

# 疫情下的山东零售业突围

□山东省商务厅

新冠肺炎疫情发生以来,山东省商务系统指导实体零售企业立足实际,创新思路,多措并举,积极保障居民生活必需品供给,在保供网络和服务模式上作了一些行之有效的创新探索,取得了较好的实践效果。

## 传统商超门店网上购

指导连锁超市、便利店、快捷商店等线下实体商业网点通过发布微信小程序、公众号、建立顾客群等多种途径,支持居民在家单独或组团、建群线上购物下单,由商家配送到家或社区,减少居民外出购物活动。

家家悦集团股份有限公司2019年推出新零售业态生活港,通过线上“悦生活”小程序,为顾客提供配送到家服务。疫情发生后,家家悦生活港线上订单量大幅增长,门店配送范围从周边3公里扩大到5公里。特别是对生鲜必需品,与国内200多个合作社建立了基地直采模式,生鲜驻外采购人员70多人,保证了生活港线上销售的生鲜商品仅叶菜就达20种,让更多市民能够通过线上订购所需商品。加强与线上平台合作,增加美团线上购物门店,顾客通过美团APP上下单,门店为市民提供送货上门服务,减少顾客外出购物。

同时,利用家家悦集团连锁网络密集、深入社区的优势,主动联系门店周边小区物业、居委会,通过门店顾客群和社区群,采取“套餐+订单”相结合的配送模式,推出适合门店周边客群的不同档次的肉、蛋、菜商品组合和米、面、油、面条、方便面等民生商品,社区居民通过微信群或社区群提出需求,公司通过各连锁门店,就近配送到门店周边社区,满足居民家庭生活必需品一站式需求。疫情期间,顾客通过微信群、社区群订货的数量不断增加,日均配送量30吨以上,进一步减少顾客外出购物。

佳和业作为菏泽本土最大的零售企业一直以立足商品供应、做好顾客服务为己任。疫情期间,佳和公司党支部组织成立了两个“佳和雷锋小组”,针对不同区域启动帮扶热线,提供免费上门无接触配送服务,并利用微信、支付宝、二维码等线上支付方式进行支付。

为方便消费者线上购物,佳和借助美团、饿了么等第三方平台进行线上销售、配送到点,在配送员到店取货时,门店对其采取体温测量、喷洒酒精消毒、检查口罩佩戴等防控措施,减少风险。佳和借助第三方外卖平台,在满足居民生活需求的同时,减少人群聚集与直接接触,自疫情发生以来,第三方外卖平台实现销售额近180万元。

佳和集团佳乐家借助中百e购线上平台优化功能与商品组合。30余家门店重点组织蔬菜、肉类、粮油等民生用品,通过中百e购直播功能为居民介绍门店防疫与民生用品储备情况,引导线上下单,门店在3公里范围内送到小区。自疫情发生以来,中百e购完成配送近4万笔,销售额达到500余万元。中百便利借助优品汇实现线上下单、到店提货,有300余家门店通过优品汇微商城销售面食、蔬菜、熟食、水果、粮油等民生类商品,居民可以手机下单,线下载到就近中百便利店提货,疫情发生以来优品汇实现销售3万余笔,销售额达到240余万元,为近300个小区的居民提供方便。

面对疫情导致线上需求激增的情况,佳和集团加强与美团外卖等电商平台对接,全力开展到家服务。各门店积极组织货源,重点突出蔬菜、粮油等民生商品,并且通过微信订阅号等多种渠道加大宣传,引导顾客线上下单。借助第三方外卖平台,在保障居民生活需求的同时,减少人群聚集与直接接触,自疫情发生以来,第三方外卖平台实现销售达35万笔,销售金额达3000余万元。

泰安肥城泰山新合作商贸连锁有限公司2015年成立电商业务部,2017年微信平台上线,网上商城加挂泰山新合作公众号子菜单,实现公众号平台5万粉丝互通有无。疫情发生以来,网上商城的超市专区主要肩负起广大市民的生活物资供应任务,城区满28元即可配送到家,极大满足市民需求。高峰期时,生活物资每日订单达600—1000单。

济宁爱客多商贸有限公司通过线上运行“小爱优选”,方便消费者网上购物。疫情期间,“小爱优选”的网上订单量已到达4000万元。2019年11月,京东与爱客多共建京东社区拼团联盟首个联采仓落地,联采仓是京东为拼团企业提供供应链支持的一种方式,支持商品铺货入仓、先售后采,滞销商品无条件退货。截至目前,京东联盟已有290个社区团购合作伙伴,覆盖224个城市6756个线下门店,58万平方米的仓库,2651辆配车车辆,4.8万名团长,近4亿元/月的销售规模。2019年12月,“小爱社区拼团联盟”成立,“爱客优选”升级为“小爱优选”,100家实体店成为战略合作伙伴,目标社群用户超过1000万,致力于做实体店社区团购最大平台。

