江西桑海集团荣获“2019年度南昌市优秀企业”等多项殊荣

为表彰先进、树立典型,充分调动各方推动经济高质量发展的积极性和创造性,突出优秀企业、先进集体和企业家的示范带领作用,近日,2020年南昌市企业联合会、企业家协会年会暨表彰会以线上会议的形式召开。会上,本着公平公正原则,经有关部门推荐和专家委员会审定,对优秀企业、优秀企业家、优秀厂长(经理)和企联系统先进集体、先进个人进行了表彰。

在此次表彰会上,江西桑海集团有限责任公司荣获“2019年度南昌市优秀企业”称号;江西桑海集团有限责任公司董事长张京生荣获“2019年度南昌市优秀企业家”称号;江西桑海集团有限责任公司总经理罗国仕荣获“2019年南昌杰出企业家”称号;江西南昌济生制药有限责任公司总经理万福根和江西南昌桑海制药有限责任公司总经理王敏分别荣获“2019年度南昌市优秀厂长(经理)”称号。(袁骏)

疫情重新洗牌商业地产 数字化成为购物中心成功关键

2020中国购物中心与连锁品牌发展峰会4日在沪闭幕,面对行业变化和后疫情时代的挑战,购物中心如何转型升级成为与会嘉宾共同热议的话题。

受新冠肺炎疫情冲击,线下客流大不如前,中国连锁经营协会会长裴亮表示,虽然线下客流可能回不到以前,但是优秀企业的客流还会继续保持持续增长。经过这次疫情的洗牌,以前部分依靠房地产开发,简单出租、粗暴扩张方式的商业地产经营者会慢慢的退出。而注重经营的,注重效率的,注重数字科技应用的经营者,在新的市场环境下,会迎来更大的发展空间和机遇。

对此,新城发展控股有限公司副董事长、新城控股集团股份有限公司联席总裁曲德君表示赞同,他指出,金融化、标志化、科技化将成为购物中心持续健康发展的三大驱动力,即Finance+Icon+Technology(FIT),购物中心正从Shopping Mall转型到FIT Mall。

曲德君表示,从Shopping Mall到FIT Mall,商业地产的金融化,可以盘活资产,提高商业不动产的流动性,实现行业的可持续发展;购物中心的标志化,将进一步构建商业项目的经营优势,有效提升商业项目的生命力和竞争力;购物中心的科技化,将大幅提高运营效率,赋能行业创新发展,推动行业的升级与变革。

万科集团合伙人、印力集团董事长兼总裁丁力业也表示,面对市场环境的变化,企业要想在新的时代里充分享受消费发展带来的红利,需要拥抱变化,保持鲜活,坚定变革。

而最大的环境变化来自消费者,丁力业认为,品牌和购物中心的经营重心已经转变为对消费者的注意力和时间分配的追求。因此,促使行业回归商业的本质,要从人出发,选择符合和引领消费者需求的货,打造有内容,有盈利的场。

此次亮相2020中国购物中心与连锁品牌发展峰会的印像数据正是以此为出发点,据悉,印像数据基于AI技术的智能交互屏“小象AI屏”带来了全新进化的印像新商业解决方案。

据悉,这款“小象AI屏”除了可以通过人脸扫描帮助商场进行会员注册外,还带有通过人脸客流的摄像头,精准的记录每天商场的客流量,每天客流的特征,以及进入商场逛店和消费的情况。

据印像数据高级产品经理徐济邦介绍,线上购物可以通过浏览商品的频率和购物情况实现精准推动,而这一直是线下的痛点,印像数据可以通过给购物中心提供精准的数据,帮助购物中心实现品牌和用户的精准分析,从而提升购物中心的引入品牌的战略规划。

丁力业表示,未来最优秀的购物中心应该净化成为人的专家,货的行家和场的玩家。购物中心应该是最懂周边消费者的经营者。不仅能够洞察和满足当前消费者的需求,还可以进一步挖掘和引领消费者的潜在需求。在此基础上就可以赋能商家客户,并将空间价值发挥到最大。(缪璐)

各地区各部门暖风频吹 服务业复苏有力带动经济回暖

■ 李华林

当前,服务业对经济增长的贡献超过一半,服务业复苏对经济加速回暖具有重要作用。近期,各地区各部门密集出台一系列支持服务业复苏的政策措施,餐饮、旅游、零售、家政等服务业也顺时应势、转型升级,积极拥抱新技术新业态新模式,复工复产、复市复业加速推进,推动经济持续稳步恢复。业内人士表示,应出台更加精准的扶持政策,助力服务消费需求进一步回暖。

云南丽江古镇里,拍着鼓唱起民谣的小姐姐们重回街头;成都宽窄巷子里,品盖碗茶、看川剧的游客又排起了长队;重庆洪崖洞景区,翻滚的火锅冒出一阵阵热辣香气……浓浓的“烟火气”,正在各地重又升腾起来。

