

20年风雨 家乐福精练内功扎根中国



强化供应链 构建六大物流中心

强大的供应链网络是实现发展的关键。家乐福有6个大区,分别是东北大区、华北大区、华中大区、华西大区、华南大区、华东大区。去年4月家乐福将24个城市商品中心合并为6个大区采购中心,并从2015年起相继建设各大区物流配送中心。继华东、华西以及新近投入使用的华北物流配送中心之后,家乐福还计划在东北和华南区再新设2个物流配送中心。预计到2016年底,家乐福将建成6个物流配送中心,实现对全国200多家大卖场的覆盖。

去年12月,家乐福中国供应链——华北物流中心在天津市武清开发区正式建成,成为家乐福中国在华北地区供应链的立交桥,形成辐射京津冀一体化经济圈以及山东、山西等省份的物流配送网络。华北物流中心的成立将覆盖华北地区30余家门店,进一步改善家乐福华北供应链体系,提高配送效率,为广大消费者提供更具优质便捷的产品和服务。

此次启用的家乐福华北区物流中心坐落于天津市武清开发区的普洛斯武清现代服务产业园,占地3.9万平方米,采用目前业内最先进的Voice picking语音拣货系统,准确率可高达99.997%,托盘采用100cm×120cm标准化操作,减少包装及劳动力成本,提升效率,并配备有18-22℃的专业温控室,专供酒类、巧克力及奶粉的储存。

借道互联网 拉近消费者距离

在网络购物和互联网大潮下,外资零售巨头家乐福在中国市场似乎一直缺席这场盛宴。不过,在调整架构、现代化的区域配送中心投入使用后,家乐福的零售战车开始提速了。

华北区配送中心启动后,不仅可以为家乐福实体店网络提供强大支撑,还可以为家乐福在华北区引入便利店和开通网上商城业务提供商品配送服务,全力保障家乐福新业态的发展。在互联网大潮下,家乐福方面预计,今年底至明年初将在京推出网上商城业务,在上海试水的“easy家乐福”便利店今年亦将落户北京市场。家乐福电商具有基于门店货源的100%正品保证、快速送货、便利店自提、网页双语、客服双语等特点。

相比其他电商大仓-分站-到户的物流配送模式,在“家乐福网上商城”购物,消费者线上下单后,货品即从距离最近的一家门店发出,保证货品到达的效率。而风靡海外的“easy家乐福”便利店与一般的便利店不同,店内增加了很多体验式设置,比如设有简易咖啡吧,并配备充电电源、WiFi等设施,供顾客小憩。这些体验式功能区域都被业界认为可以突出附加服务和增加顾客的消费黏性。

商业新升级 新店主打绿色牌

家乐福自2006年启动中国区门店节能减排改造项目至今,已经经历近十年历程。从“十一五”的自愿性减排到“十二五”的强制性减排,家乐福中国始终引领着零售行业节能减排产业升级的创新发展,成为行业的节能标准和规范。

去年11月,家乐福北京四元桥店正式开业。四元桥店是家乐福在北京开设的第20家大卖场,该店位于北京市朝阳区望京商圈核心地带,交通便利。大卖场营业面积1.1万平方米,商品数达到近4万种,进口商品数接近5000种,并配有778个免费停车位供前来购物的顾客使用。消费者还可以在全新的“百度未来店”中体验并选购各种智能电子产品,这是百度与实体商



业超市的首度合作,体现了互联网巨头渗透线下市场的新趋势。

同时,作为家乐福全国的“绿色旗舰店”,四元桥店将从“节能减排,环境友好,健康卫生”等方面全方位演绎“节能环保”概念,为消费者打造健康舒适的购物环境,并在商品陈列上不断推陈出新,满足消费者多元化的购物需求。家乐福北京四元桥的开业也预示着家乐福中国门店的节能减排进入了3.0版本的30%减排。

整个家乐福四元桥大卖场的外墙和地下室均使用了外墙保温材料,建筑外墙使用LOW-E玻璃,并在玻璃上添加一层覆膜反射紫外线,有效降低能耗,室内卖场还使用霍尼韦尔空调空气电子净化系统,为顾客创造健康、舒适的购物环境。照明方面,门店安装了2万套节能LED灯,年预计节约200万度电,在停车场等室外公共区域还启用了光伏太阳能景观灯。水处

理方面,整个商场的用水都体现了对循环水的利用——生活用水(约300吨/天)经过中水处理,可冲厕所及灌溉绿化,多余的中水经过室外的过滤花园进行生化处理,日处理量可达150吨,通过植物进行再次净化,最后排放到市政管道,实现水生态的良性循环。

家乐福四元桥店是北京地区唯一启用绿色电动巴士的大卖场,目前已建成15个地上电动车充电车位,5个地下电动车位,不仅有绿色班车往返于大卖场和周边住宅区之间,还预留电动班车充电停车位给私家车,全方位倡导绿色出行。此外,四元桥店还启用了四元桥能源管理控制系统(EMS)和分项计量系统(PMS),以保证门店的节能设施均由位于上海的中央监控中心(COS)监控。COS可以通过设在各门店的监控系统,对所有门店的冷冻冷藏、照明以及空调的运行状态进行即时监控。