编辑 常蕾 实习编辑 吕银玲 美编 李烝 责校 杨志强 电话:64101673 syzx10@126.com

战疫 绸缪稳增长

开拼购、做预售 线上社区生鲜补配送短板

线上社区生鲜成为消费者“蹲点”买菜的新阵地。当下,京东7FRESH、盒马、京东到家等众多提供线上配送的企业,都在绞尽脑汁化解运力短缺的问题,并尽可能提高人效。京东7FRESH临时上线了“小七拼”;天猫超市开通“每日补货”的提前一天预约入口。不过,众多线上平台呈现出了互相“拆台”局面,尤其是需要共享超市货源的到家配送平台,均提醒消费者一早下单,无意中鼓励了抢单行为,一定程度上过度消耗着商超存量。

集中订单 成立社区拼购群

近日,为了应对疫情期间激增的单量与配送员短缺的问题,京东7FRESH临时上线了“小七拼”。此举一方面满足用户购菜的需求,另一方面可缓解配送人手短缺的压力。

7FRESH相关负责人称,“小七拼”配送服务自2月3日上线以来,集单销售日均增加90%。截至2月9日,“小七拼”共建立1000多个社群,服务接近1000个社区,共计覆盖服务人群近50万人。后期,7FRESH也一直有拼团、团长接龙等服务。

居民需提前一天App端下单,次日7FRESH的工作人员就会将小区的订单一次性送达,并通知小区的用户以错峰、无接触的形式领取自己的货物。

2月9日上午,北京商报记者发现,京东7FRESH针对各个小区已经组建了十余个大群,群人数平均可达到140人,且仍有众多用户通过扫码方式进群。用户进入大群后,可扫描进入自己所在的小区群,京东7FRESH客服也在筹建着各个小区的官方专属微信群。

北京商报记者体验后发现,当用户打开京东7FRESH小程序、App后,系统会根据用户所在位置匹配门店的拼购群。目前,京东7FRESH北京望京新世界店、五彩城店、北京华宇店、北京广安门店、通州北京ONE店、大族广场店等均设立了拼购群。

多位组建官方群的工作人员称,由于店内需求较大、配送人员较为有限且十分繁忙,京东7FRESH成立了集单配送群,将按小区集中配送用户需要的商品,解决买菜难、配送难问题。

据了解,京东7FRESH对配送制定了相应的要求。以京东7FRESH北京望京新世界店的采购群为例,每天0:00-20:00为下单时间,次日上午9:00-20:00间安排送货,配送员到指定地点后会依次通知用户取货;每个小区订单总金额满2000元起送,累计金额达不到门槛值会取消订单并退款。

订单激增 实施“预约制”下单

“蔬菜、水果,几乎每天都要买,即使每次多买点,也要两三天买一次。为了减少出门频次,基本都在京东7FRESH、每日优鲜、盒马、京东到家等平台下单,但能够当日送达的平台着实有限,有时候是因为预订不到配送员。”一位家住将台路卡布其诺的王姓居民表示,“如果集中配送能将菜送到,也是解决每日需求的好办法。”

对于1000元、2000元起送价高低与否,上述消费者认为:“稍微有些偏高。”他解释称,如果单个小区订单集中,或集中配送多个小区,订单总金额满1000元不是问题;但门店会同时服务于多个小区,拆开配送与统计时,存在多户凑不齐1000元情况。

尽管各项服务仍在磨合,但线上需求的爆发力已经到了不容忽视的程度。京东7FRESH成立以小区为单位的采购群,仅仅是电商企业应对疫情期间线上订单激增的缩影。公开数据显示,春节期间,美团买菜北京地区日均订单量为节前的2-3倍;叮咚买菜大年三十订单量较上月增长超300%;每日优鲜从除夕到大年初八实收交易额相比去年同期增长350%。