近期,各地区各部门密集出台一系列支持服务业复苏的政策措施,餐饮、旅游、零售、家政等服务业复工复产、复市复业正在加速推进,推动经济持续稳步恢复。

各地区各部门暖风频吹

国家发展改革委、商务部等多部门推出了助力服务业复苏发展的政策举措。例如,国家发展改革委等13部门日前联合印发文件,支持新业态新模式健康发展,激活消费市场带动扩大就业。商务部近日印发《全面深化服务贸易创新发展试点总体方案》,在运输、教育、医疗、金融等领域推出多项举措,进一步构建有利于服务贸易自由化便利化的发展环境。

地方层面,山西、海南、深圳等地均加紧出台新一轮支持服务业发展的措施。例如,深圳从严格落实房屋租金减免政策、引导加大金融支持力度、稳定房屋租赁市场等方面着手,帮扶服务业小微企业和个体工商户缓解房屋租金压力。海南对受新冠肺炎疫情影响严重的餐饮、住宿、旅游、培训等行业提出了缓解房屋租金压力的专项实施方案。

山西聚焦服务业出台一揽子措施,在降低企业成本、加快财税金融支持、稳定就业岗位、激发消费活力等方面加大支持力度。比如,在住宿和餐饮行业用水价格前期已降低10%的基础上,再降10%,执行居民用气价格期限延长至今年年底。

目前,各地服务业呈稳步复苏态势,江苏、浙江、重庆等多地上半年服务业增加值同比实现正增长。中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东表示,从产业增加值贡献看,当前服务业对经济增长的贡献超过一半,我国经济发展已经转向服务业驱动的经济结构,服务业复苏对经济加快回暖起到了重要作用。

新业态新模式不断涌现

尽管疫情影响还在持续,但服务业已经看到了机遇。顺时应势、转型升级,把损失补回来,已是业内共识。为此,传统餐饮、零售、家政等行业使出浑身解数,网上网下相结合创新服务模式、重塑经营业态。

“疫情期间,家政行业供需两侧都受到了较大影响。”家政服务公司“阿姨来了”创始人兼CEO周袁红表示,该公司一度遭遇客户解约、员工复工困难、投诉增多等诸多难题,2月份、3月份公司订单量减少一大半。

为渡过难关,“阿姨来了”尝试新的服务方式,采用远程面试,启动线上培训、开启线上雇主见面会,推出行程可追溯、健康可查询、绿码可核验等一系列措施。6月份至7月份,该公司订单量同比上升40%,比2月份至3月份增长了73%,6月份以来在“阿姨来了”平台注册的家政服务员增加了2万多人,“家政市场正快速回暖。”周袁红说。

餐饮业也出现了不少可喜变化。疫情期间,一些餐厅更加注重卫生管理,明厨亮灶,推广分餐制。新业态新模式不断涌现,餐饮零售化受到追捧,传统餐饮店将菜品在中央厨房加工成标准化商品,销售至超市和电商平台,消费者在家就能轻松吃到美味。定制化餐饮服务迅速崛起,一些餐饮店顺应需求,为顾客提供定制食材、个性化就餐环境以及外卖服务,促进了餐饮服务转型升级。

“线上经济”成为亮点。随着疫情防控常态化,以互联网、信息技术为代表的新兴行业增长迅速,在线上娱乐、线上培训、线上医疗等线上消费带动下,相关服务较快增长。生鲜电商、门店到家等在线零售业态迅速壮大,网络购物保持快速增长。

数据显示,1月份至7月份,全国实物商品网上零售额同比增长15.7%,实物商品网上零售额占社会消费品零售总额比重为25%,比上年同期提高5.6个百分点。

完全回暖还需下更大力气

当前,疫情给服务业带来的冲击逐步减弱,服务业多项经济指标出现了恢复性增长。不过,目前服务业尚未完全恢复,住宿、餐饮、旅游等传统服务业仍受到一定冲击,服务消费需求完全回暖还需下更大力气。

“服务业与制造业的一个很大不同,是相当一部分服务需要面对面才能完成,无形增加了人员频繁接触的机会,也增加了疫情防控的难度。当前国内疫情虽然得到了有效控制,但消费者对旅游、餐饮、住宿、零售等需要接触陌生人的服务消费仍心有余悸,这阻碍了消费复苏。”中国社会科学院财经战略研究院研究员李勇坚表示,政府、社会和企业各界需要共同努力,积极引导服务业复工复产、恢复活力,并抓住契机,积极采用新技术新业态新模式,从扩大需求、优化供给、有效防疫等方面做好政策支持。

刘向东表示,疫情防控措施增加了企业经营成本,一旦疫情出现反复对餐饮文旅等服务企业的打击更是致命,企业经营仍面临较大的不稳定不确定性。下一步推动服务业复工复产,政府应在减税降费、稳定市场预期等方面提供更多支持。同时,企业应更加谨慎经营,在提高服务质量和差异化发展方面下功夫,并做好迎接消费反弹的准备。

