

# 看到的和到手的不一致怎么破? 开放标准 + 服务升级 线上水果消费“顽疾”有望治愈

同一批次水果,今天买是甜的,明天买就是酸的,大小、口感、品质都不稳定;甚至看到的和到手里的都不一致,与预期差别较大。不得不说,在水果消费越来越便捷的今天,这些仍然是线上水果消费普遍存在的问题。

11 月 29 日,天猫与百果园联合宣布,双方计划通过优势互补和资源整合,从水果到生鲜进行全面深入的战略合作。百果园集团副总裁焦岳表示,“百果园将把三无退货这一服务引入到天猫商城,并联合天猫在全平台进行推广,号召更多商家加入。希望通过开放标准和服务升级,重塑消费者对 B2C 平台的信任,同时为消费者进一步降低成本。”



■VCG 图

## 重塑 B2C 平台信任体系

前述线上水果消费的常见问题,其实也存在于线下,究其原因,是水果生鲜天然的极不标准化特性。标准的缺失,让消费者的预期变得难以调和,与之相应的是缺乏对商家的自我约束。

百果园试图用建立全品类果品标准体系的方法来打破这一局面,仅一个红富士苹果,就有两大类,18 个等级的区别。标准的建立,除了让顾客在消费时有据可依,也意味着商家要对品质进行精细化管理。在百果园的带动下,越来越多的水果专卖店跟随推出了水果标准,极大程度上提升了整个水果零售业的消费体验。

除了标准,水果的售后服务,应

该遵循其特性,即水果很难从外看出内在品质。基于此,百果园很早就在线下推出了“三无退货”服务,消费者只要不满意,就可以无需小票、无需实物、无需理由的退换货,用户甚至可以在百果园 App 上进行自主退款,无需等待。

三无退货背后,是商家选择了先信任消费者,而消费者也回报商家以信任。在三无退货践行 10 年后,百果园的年销售额从 1 亿元增长到 100 亿元。

如今,百果园又有意将这套服务体系引入到线上水果生鲜消费。据透露,天猫将与百果园共同孵化生鲜首个旗舰店 2.0 项目,借助天猫平台的

数据等多方面能力及百果园的优质果品供应链能力,让消费者“想要吃的,现在就要吃到,而且还要吃得更好”。用户在旗舰店下单后,可享受到 1 小时送达的新鲜及时服务。未来,还可提供定时送、门店自提等差异化服务。双方将在春节前于全国 80 多个城市正式推出这项服务。

据了解,百果园门店数已达 4000 多家,并建设了 26 个仓配中心,构建了庞大的生鲜自提网络。与此同时,多温区、分时段智慧物流配送,在规模化运营的同时并保障了商品的品质和稳定性。对于销售额等目标,百果园电商负责人孙鹏称,首要目标是顾客的满意度建设。

## 布局数字农业

据透露,双方此次战略合作,除了将百果园的高品质水果通过天猫平台引进千家万户,未来还将与阿里巴巴在生鲜、食品上以至数字农业等更多领域上共同探索。

焦岳表示,好果子是种出来的,而不是选出来的。在上游,百果园联合生态体系企业,组建了近 300 人的种植技术团队,还引入了

日本的“BLOF”有机种植系统。通过这套系统可以保证做到“三高一低”,即高品质、高营养、高产量,低成本。对种植系统的认知积累和保障性,被认为是百果园的核心竞争力。

与此同时,通过投资智慧农业相关领军企业,结合 AI+IoT 等科技手段的运用,百果园正将 10 多年来在

种植领域积累的经验进行数据化、标准化,并复用到水果以外的生鲜品类,最新上架的百果心享叶菜就是其成果体现。

焦岳透露说,百果园计划与阿里农业等全生态深入合作,共同打造高效数字农业,推动消费端供给侧的建设,包括共同开发果蔬种植基地等,实现优质新供给。

## 阿里云张建锋:数据成为经济发展的新生产要素

新快报讯 记者郑志辉报道 12 月 3 日,在 2019 阿里云广东峰会上,阿里云智能总裁张建锋表示,全面迈入数字经济时代,数据成为社会经济发展的新生产要素,云智能是新基础设施。