突如其来的疫情,打破了线上零售电商的冷淡,使其变得热火朝天起来。每日优鲜合伙人兼CFO王▮透露,疫情期间,每日优鲜的交易额同比增长了300%多,客单价也有明显提升:“现在用户下一单,买的东西比较多,客单价平均增加了30元,一单总额从此前的85-90元左右,上涨到120元左右。”王▮还表示,过年期间用户购买行为在发生改变,大量新用户快速涌现,存量用户客单价在提升。“增量除了在肉蛋水产等生鲜品类之外,用户开始把需求转向了粮油食品甚至是百货用品。往常,超市在肉蛋水产方面会分流每日优鲜的用户需求;现在,用户逐渐习惯了每日优鲜中的超市品类场景。”

上涨的客单价、激增的订单是提供线上零售服务的电商企业普遍的状态,用户更是习惯性地线上“蹲点”。平日过了9点就要入睡的刘女士,最近习惯了晚睡甚至还学会了像年轻人一样“秒杀”,只为了在线上买到蔬菜并配送到家。

北京商报记者看到,众多提供送菜上门的平台,均会提前一天开放预约功能。盒马每天8:00-24:00线上开放预约,每时段约满即止,此外还需提前预约配送小哥。

配送短缺 提高人效成必修课

“你看,手里现在都是盒马、每日优鲜、京东7FRESH这样的App,不但要预约买菜,还要预约配送的快递员,手速稍慢就抢不到。”刘女士向北京商报记者讲述着连日来“蹲点”线上的心得。她特意强调,眼睛不能盯着菜,还要看配送员。配送小哥一大早就预约满了是经常事,配送员最近的配送也是来去匆匆,经常说赶着送下一单。

实际上,配送人手短缺是当前的主要问题,与激增的订单形成了鲜明反差。盒马全国经营管理总经理胡秋根此前接受北京商报记者采访时坦言,盒马当下的配送人力仅能满足一上午的需求,上午的订单配送就需要全天的运力进行协调;由于配送人员的要求更高,短时间内难以通过共享员工的方式解决。

“从目前来看,每日优鲜整体面临的较大问题是人手不足。”每日优鲜交付中台负责人王飞也表达了同样的问题。王飞称,此前,每日优鲜规定一小时达,这段时间内,为缓解一线配送压力,时效考核适当放宽到了2个小时,现在2小时整体的交单率基本上可以达到90%以上,当天达可做到100%。

有限的人手,迫使企业从提升人效方面进行调整:“人的数量是有限的,想要保证用户体验,就要提高人效。首先,每日优鲜增加了三轮车作为配送工具,提升单次运载的重量;此外,系统在不间断调度前置仓的运力,当相邻的几个前置仓在进行交付时,如果某个仓的运输出现了瓶颈,其他的前置仓就会作为补充确保整体交单的最优。”与外卖平台的抢单模式不同,每日优鲜一直采用派单,3公里范围内,区域内的订单会一起配送。

不可否认的是,配送人员短缺是提供配送服务的企业急需解决的问题。2月8日,达达集团旗下达达快送平台就发布消息,将面向全国超过2400个县区市招募骑士,首批拟招募10000个骑士。京东到家平台将协助零售合作伙伴面向全国超过30个城市招募拣货员、打包员等门店岗位,开放岗位超过5000个。

值得注意的是,线上平台在短时间似乎很难做到彼此谦让。多家到家配送平台会同时接入同一家超市,为了确保消费者能够采购到商品,配送平台会引导消费者前一天预订并在当天一早下单,一定程度上提早消耗着超市的库存。

本次疫情也缩短了提供到家配送的电商企业培育市场的周期。一位不愿具名的投资者表示,本次算是到家服务的一个拐点,普及率快速提升,用户对其认可度的改变算得上质变,给了众多布局社区生鲜、到家配送的企业一针强心剂。 **北京商报记者 赵述评**

关注 Market focus

快递业复工 北京部分小区设“便捷通道”