周袁红认为,对于商业服务业而言,最主要的问题是房租税费高企、金融信贷困难等,这就需要相关部门实施更精准的扶持举措,在税费租金减免、贴息免息贷款等方面提供有针对性的帮扶,帮助企业稳定现金流,切实降低企业经营成本。

今年以来,疫情促使服务业更加积极拥抱互联网,寻求线上转型,行业洗牌加快。专家表示,对于服务业从业者来说,只有紧跟数字化、智能化发展大势,创新服务思路,转变服务方式,优化服务流程,加快促进线上线下融合发展,才能提升抵抗风险的能力,并满足消费者不断升级的需求。

河套酒业原酒车间 2020年暑后开工仪式圆满举行

九月的河套,秋高气爽,五谷丰盈,正是北方一年之中开始酿酒的最好季节。此时,“压窖”两个多月的中国北方第一窖窖池群,正在等待河套酿酒人的唤醒,开启新一轮的酿造旅程。

每年夏季,气候炎热,白酒企业在这期间都会采用“压窖”工艺,即在这期间不出窖、不馏酒,而是让酒醅继续在窖池里,持续发酵,等待秋天天气转凉的时候再开启窖池进行酿酒,这个时候出的酒往往口感更佳。

9月1日上午,河套酒业原酒车间2020年暑后开工仪式在中国北方第一窖正式启动。河套酒业党委书记、副董事长张卫东,河套酒业总经理、销售公司总经理淦吉林等领导,各相关部门负责人,原酒车间员工参加开工仪式。

河套酒业副总经理、总工程师、中国白酒工艺大师任国军致开工辞。他表示,时逢秋日,河套大地,秋高气爽,粮谷丰盛,也是河套酒业原酒生产经过一个夏季的压窖后,开窖馏酒的最佳时机。2020年的今天,是我们这些酿酒人在一年中开始出好酒的起点,为了纪念这一重要时刻,我们在这里举行原酒车间2020年暑后开工仪式。(李小兵)

满怀激情 真诚奉献

广东科明达集团有限公司李泳珍荣获“全国杰出创业女性”称号

近日,2020年全国杰出创业女性榜单揭晓,广东科明达集团有限公司副总裁李泳珍凭借为企业的发展、社会公益事业做出的成绩和贡献获此殊荣,成为全国杰出女企业家一员。

李泳珍,现为广东科明达集团有限公司董事、副总裁,出生农村的她不怕艰辛、敢挑重担、勇于开拓、凝聚智慧为企业谋发展。她是一位乐观自信、勇于追求自己理想的年轻女企业家,亦是一位对事业、对家庭、对社会有着无限激情、充满真诚的新时代女性。1999年,李泳珍大学毕业后进入科明达公司,在创业路上坚定信念、专注执着,一路前行,带领着公司团队创造出一个又一个辉煌。据了解,历经21年,该公司从8名员工的小规模建筑公司,发展到建筑房地产、商品混凝土、智能科技、金融投资等多个行业领域近1500名员工的多元化集团公司。公司先后荣获“广东省民营科技企业”、“中国商品混凝土行业十大影响力品牌综合实力十强企业”、“佛山市总工会工人先锋号”、“2019年中国管理创新先进单位”、“2019年中国重质量 守信用 好品牌 示范企业”、“广东省连续十年重合同守信用企业”等荣誉。

作为一名民营企业家,李泳珍深感到要弘扬企业家精神,在爱国、创新、诚信、社会责任和国际视野方面不断提升自己。在创业、创新过程中,坚持党建引领,强化责任担当。公司专门成立了“科明达爱心基金”,她担任科明达爱心基金会长培育爱心文化、推动爱心行动,使公益慈善基金收入常态化,助力公司长期开展公益事业,以爱心回馈社会,历年来公司捐物捐资帮扶困难群体合计约六百多万元。对于未来,李泳珍认为只有保持一颗热诚待人的心,懂得感恩,持续学习,才能实现自己更大的梦想,迈向人生更大的成功。(肖智)

坚持诚信经营 积极回报社会

余姚市交通标志设施有限公司叶林荣膺“全国杰出创业女性”称号

近日,全国180位女企业家进入2020年全国杰出创业女性榜单之列,其中余姚市交通标志设施有限公司总经理叶林榜上有名,获此光荣称号。

据悉,余姚市交通标志设施有限公司从成立至今已有42年,在叶林的带领下,从一个生产搪瓷的不到20人的小作坊成长为浙江省交通安全设施行业和智能交通信号控制行业的龙头企业。公司现注册资金3018万,占地面积近2万平米,设总部和分部三处,2015年产值超5000万,2016年1–10月份已完成近亿元的产值。她以传统的信号灯、标志牌、标线产品设计和施工为本,以科技部中小企业创新基金立项资助的科研成果“鸿轩交通信号控制指挥系统(绿波带)”为突破,立足省内,开拓外省和东南亚市场,使得企业发展进入了快车道,67岁的叶林在42年的企业管理中始终相信:立志欲坚不欲锐,成功在久不在速。