“数字经济时代,最大的不一样是有一种新的生产要素是数据。”张建锋表示,以前传统经济是劳动力、资本、土地,第二阶段是知识、技术、管理,而今天数据是一种新的生产要素,阿里巴巴希望能帮助所有企业更容易使用数据这个新的生产要素。

数据显示,数字经济已经成为中

国经济增长的主要力量。据中国信息通信研究院,2018 年中国数字经济规模达到 31.3 万亿元,占 GDP 比重达 34.8%,对中国 GDP 的贡献率超过 67.9%。

数据首次增列为生产要素,反映了随着经济活动数字化转型加快,数据对提高生产效率的乘数作用凸现。未来,随着新型基础设施的普及,每一个城市、每一个工厂、每一条道路、每一个下水道都将实现数据化、智能化。

每一次社会经济的变革都伴随基础设施的创新。张建锋表示,以

前,淘宝让几千万企业从单纯的制造能力变成拥有直面消费者的能力;在数字经济时代,阿里巴巴帮助企业建设云计算、数据智能、物联网和移动协同技术组成的新基础设施。

张建锋表示,阿里巴巴一直是数字经济的坚定实践者、推动者和创新者,早在 2007 年就提出打通经济体的信息流、资金流和物流,向技术要生产力。2015 年,阿里巴巴开启中台战略,其中重点就是数据中台的建设,这些技术能力都将通过阿里云成为社会的能力。

## 剧变下的企业应对之道 企管大咖聚焦“危机与转型”

新快报讯 记者郑志辉报道 11 月 29 日,2019 年(第十届)中国企业组织管理高峰论坛在深圳举办,腾讯集团高级管理顾问、青腾大学教务长杨国安教授在致辞中表示:“2019 是危与机共存的一年,当多变的国际经济形势、融资困难给企业带来挑战的同时,5G、人工智能、云等科技突破又为企业提供了许多新机会。为应对普遍存在的挑战和机会,‘转型’成为 2019 年的关键词。”

作为转型成功的传统企业代表,宏碁集团创始人施振荣表示:“企业面临的危机分为‘显性’和‘隐性’,推动变革转型要显隐并重双管齐下。对于显性危机,企业要及时行动、时时跟随;至于隐性危机,企业则急不得,要从长计议,量力而为,在企业有限的资源下,探索新的创新机会。”

贝壳找房 CEO 彭永东指出,战略就是做难而正确的事,无论是产业还是组织,核心都在于“敢承诺、强兑现”,不断倒逼组织能力增长,并被消费者激励,形成正循环。有赞创始人白鸦则介绍经验说,“在企业内部设立一个支持业务线的中台和业务咨询机构时,不要给这个平台人,只需要提供资金。因为有资金,平台负责人就愿意找全世界最好的人才和技术;如果给人,负责人会让人做下面的下属,KPI 不达标时就会推卸责任。”

## 2019MakeX 机器人挑战赛总决赛开幕

新快报讯 11 月 29 日,2019 童心制物 MakeX 机器人挑战赛总决赛于广州正式打响,来自中国、马来西亚、日本、美国、墨西哥等 60 多个国家代表选手亮相,参赛阵容及国际影响力显著提升。而现场观众不仅可以观看机器人同场竞技,更能够零距离体验大型创客派对、多款主题机器人对抗游戏以及各类 STEAM 教育产品,亲身感受科技创新魅力。

“我们相信在比赛准备及过程中的创造、协作、分享精神比比赛的结果更加珍贵,相信选手们在 MakeX 的经历,能帮助你们在未来成为更好的创造者和问题解决者,共同解决全球性的问题。”童心制物(Makeblock)兼 MakeX 品牌创始人王建军现场致辞表示。

挑战赛组委会官方还发布了 2020 赛季主题:《明日视界》,展示了一个因 AI 技术快速变革而重构出的未来世界,赛季共包含五大赛项:幼儿赛、未来之家、智慧交通、智造大师、雷霆营救,覆盖 K12 阶段及高校学生群体,可以培养学生从一名初阶科技爱好者成长为资深机器人玩家。

(郑志辉)