



“2022北京商业品牌大会创新性地推出了全新IP“金鼎茶话会”。鼎被视为传国重器,又是旌功记绩的礼器,而且是北京十大商业品牌评选17年来一直沿用的奖杯形状,所以以此为名,凸显对话嘉宾的规格和企业的代表性。”

数字+实体



| 扫码观看视频 |



58同城副总裁 李子健

“让家政服务像自来水一样 随叫随到”

通过数字赋能,家政行业也在转型升级中。过去,消费者预约保洁服务需要提前一两天,现在通过58同城到家精选平台,可以实现实时响应,一小时上门。借助数字化转型,无数商家的经营成本在降低。行业的服务质量,从过去

的小、散、乱,到现在平台和政府、商家协同规范行业标准,这都在提升行业的准入门槛。家政行业通过数字化向便利体验靠近,如外卖、网约车一般随叫随到,提供即时的上门体验。

达达集团京东到家城市业务部总经理 常亮

“数字化不是取代人力”

技术不断更新,零售行业开始迭代。达达集团通过建立平台跟线下实体商家合作,借助即时配送帮助不同商家找到一个新增长点。通过达达提供一系列的流量支持和履约能力以及一些产品工具,可以帮助合作方来抓住即时零

售增长的机会点。数字化不是要取代所有人力,而是为了更好地提升效率。企业做的所有数字化建设都是基于用户需求。达达集团推动即时零售也是为了满足用户多元的购物需求,让零售商有能力服务满足消费者和各种消费场景。

海底捞智能应用总监 高小伟

“数字化是一门需要长期坚持的 功课”

数字化是希望利用技术手段为消费者提供更好的服务,并优化物流、生产配送等后端环节。伴随连锁门店增加,只有数字化才能实现库存标准化。数字化是企业需要长期投入去做的事情,当企业在抉择是否投入数字化时,则应考虑数字化能真正为企业带来哪些升级,并以长远的

角度去看待数字化,不应该过于强调短期商业回报。数字化技术的引入是为了提升顾客就餐体验,改善企业的运营管理效率,会对后端环节涉及到重复劳动、高强度的工作引入数字化管理和新技术设备,并不会减少门店的前端工作人员,以此来保证服务质量与消费体验。