企业成立之初,叶林就以诚信立本,她给公司所有人立下了在公司、在项目中以及跟客户打交道时,都要以诚信为先,并始终把“打造精品,追求完美”作为公司工作的重点。公司凭借诚信为本、追求卓越的企业精神,连续19年被评为余姚市“重合同、守信用”企业,多次被评为浙江省“重合同、守信用”企业,通过了ISO9001质量体系认证和国家安全标准化一级达标考评;叶林本人更是获得了“中国百名杰出女企业家”、“余姚市十佳女性”等多个荣誉。

叶林积极响应国家“一带一路”政策号召,投入大量资金进入到国家在东南亚建设的方针体系中,先后在柬埔寨和斯里兰卡建设各项配套的交通基础设施项目。同时,叶林不忘“达和谐、利众生”的理念,积极回报社会民生,多次参加余姚市女企业家协会组织的各种帮困助学敬老活动,不仅资助过余姚本地的困难群众和学生,还捐助过国内其他地方。2018、2019连续两年每年她向贵州望谟县捐助30万元,共计60万元;此外,2019年还向延边捐助20万元;2020年又向贵州望谟县捐助1500只电饭锅。(肖智)

“宅经济”崛起时代,品牌营销怎么玩?

■ 林川

网络热传一个段子:80后,开始懒宅;90后,非常懒宅;00后,“懒宅”以为常。

近年来,“宅经济“这个词出现频率很高,互联网的迅猛发展,孕育了一批“懒宅族”,宅在家里的宅男宅女,依靠网络就能完成吃喝玩乐的全方位需求。

尤其是疫情发生以来,生鲜配送、在线教育、远程办公、在线医疗等新型“宅经济”一派火热,发展迅猛。可以说,“宅经济”撑起了互联网消费的半边天。

那么,“宅经济”到底有多大潜力可供挖掘?品牌如何营销才能打动“懒宅族”?

“宅经济”撑起互联网消费半边天

不可否认,伴随着互联网越来越智能,人变得越来越“懒”和“宅”,一部手机,就可以满足吃喝玩乐、衣食住行的所有需求。

而上门O2O的“横空出世”,泛娱乐产业的“高歌猛进”,让“懒宅族”迎来了“春天”。坐在家里,懒宅照样吃得丰富多彩,穿得有模有样,闻得了窗外事,玩得乐此不疲,物质与精神享受两不误。

特别是疫情特殊时期下,“定表抢菜”成为每日喜闻乐见的活动,朋友圈涌现出来不少“米其林大厨”,“王者吃鸡”成为日常……“宅生活”下的广大国人,成功引爆了“宅经济”,成了当下最火爆的生活方式。

“宅经济”,最早起源于“懒人经济”,是随着网络兴起的一个新概念,其本质是社会分工的不断细化,主要是指居家生活和居家消费。

此次新冠肺炎疫情发生以来,大多数人“宅”在家里,给餐饮、旅游等行业造成一定冲击,但与此同时,网络购物、餐饮外卖、网络游戏等“宅经济”却逆势而上,生鲜配送、在线教育、远程办公、在线医疗等新型“宅经济”也发展迅猛。

在线音乐、视频、网络游戏等大幅增长;钉钉等线上办公工具也火爆全网,甚至一度宕机。就连曾经一度要被“团灭”的生鲜电商,也获得新生,估值飙升。

一场以“宅经济”为代表的消费革命风生水起,成为战疫中的一抹亮色,为经济社会发展注入新活力,成为了一种备受关注的新业态。

根据2019年极光大数据的调查,当下几乎一半的00后都是宅男宅女,宅男宅女中,女性、90后、上班族的比例最高。

另外,据艾媒资讯数据显示,我国2019年的“宅文化”消费者规模已达3.32亿人,2021年有望突破4亿。伴随如此规模的新兴消费人群,“宅经济”的崛起已是必然,将近三分之一的中国人身处“宅经济”的大浪潮之中。

种种数据都告诉我们,“宅经济”火了,而且有望进入高光时刻。

用户变得越来越“宅”,品牌营销如何变?

对于品牌来说,要如何面对潜力巨大的“宅经济”市场新环境?怎样才能把握好“懒宅经济”的机遇,实现跨越式发展?

1.利用营销工具,沉淀用户私域流量资源

做营销推广,链接用户是关键,疫情下,用户从原来的“到店消费”转向“线上消费”,怎样才能将用户引至品牌的私域流量池?