北京商报讯(记者 陈韵哲)快递行业即将于2月中旬恢复近四成产能。近日,国家邮政局召开部分快递企业专题电话会议指出,将分阶段确定快递企业恢复生产目标,积极推进网购快递的生产恢复。计划在本月中旬,快递业生产要恢复到正常产能的四成以上。面对即将到来的大规模恢复,部分小区已开始搭起“便捷通道”。根据北京商报记者调查,北京部分小区已针对快递取件进行统一管理,方便社区居民取件。

实际上,病毒通过邮件、快件传播的风险极低。此前,国家邮政局呼吁设有智能快件箱的小区都能够为快递小哥打开方便之门,至于其他没有智能快件箱的社区、单位、写字楼,也建议能够划定出特定区域用来收投快件。

国家邮政局党组书记、局长马军胜主持召开专题电话会议,向中通、圆通、申通、韵达、百世、德邦和苏宁7家快递企业主要负责人部署疫情防控和恢复生产工作。全行业要着力做到“四个确保”“三个优先”和“一个梯度推进”。

“四个确保”即确保中央政令畅通、确保党报党刊投递渠道畅通、确保满足武汉等地群众必要的基本生活水平寄递服务渠道畅通、确保国内国际抗“疫”物资运输寄递“绿色通道”畅通;“三个优先”即,优先做好邮政服务政务寄递工作、优先处理平台已产生订单的寄递需求、优先包容新业态发展满足老百姓特殊需要;“一个梯度推进”即分阶段确定快递企业恢复生产目标,积极推进网购快递的生产恢复,以满足百姓网购快递需求。计划在本月中旬,快递业生产要恢复到正常产能的四成以上;到本月下旬,根据疫情变化和形势发展,继续提高产能比重。对于武汉乃至湖北等地的生产恢复工作,要服从地方政府的统筹安排。

北京部分小区已针对快递取件进行统一管理 **北京商报记者 陈韵哲/摄**

对此,中通、韵达、百世、圆通、申通、德邦和苏宁方面纷纷表示,将根据会议精神,做好本企业转运中心、运输网络和末端网点运行前的各项准备工作,按照“梯度推进”原则和进度安排积极备战。

2月9日晚间,申通发布关于全面恢复网络正常运营的公告。公告称,为积极响应国家号召,共同抗击疫情,充分发挥企业资源优势,全力保障寄递渠道顺畅,践行申通快递使命,保障防疫物资、民生物资的运输及配送,全心全意做好城市运行及保障用户需求,自2月10日起,申通快递全网全面恢复运营。但申通方面也表示,由于受各地疫情管控影响,优先集中资源保障医疗防疫物资寄递,快件时效可能会受到影响。

实际上,面对即将到来的大规模恢复生产,部分小区早已做好准备。北京商报记者走访发现,朝阳区多个小区在门口搭建快递架或规划专门快递存放区域,方便小区居民取件。其中,家住朝阳区沿海赛洛城的居民于先生对记者表示,小区近日在门口安放了专门存放快递的架子,且有专人负责看管。于先生表示:“此前,接到快递员电话后需要及时下楼取件,若不方便取件只能等到下次快递员二次配送。此外,在这段特殊时期,快递架上的包裹可随时取走也避免了不必要的人员接触。”

一负责配送该区域的快递员表示,快递架的设立也提高了快递的配送效率。该快递员表示:“由于近期特殊原因,不少小区都进行了封闭式管理,快递无法上门配送,且大部分快递柜都在小区内部,无法进入存放,只能等待小区居民取完一批包裹后,回网点继续配送,减缓了配送时效。”

实际上,对于疫情防控期间快件递送安全的问题,国家邮政局市场监管司副司长侯延波曾表示,病毒通过邮件、快件传播的风险极低。

自从疫情发生以来,随着防控措施的强化,一些社区、单位、写字楼等区域实施了封闭管理,不允许快递员进入,大大降低了投递的时效,有的快递员甚至在寒风中等了一个小时。侯延波在发布会上强调,专家介绍,病毒主要通过飞沫和与病人直接接触传播,通过邮件、快件传播的风险极低,可以正常接收邮件快件。