## 封闭社区代购团配

组织大型商超、农产品配送平台、生产基地等直接对接乡镇(街道),按照乡镇确定的网格单位组团建群,由网格管理员汇总居民购买需求、代收货款、按团下单、按团配送至社区,提高购买配送效率。

日照正商商贸有限公司快速组建“党员配送先锋队”,建立微信群282个,辐射棋山、龙山、东莞等8个乡镇,设立32个提货点,63个乡镇部门参与微信公众号推广,配送生活必需品90万余元。首次推行“线上秒杀”“线上预存”“正基云购物”“宅家购”“免费配送到家”服务,不断改进流程与标准,专线上答疑,利用“云课堂”形式传授穿搭及生活技巧,增进情感连接,引领时尚消费,实现销售30余万元。与当地30多个蔬菜种植区对接,推出“爱心帮扶”项目,助力瓜果蔬菜销售,累计40余万斤;与招贤镇玫瑰花基地对接,助售玫瑰花43100枝。

新星集团开启社区镇村直通车服务。依托486家连锁门店,与各社区、乡镇对接并签订服务协议,以社区、村为单位每天订购水果蔬菜等民生必需品,消费者次日在新星超市门店就近提货。对没有开设新星超市的社区、村,实行“流动生鲜车”5天一个周期送货进社区、进村,先后向社区、农村乡镇直接配送新鲜蔬菜1000多吨。

## 无接触配送

电商平台将消费者购买的生活必需品配送至社区设立的无接触配送点或者与消费者约定的地点,由消费者自行提取,确保配送全程人员无直接接触。

潍百集团各门店与社区街道、小区物业合作,开展社区配送业务,依托线上平台和佳乐家、中百超市以及数百家附近社区的中百便利店,开发微信下单操作系统,创新性探索业主微信群接单,通过小程序上自由挑选商品,次日由物业送到居民门口的模式,实现全程无接触。目前,集团已为约300个小区,完成配送15万余笔,日均销售额20余万元。

新星集团大力推广“抗疫情、无接触、爱到家”主题活动,针对重点疫情社区、村镇实行无接触专人配送。配送员在物流中心或门店取货时,采取体温测量、喷洒酒精消毒、检查口罩佩戴等一系列防控措施,确保人员安全。配送员取货后,将商品配送至“劝返点”或社区智能配送柜,消费者自行取回,实现全程无接触。

济宁爱客多商贸有限公司是“京东便利GO”全国首个试点超市,不论小程序技术层面还是京东物流层面均是全国领先水平,进入微信小程序下单,系统会自动定位到离顾客最近的爱客多超市,顾客在小程序上自由挑选商品,次日由门店集中配货到小区门口。截至目前,爱客多86家营业门店均已联合“京东便利GO”小程序,上线“无接触配送”项目。上架商品以蔬菜、水果、生鲜肉、酒精、84消毒液等民生商品为主,手机下单,次日配送,服务小区、村庄550余个,每日订单1300多单,上线的单品已增加至近300个,除生活必需品外,还将配送商品扩大到个人洗护、日用等各类民生商品。

泰华城管理集团下属潍坊泰华城、青州泰华城、安丘泰华城联合复工餐饮品牌和本地美团、饿了么等线上平台开启“无接触配送”服务,推出餐饮外卖“安心卡”,做到食品安全、餐餐安全、配送安全可追溯,肯德基、阿香米线等品牌提供的“无接触配送”服务日销售额在2.5万—3万元之间,接近日常经营业绩,其中潍坊泰华城COCO都可饮品店实现当日销售1004杯,销售业绩喜人。

兰陵开元国际商城所有配送采用无接触配送方式,商品的外包装以及配送车辆全部都要进行消毒处理,配送人员的口罩、手套、隔离服、护目镜全部配置齐全,并且每日进行两次健康登记及酒精消毒。随着市民对民生商品需求的不断增加,县城区域以外的顾客也陆续在线上上下单,很多配送区域以外的顾客主动要求根据配送的路程支付一定的配送费用,开元国际商城全部免费配送,只要顾客需要,商城雷锋小组的身影就会出现,最远的配送距离已经达到20公里。