首先要做好用户圈层的区分。在大数据时代,品牌并不需要将产品安利给所有客户,而是面向精准客户一次性安利更多的产品。那么品牌就要明确,自己有效链接的是哪类客户,是主打中高端还是走大众款。

其次是营销工具的利用。现在适合用于“懒宅经济”营销的工具有:抖音短视频、条漫、在线直播,核心矩阵是文字+图片+视频+直播,其中直播相对其他工具来说,互动效果更好。

可以看到,就连LV、Gucci等大品牌都开启了直播模式,这种方式有两大好处:能够深度链接C端客户,加强用户和品牌的互动感和体验感,提升产品销售转化;能够加强B端品牌的协作,我们可以通过直播来指导渠道销售,为经销团队赋能。

2.资产优化,布局新品类拓宽成长空间

重新审视行业的局势,未来将往哪种趋势发展,哪些项目有巨大的发展空间,哪些产品是潜力股,能够为品牌带来优厚利润,新品研发要往哪个方向迭代。

同时,在现金流充足的情况下,可考虑做资产优化,收购优势资源,拓展产业链,借助其他优势项目,强化品牌的优势竞争力。

4月初,三只松鼠发布公告称,基于战略发展需要,三只松鼠拟使用自有资金4225.62万元投资设立4家全资子公司,分别主营快速食品、婴童食品、宠物食品及喜礼食品,其中,主营快速食品的安徽铁功基快食品有限公司,经营范围覆盖方便食品、米粉、方便粉丝等。

三只松鼠发布公告中表示,此次布局是现有优势和资源在新领域的转化及赋能,丰富产品矩阵,进一步提升三只松鼠的整体运营能力和创新研发能力。

从中也可以看出,三只松鼠的产品端矩阵清晰,进军新品类扩大成长空间,同时也将覆盖更多消费群体,进而提升公司整体品牌价值及综合实力。

由原来看竞争对手办事,到回归用户的体验,做用户体系资源的优化,丰富品牌的生态,实现用户和品牌的有效链接。在当下商业环境,最大的竞争对手可能不是来自同行,与其过多地关注和同行的差异化,不如直接关注用户的体验感和关联度,占领用户心智。

3.扩展渠道布局,建立“新目标”人群沟通阵地

用户生活场景更多停留在逛网店、刷短视频,玩B站。优质的短视频内容、产品的直播及直播回放展示更能吸引用户的注意力。在短视频领域的发力,与直播形式的深耕,将更有利于疫情期间品牌的增长。

以汽车知名品牌特斯拉为例,在疫情时期,将目光投放在B站,建立官方品牌账号,从2020年第一季度开始,B站视频流媒体服务将接入特斯拉全球所有车型,进入私家车这一崭新的娱乐内容平台。

传统汽车行业也在此时集中火力将营销转移到线上,贴合实时互联网势头,抓住新晋消费主力人群,打通年轻消费者圈层,实现线上新媒体平台全方位新营销。

4.用户追寻价值共鸣,共情营销成品牌关键

宅是一种精神层面的价值追求,宅男宅女看似面无表情的背后,则是无比丰富的精神世界。品牌要想激活“懒宅族”,赢得这个族群的生意,除了要关注他们的生活形态和消费轨迹,更要从精神和心理层面切入,人心的触达和共鸣才是最重要的。

此前,腾讯视频联合娱乐资本论推出的《2020大剧营销白皮书》中曾经提出,价值观营销+IP整合营销会是2020年的新趋势。这样的趋势也在假期间被不断印证。

春节期间,完结月余的《庆余年》被大量用户翻看传播,其中具备普 世价值的台词超越了时间的限度,被当代观众反复咀嚼并引发热议和强回看效应。显然,长假中不少用户选择追剧、补剧,在观看内容的同时,也会被品牌营销再次击中。

这也给了品牌启示:圈层效应强烈或是题材深刻的优质长尾剧集,是有着深度合作、甚至二次追投价值的。大众对于优质剧集IP产生的强共情能力会连带赋能品牌,拉长投放的影响周期。

此时品牌便需要遵从要诀之三的“狠”,即不断在多场景下强化用户对品牌的记忆,伴随剧集播出过程,寻觅和剧集内容良好结合的营销传播点,通过在不同场景下与用户做沟通、互动,助力品牌实现让用户从看见到记住,从记住到购买的过程。

而IP整合营销则体现在360°触达用户上,实现线上到线下,视频网站到社交软件、互动社区到电商平台的全链路覆盖。以苏宁易购与《全职高手》的合作为例,从剧中植入到明星播报,再结合朋友圈投放等社交传播以及电商通路,打造了一条立足IP的整合营销路径。

在互联网的世界中,“懒宅”并不是一个贬义词,背后的潜意词,即更便捷、轻量、易操作、快速的用户体验。不得不承认,懒宅,创造市场商机;懒宅,推动科技进步;懒宅,促进经济发展。

对于品牌家来说,抓住“懒宅经济”的机遇,提前做好营销布局,做正确的事,才能拥抱光明的未来。

黄山石油:巧借发票系统 精准开发客户

日前,黄山石油为精准查找可开发的客户,减少客户的流失,提升加油站的销量,为持续攻坚创效查找新的发力点,零售人员利用该公司电子发票使用率高的优势,借助发票管理系统数据,对流水进行筛选辨析,精准查找到可开发的客户群,并进行集中维系走访,对扩销增量起到了明显的效果。