北京商报携58同城发起灵活用工招聘专场

北京商报讯 自北京商报发起建立“商业企业员工共享信息平台”以来,商业企业积极参与,截至2月9日,累计收到来自包括家乐福、超市发、沃尔玛、卜蜂莲花、全家便利店等多家商业企业的员工共享需求,涉及门店90家,所需岗位达979个。

从所需岗位看,零售企业对电商拣货员、收银员、配送员、理货员的需求较高,结算方式多为小时工方式,工资水平在24元/小时左右。用工企业承诺为共享员工提供每日测温、免费发放口罩、提供消毒洗手液等防疫保障措施。

同时,2月9日北京商报还联合58同城在58同城App招聘频道中发起“企业灵活用工专场招聘”活动,该活动将对所有求职者开放入口,供广大求职者浏览职位。用户可在58同城App“企业灵活用工专场招聘”活动中查看具体门店地址以及对于职位的基本要求、合作周期、费用结算与人员保障的详细信息。

此外,针对疫情给企业带来复工的问题,在“企业灵活用工专场招聘”活动中提供了企业报名入口。需要招聘员工或有待复工的可以短期服务其他企业员工可以通过填写问卷,提交企业的基本信息及面临急需用人还是员工无法复工、需要代工的问题。58同城招聘将第一时间与其取得联系,为其提供相关服务。

2月6日,北京商报发起建立“商业企业员工共享信息平台”为商业企业搭建公益平台,满足特殊时期企业的用工需求,为企业纾困提供帮助,有效促进疫情期间的市民生活服务保障。

平台旨在为有用工需求和闲置员工的企业搭建信息共享的桥梁,通过动态地图的形式,实时更新商业企业的门店位置、联系方式、用工岗位、薪酬待遇、合作周期、人员保障措施及其他相关信息。地图可根据使用者的位置显示附近1-10公里范围内的门店信息,也可查询指定位置区域内的门店信息,方便有闲置员工的企业根据自身情况,有针对性地选择周边门店,能够第一时间和用人单位取得联系,极大提升了双方的信息撮合效率。

据了解,新冠肺炎疫情出现以来,商业企业用工出现了一定程度上的不平衡:一方面,餐饮、影院等服务企业停业造成人员溢出;另一方面是生活必需品需求增加造成商超、到家服务等行业人员紧缺。为更好利用社会资源,共克时艰,跨业态、跨企业间的“共享员工”概念被提出,并在一些餐饮企业和零售企业身上先行先试。

为帮助更多商业企业形成员工的有效共享,北京商报发起建立公益性的“商业企业员工共享信息平台”。有用工需求/闲置员工的企业或个人,可分别填写《共享岗位信息》《共享员工信息》(下载链接:https://pan.baidu.com/s/1Lpu_HWgFvX5IdB1N-vPc4g 密码:frwe),将《共享岗位信息》《共享员工信息》发送至bbtcatering@163.com。后台接收到这些发布人员供需信息后,将把门店岗位信息、人员信息等分别在地图中实时显示,并可互动查找就近门店、人员。同时,北京本地生活研究中心将协调饿了么等相关企业平台发布员工供需信息。

在特殊时期,媒体、企业携手,希望能在一定程度上化解企业在用工方面的难题,让商业服务业为民生保障建起自己的人力防护体系,有效保障疫情期间的市民生活服务。

据了解,新零售企业盒马日前已宣布联合知名餐饮企业北京心正意诚餐饮有限公司旗下品牌云海肴、新世纪青年饮食有限公司(青年餐厅),合作解决现阶段餐饮行业待岗人员的收入问题,缓解餐饮企业成本压力和商超生活消费行业人力不足的挑战。酒武居酒屋、赵崽儿、阿铭哥牛肉面、大洋世家等十余家餐饮企业员工到京东7FRESH超市报到上班。