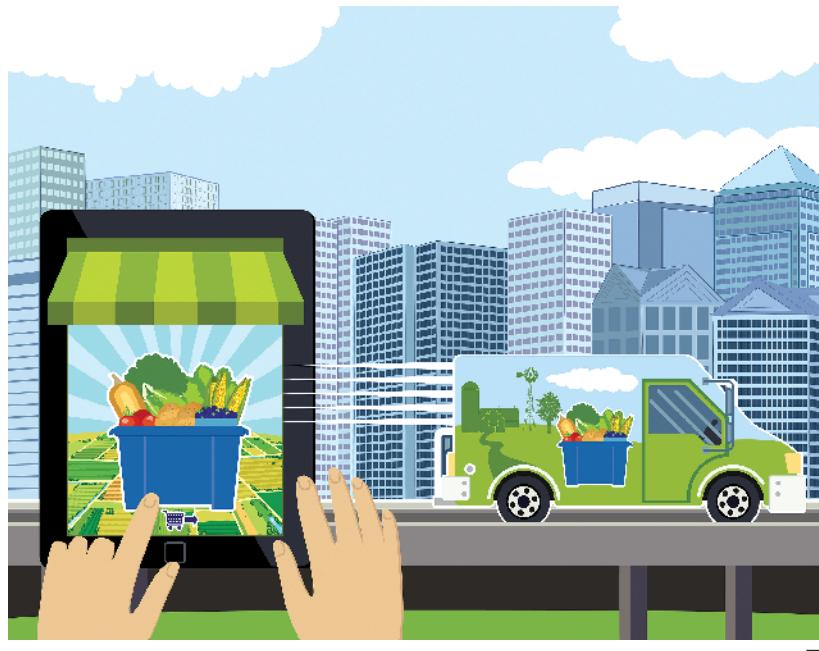


# 看到的和到手的不一致怎么破？开放标准+服务升级 线上水果消费“顽疾”有望治愈

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、分时段的智慧物流配送，在规模化运营的同时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，阿里巴巴希望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年就提出要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是危与机并存的一年，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，宏基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)