据悉,黄山石油今年来一直努力推广电子发票的使用,目前电子发票的使用率已经高达98%。8月以来,黄山石油零售管理人员,借助发票管理系统,筛选出非加油卡开票客户群,弥补加油卡客户档案的不足,精确锁定了一批优质潜在客户。然后零售管理人员在分管领导的带领下,对大客户进行集中走访,以高温送清凉的方式拉近与客户的距离,听取他们对加油站经营和服务的意见和建议,并邀请他们加入黄山石油的加油站服务质量监督员队伍,客户们愉快地接受了邀请。

其次,为鼓励这些大客户多在中石化加油站消费,黄山石油零售人员通过努力,说服这部分客户成功转化为持卡大客户,并采取一户一价和叠加银行等第三方活动的方式,最大程度优惠客户,取得了客户的信任和支持。

8月以来,黄山石油利用发票系统锁定原非持卡客户42户,走访维系了31户,成功转化为加油卡客户28个,签订一户一价协议客户28个,实现增量86吨。(王文金)

共筑行业增量场

新通路打造以店为核心的B2B2C全域营销体系

“基于全渠道、多场景的布局,以及为门店提供打通线上线下全场景获客的能力,京东新通路帮助品牌商搭建起了一套B2B2C全域营销体系。”近日,京东集团副总裁、京东零售集团大商超全渠道事业群新通路事业部总裁郑宏彦在2020中国快消品大会表示,“同时,通过补充京东大商超多维营销资源和全触点数字化能力,新通路还能帮助品牌商实现更广泛、更精准的用户触达,并获取更完整的数据,最终实现全渠道生意增长。”

数字化突破场景壁垒 全域营销助力品牌精准进店

过去,品牌厂商只能通过中心化的平台进行运营,很难通过散户的方式去做可控的、可视的商品触达。通过一系列的体系搭建,新通路未来不光尊重了品牌厂商原有的线下分销体系和原有的价格逻辑,还帮品牌商搭建出一套可控的、可视的,并且更高效和低成本的产品触达模型。

郑宏彦表示:“最终我们形成以店为核心的,为品牌商搭建或者和通路的合作伙伴一起形成B2B2C全域营销体系。”

借助慧眼、朗镜等数字化工具,新通路帮助品牌商实现对渠道、门店、优惠券的精准投放;同时,借助京东掌柜宝上的品牌馆、直播、红包雨、动销任务等营销方式,新通路还为品牌商搭建起与门店之间的私域营销阵地。

618期间,率先引领B2B直播卖货风潮的京东掌柜宝,在围绕大促攻略直播的同时,还联动品牌厂商面向门店进行品牌品类推荐,直接推动销售转化。在一场和可口可乐的直播合作中,双方4位高管亲临直播现场,通过产品推介、红包抽奖、互动评论等形式,面向百万门店在线推广潜力单品,引来一波又一波高潮,直播仅2小时,可口可乐销售额就已破千万。

而对于终端门店,新通路更是以专业化、数字化能力服务小店,以价值创造获取门店最强信赖。

目前,京东新通路已经在原有自建地勤基础上,为全国中小门店搭建了由总部运营团队、门店督导、联合仓+DSR、品牌商地面团队构成的四大运营梯队,对门店实现专业且标准统一的服务。同时,通过京东掌柜管家智能门店管理系统,门店可以一键实现智能选品、智能运营、智能营销等数字化升级。在此基础上,新通路更聚焦于对门店的价值创造,通过输出货源、运营、流量、获客等方面的能力,不断提升门店的经营水平,让门店对平台产生信赖的同时,实现对门店3.0版本的深度链接,并形成核心竞争力。

聚焦消费需求B2B2C 全域营销实现全场景转化

除了打通从品牌商到门店的营销通路之外,新通路更基于多元开放的流量,深入线上、线下消费场景,形成一个将品牌、小店、消费者链接起来的生态闭环。

让商品精准进店后,如何实现消费者的全场景转化,郑宏彦认为关键在于为门店打通线上线下流量,找到更多顾客。除为门店引入京东APP、京东便利GO、京东到家、美团等多元化流量外,新通路还赋能门店构建小程序、社区团购、社群等私域流量,实现全场景获客。基于开放而多元的流量,新通路还为门店搭建了SAAS平台,可一键解决多个线上平台的入驻、上架、营销等,由此可帮助品牌商实现更高效的用户触达。而在线下,基于在多场景的控场能力,新通路已经为品牌商打造了从进店、选购结账到离店的消费者全路径触达与转化。

此外,针对消费者对多元化、即时性的商品与服务需求,背靠京东大商超在智能供应链和全渠道上的实力,新通路持续优化供应与履约效率,一方面通过门店为消费者提供全品类、区域化、定制化等等零售型商品;同时,还能提供包括生活、公益、商业、金融等方面的服务型商品,更有免费充电、应急医药箱等便民服务让消费者更能感受到温度。

