

■ 吴裕泰董事长 赵书新



吴裕泰在深耕产品创新的同时,也以数字化赋能企业拥抱新零售,线上线下协同发展。目前,500多家连锁店全部上线微信商城,消费者不仅可以在线浏览选查,也可以到店体验。与此同时,我们开启试水直播带货,尝试短视频营销方式等,挖掘新的消费潜力,打造“老字号+文化+体验”的新模式,依靠新技术向数字化方向转型,不断摸索。

■ 北京超市发连锁股份有限公司党委书记、总经理 王增庆

2021年,面对疫情带来的消费市场变化,以及线上渠道分流的影响,实体商超迎来前所未有的冲击和挑战。对此超市发及时调整经营管理的策略,加速企业信息化数字化转型,建立数字营销体系,相继完成生鲜配送、常温配送等系统升级,规范并优化了业务流程,强化了信息技术的应用。



■ 北京东方广场有限公司总经理 蒋领峰



过去的一年,东方新天地拓宽了营销方式,为品牌租户带来更多的流量,同时持续为顾客提供精英品质服务。未来东方新天地还将不断进行新的尝试,着力数字化建设,服务实体商业,为消费者提供更高品质的购物体验,为品牌带来更丰厚的商机。

■ 北京稻香村副总经理 俞大治

过去的一年,是北京稻香村以空杯心态整装出发的一年。我们在产品上不断推陈出新,经营领域上开拓进取,品牌构建上融合文化,走进了新一代消费群体的生活中。通过数字化转型,实现了终端电子秤、全域时采集,更新销售数据,实现了短期快消节令产品的零库存管理等多项管理方面的升级。相信数字新生活是未来的趋势,更是美好生活的驱动力。



■ 肆月河豚董事长 杨紫苏



数字化生活是时代的一个新趋势,在餐饮行业也有很深的体现。约70%客流开始使用微信、支付宝等数字化手段进行支付,甚至已经有客人开始使用数字人民币支付。我们期待数字化能够走进越来越多的行业,走进千家万户。

■ 京东消费及产业发展研究院院长 刘晖



京东作为一家新型实体企业,在过去的一年中,充分发挥自己在供应链、基础设施和技术方面的优势,带动企业数字化升级,带动中小商家降本增效,推动乡村振兴。我们相信在数字新生活的主题下,消费者的诉求更容易触达供给侧,让他们真正成为市场的主体。

■ 猎豹移动品牌市场部 商业营销中心总经理 宋照洋



商场作为实体消费的重要阵地,机器人正在逐步构建数字经济下的全新逛街购物模式。我们希望通过机器人进场营销、券多多小程序、原场营销引流入场,为商场商户打造全新引流模式,为用户提供餐饮优惠券,开启全新的机器人新零售时代。