021301 账号 510501426

24100000650 遗失作废 ●成华区福多多饰品经营部四 川增值税普诵发票1份,发票代 码 5100172320 发票号码 19850

870 溃失作废。 ●四川景晨国创信息科技有限 公司营业执照正副本统一社会 信用代码 9151010839545214XQ

●武侯区庆生服饰店,税务登记

90018A2 号税务登记证正本原

遗失公告 司营业执照正本统一社会信用 码:91510105MA6DF02N2W

都玉双路支行开立的开户许可 证核准号 J6510094924201 账号 128908288110802 遗失作废。 减资公告 成都福瑞达美科技有限公司统一社会信用代码 91510100MA6

和在招商银行股份有限公司成

CLY081L 经股东决定将注册资 本由人民币 100 万元减少至 15 万元。请债权债务人于本公告 见报之日起 45 日内到本公司申 报债权债务,特此公告

注销公告 四川博世新锐科技有限公司统 - 社会信用代码 91510100MA6 CQN3B21 经股东会决议决定注

销公司,请债权债务人于本公 告见报之日起 45 日内到本公司 申报债权债务,特比公告。 注销公告 成都卓飞盛耀汽车贸易有限公司统一社会信用代码 91510107 MA65W15M1X 经股东决定注销公司,请债权债务人于本公告

●成都谷雨园林绿化有限公司 手工发票 25 份,发票代码 25101 1252021 发票起止号 05267476-05267500 遗失作废

●山东天幕集团总公司第十 分公司营业执照正本统一社会 信用代码 915101066936876090 遗失作废

注销公告

四川合众新视广告传媒有限公司统一社会信用代码 91510100 342987108B1 经股东会决议决 定注销公司,请债权债务人于 本公告见报之日起45日内到本 公司申报债权债务,特此公告 ●武侯区丽比娅比母婴用品组

营部营业执照正本统一社会信 经营者:何治辉,遗失作废 更正公告 成都康信机电设备有限公司 2019年4月4日在《企业家日

报》7版中刊登的减资公告中

"税号"更正为"统一社会信用 代码",特此公告。 ●成都魔嘻文化传播有限公司 营业执照副本(统一社会信用 代码:91510114343053091D)遗 报债权债务,逾期按相关规定处