另一方面,新通路链接多样化的销售场景,如线上订单线下履约,线下渠道线上结合,实现不同时效圈的覆盖,让消费者享受随时随地随心的购物和服务体验。

“新通路今天的生意用一句话来讲,就是通过末端也就是2C端的能力去打造强化我的2B端”,郑宏彦补充道,“未来,新通路将持续优化商品与服务的供应能力,打造更具品质的好店,为消费者提供最佳体验,与行业一起实现全渠道的生态共创、全链路的价值共享。”(王新)

便民服务

收费标准:55元/行/天(13字1行) 广告热线 028-66079393 QQ:769036015 VX:13308082189
地址:红星路二段159号成都传媒·红星国际2号楼1702室

律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为刊登者自行提供。客户交易前请查验相关手续和证照。本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。

遗失声明

四川省机械工业学校综合经贸商行经营部营业执照(注册号:5106001900384)正副本遗失,特此声明作废。

●游伟遗失石棉县房产证,权证号石房监0005661,特此声明作废。

●陈晓蝶遗失益州国际广场1-3-701收据0215566,金额21602.12,其中手续费1978.98元;1-3-703收据0215567,金额12907.34元,手续费1175.67元;1-3-705收据0215568,金额16189.86,手续费1486.19元,购房收据6213584,金额417040元,定金0076460金额60000元,遗失作废!

●宋杰 胡晓燕益州国际广场1-3-1702收据0216915金额21577.91元,其中手续费1996.15元,1-3-1704收据0216916金额13305.69元,手续费1215.65元,遗失作废!

●成都三只小猪餐饮管理有限公司,公章(编号:5101079937596),财务专用章(编号:5101079937597),法人章黄弋栗(编号:5101075421246)均遗失作废。

●四川鑫益帆电力设备有限公司,公章(编号:5101095258598)遗失作废。

减资公告

经成都清文物流有限公司(统一社会信用代码:91510113394488191T)股东会决议:成都清文物流有限公司注册资本由人民币1000万元减少至50万元。请各债权人自公告之日起45日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求,逾期不提出的视其为没有提出要求。

成都清文物流有限公司
2020年9月8日

●成都三只小猪餐饮管理有限公司,营业执照正副本(统一社会信用代码:91510107MA61WQ4D6B)遗失作废。

●四川秦旺旺建筑工程有限公司,营业执照副本(统一社会信用代码:91510104MA6CX4LJ9W)遗失作废。

●成都市青羊区通业物资贸易公司,营业执照正本、副本(注册号:29068726-8)不慎遗失,声明作废。

●减资公告:四川八月龙科技有限公司(统一社会信用代码91510114MA6983K99U)经股东决定减少公司注册资本,由人民币1000万元减少至51万元。请债权债务人自公告见报之日起45日内向本公司申报债权债务。

●注销公告:成都斋诚科技有限公司(注册号510109000101669)经股东会决议注销本公司,请公司相关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

成都兴艺棠软装设计有限公司(统一社会信用代码91510108MA61RC4X46)经股东会决议决定减少公司注册资本,由人民币1000万元减少至100万元。请债权债务人自公告见报之日起45日内向本公司申报债权债务。

●成华区素洁家政服务部(统一社会信用代码:92510108MA69ULB4XC)营业执照正本、副本遗失作废。

●张珍遗失银海中心1楼1047号商铺装修押金单,号码62465,金额3000元,声明作废

●成都巴山蜀味商贸有限公司(统一社会信用代码:91510107MA6DF6XY63)营业执照正本、副本遗失作废。

●甘志强的c1驾驶证(证号513221197403240250)不慎遗失,声明作废

●锦江区木森林烧烤店营业执照正副本(统一社会信用代码92510104MA6A5PQR92)遗失作废。

减资公告

四川尔雅公学教育管理有限公司(统一社会信用代码:91510108MA62WHPU51)决定将公司注册资本金由5000万元减至4990万元,请债权债务人自公告之日起45日内到公司办理债权债务相关事宜。特此公告

●勾红梅现遗失成都信蜀投资有限公司中海右岸—1—2659车位收据两张,收据编号00080935、00072345,合计金额121500元,特此声明!