## 社区配送

由街道、社区、居委会人员、机关下沉人员及志愿者等组成社区配送队,分批次、分时段、分楼栋为社区居民配送生活必需品,减少人员内外流动。

泰安肥城泰山新合作商贸连锁有限公司在网上商城电商业务上整合资源,推出电话订购和社区微信群订购方式,超市门店送货上门,无接触配送,有效解决广大市民生活物资购买问题,确保民生商品充足供应。截至目前,40余万市民

加入了泰山新合作各超市门店的社区配送微信群,订购37232单,销售额37.6万余元。

山东博商股份有限公司2015年成立电商运营中心,2018年博商生活APP上线。疫情期间,为减少市民出行,电商运营中心全员提前结束年假,1月29日启动博商网上运营平台“博商生活”APP,博商党员纷纷请战加入博商党员配送队,为消费者提供当日速达的配送服务。线上开通博商6家门店,配送范围包含门店周边10公里范围,覆盖龙口市95%的区域,并推广至周边蓬莱市的部分村庄。配货及配送过程中固定人员班次,防护措施培训到位,全程配有护目镜、手套、口罩,车辆每天消毒,真正做到无接触配送。为广大龙口市民提供最贴心的服务,用最大的善意和热情与龙口市民共同抗击疫情。截至2月29日,博商生活APP订单数14664单,销售额549898元。

## 直播带货销售

充分利用互联网的直观、快速、内容丰富、交互性强、不受地域限制、受众可划分等特点,利用视听方式,将产品展示、背景介绍、相关测评、网上调查等内容现场直播,利用直播平台开展线上销售。

泰华城管理集团下属潍坊泰华城、青州泰华城、安丘泰华城充分利用直播工具进行销售带货。潍坊泰华城打造“超级直播间”,在情人节当天首场开播观看次数6.5万,观看人数达2.4万人,同时实行线上线下价格差异化策略,并以线下营销活动作辅助,实现销售环比提升44.59%。青州泰华城情人节当天发动导购人员开启“人人都是带货王”直播带货活动,精选包括黄金、化妆品、数码、孕婴等品类在内的15家店铺的20多名导购人员进入卖场变身主播,在店内通过抖音、快手、小红书等社交平台进行商品展示、交流互动,当日销售额突破20万元。

佳和百货利用微信群开展线上活动,共建立微信群238个。导购人员变身主播,通过抖音、快手等社交平台进行商品展示、时尚搭配、流行元素、品牌介绍等专业知识推广,上线黄金、化妆品、服饰、鞋帽、孕婴等品类商品,实现销售额近100万元。

泰安肥城泰山新合作商贸连锁有限公司百货业态企划部“新合作直播间”总计开播84次话题,点击量79.8万人次,粉丝4.23万余人,2月5日至3月3日,开播40期,涵盖美妆、美衣、美鞋、学习机等实用优质商品,共计点击率44万余次,增加粉丝3.1万人,成交1081单,销售额29.07万元。此外,百货各经营部门利用微信群开展线上活动,通过会员互动,进行时尚搭配、流行元素、品牌介绍等专业知识推广,保持线上客户黏性,不断增加新入会员,为疫情过后的业绩稳固增加更多的线上流量。2月1日至3月3日通过线上实现订单2178单,销售额128.9万余元。

新星集团本着“服务民生、共抗疫情”的原则,积极创新营销模式,实现由线下传统渠道转为线上新渠道的运营转变。一方面加大与京东、天猫、苏宁、美团等线上平台的战略合作,另一方面依托新星网上商城、新星微商城、微信朋友圈、抖音直播平台等多元化的线上工具,开设网上直播。新星家电和新星商厦推出微信秒杀活动,除了营销模式转变之外,集团进一步加大各经营板块之间的异业联盟,实现共同发力、协同发展。比如,酒水板块开展的购买酒水赠送新鲜蔬菜、果蔬消毒机、空气净化器、面粉、面条活动。为满足学生在家上网课的需要,积极开展“停课不停学”购买酒水赠送平板电脑、家用打印机活动等,受到广大消费者好评。

## 将线下营销活动转为线上“云活动”

疫情期间为响应国家号召,实体商业暂停了线下营销活动,但是与消费者的互动并未就此停止,而是将线下活动搬到“云”上,进行“云活动”,缓解消费者长期隔离在家紧张压抑情绪。

潍坊泰华城2·14情人节把线下的相亲活动转移至线上,组织线上一周爱情互动活动,通过相亲报名组建单身相亲微信群,通过互动活动让大家彼此认识并迅速添加为好友,使得潍坊泰华城口碑活动——“相亲大会”得以延续,“云相亲”活动吸引了600名单身男女参与。