●四川大视野建设项目管理有限公司(统一社会信用代码:91510000314565178B)营业执照副本一共二十本,遗失其中四本,声明作废。

情况说明

四川思明地理信息工程有限公司员工唐四海(511623198609246719)于2018年2月28日离职,特说明解除一切劳务关系。

2020年9月8日

注销公告

四川新龙官家族实业有限公司经股东会决定解散本公司,请债权债务人自公告之日起45日内向公司清算组申报债权债务事宜。

●车牌号川S3T200白色本田思域,于2020年6月29号在成都市温江区遗失,特此声明

●川A4L0Q3道路运输证遗失作废

注销公告

成都乐宴商贸有限公司经股东会决定解散本公司,请债权债务人自公告之日起45日内向公司清算组申报债权债务事宜。

注销公告

成都戈风广告有限公司经股东会决定解散本公司,请债权债务人自公告之日起45日内向公司清算组申报债权债务事宜。

●彭丛英身份证(证号:510121198212157821,有效期限:2018年08月10日-2038年08月10日)于2020年8月遗失,即日起非本人使用与本人无关。

注销公告

成都蜀郡家具有限公司统一社会信用代码91510107592053084C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。

●锦江区运安会员水果店营业执照正、副本统一社会信用代码:92510104MA6CD10H1W遗失作废。

●四川原浆印象食品有限公司公章编号:5113215020354遗失作废。

●成都铭众计算机维修服务中心营业执照副本注册号510107000135655遗失作废

中拍万恒国际拍卖(北京)有限公司拍卖公告

受委托,定于2020年9月16日上午10时,举行二手机动车拍卖会,有关事项公告如下:

一、拍卖标的:2011年江淮瑞丰祥和二手车一辆;**二、预展时间**:2020年9月8日--9月11日;**三、预展地址**:北京新发地汽车交易市场;**四、拍卖地址**:北京新发地汽车交易市场;**五、注意事项**:请于2020年9月15日17:00前交纳竞买保证金200元人民币并办理竞买登记手续;**咨询电话**:13311330226 党先生

北京国安艺术品投资有限公司拍卖公告

北京国安艺术品投资有限公司将于2020年10月28日-30日举办2020年网络拍卖会(第一期)。本次拍卖涵盖了书画、瓷器、杂项精品近30余件,质量上乘,以飨各位藏家。

预展时间:2020年10月26日-27日 10:00-22:00;拍卖时间:2020年10月28日-30日 10:00-22:00;网络拍卖及线上预展:宝拍网 pb-auction.com(微信端);咨询电话:010-85194922

公司地址:北京市朝阳区关东店北街1号国安大厦18层

●四川新三鑫建筑机械设备租赁有限公司李永均法人章编号5111025050521遗失作废

●四川鑫众信智能科技有限公司公章编号:5106036008996遗失作废

●成华区伟聚康建材经营部营业执照正、副本统一社会信用代码:92510108MA6CCXJW7D遗失作废

●经营者:陈晓晖,营业执照副本,注册号5101043026922遗失作废。

●成都智乐文化体育有限公司在中国民生银行股份有限公司成都铁像寺支行开立的开户许可证核准号J6510067352401账号694286516遗失作废

●成都有苔花卉经营部在兴业银行股份有限公司成都分行开立的开户许可证核准号J6510134851701账号431020100101387550遗失作废。

●成都天府万达置业有限公司开具给韩秀琼成都万达1号7GC30-1-703的收据单(单号:0006020,金额¥1,893,275.60元,大写:壹佰捌拾玖万叁仟贰佰柒拾伍元陆角),以及相对应pos单遗失作废,特此声明

●成都蓝悦大药房连锁有限公司营业执照副本统一社会信用代码:91510106MA61XJTG69遗失作废

减资公告

经成都兴嘉力商贸有限公司(统一社会信用代码:91510107MA67B2MA16)股东决定:成都兴嘉力商贸有限公司注册资本由人民币500万元减少至50万元。请各债权人自公告之日起45日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求,逾期不提出的视其为没有提出要求。

成都兴嘉力商贸有限公司
2020年9月8日

注销公告

四川海川孙刘餐饮管理有限公司(统一社会信用代码:91510104MA6CRQ1E8B)股东会决议决定注销公司。请公司相关债权债务人于本公告见报之日起45日内到公司申报债权债务

●金牛区甘明英日用品商行(注册号:510106600474344)营业执照正副本遗失作废

●遗失公告:成都市大根通信技术有限公司(注册号:5101072027673)营业执照正副本遗失,特此声明作废。

●都江堰市可予舞蹈培训学校登记证正本(统一社会信用代码:52510181096789412G:)不慎遗失作废

●四川圣丽整形美容医院有限公司(统一社会信用代码:91510100MA6C582U60)营业执照正副本遗失,声明作废

遗失公告

成都平安达汽车销售有限公司车牌号码:川A410PK网约车的车证遗失,特此声明作废

注销公告

成都铨鑫餐饮管理有限公司(统一社会信用代码:91510100MA6C4W5D6B)股东会决议决定注销公司。请公司相关债权债务人于本公告见报之日起45日内到公司申报债权债务

●金牛区宝莉佳健康咨询服务部营业执照正副本注册号:510106602185422,遗失作废

●减资公告:经四川国弘腾跃建设工程有限公司(统一社会信用代码91510000577389751J)股东会决议决定注册资本由人民币伍仟捌佰万元减少至壹拾万元人民币。请各债权人自公告之日起45日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求,逾期按相关规定处理。