

疫情催化下,新零售时代加速到来,实体零售开展全渠道经营和数字化建设,已从“是否需要做”的争论升级为“如何做”的探索。沧州的零售企业纷纷行动起来,重新认识实体店的价值,从“战术打法”上升到“战略定位”



# 新零售 开启高效数据赋能之路

本报记者 吕坤 摄影 殷实

## 支付场景多样化

在华北超市的自助收银台前,市民吴女士把自己买过的商品一样样扫码,再装进随身携带的无纺布购物袋中。这一单,她采购了蔬菜、肉类、日用品等大小16样商品,花费203.8元。账单实时显示在硕大的屏幕上,核对完毕,吴女士选择微信支付,整个过程不超过2分钟。

不仅是华北超市,走进我市大大小小的商超,自助收银台已不鲜见。“虽然从短期来看投入不小,但是从长远看,这是趋势,也能降低企业用人成本,给消费者更便捷的服务体验。”一位超市负责人表示。在沧州信誉楼,不少产品更是可以直接在柜台扫码支付,免除了顾客去收银台排队等待的时间。

数据显示,2020年上半年,中国移动支付总额达196.98万亿元,同比增长18.61%,居世界首位。移动支付已经沉浸在中国网民的生活方式中,延伸到百货、超市、便利店、购物中心、自动售货机和餐馆。随之而来的,是商家对于支付场景的逐步改进,最大限度方便消费者已经成为趋势。

## 直播带来私域流量

对于新零售这个概念,有人认为借助大数据、人工智能进行的零售,也有人认为是打通线上线下进行全渠道服务……其实,新零售就是以用户体验为中心,借助互联网技术最大化提高交易效率和生产效率,更高效更优质地服务消费者的一种零售模式。而在这个过程中,私域流量的打通对于商家尤为重

要。随着疫情防控进入常态化,各地纷纷开启提振消费新模式,实物消费和服务消费得到回补,消费市场加快恢复。直播电商应运而生、风生水起。华北商厦拿出黄金地段做了专门的直播间,盐百商厦打造导购“大小果联盟”直播团队,意明购物中心的直播“开团”单次销售破50万

元……而在此前,基于微信生态的新商业模式,也提供了广泛的“熟人”客户群。各大商家纷纷以员工为“团长”,将“触角”伸到社区,利用微信群建立大大小小的购物群,增加了私域流量。同时,官方账号订阅消息、优惠券分发、独家客户服务互动和内容营销等内容,也是维护私域流量的法宝。



华北商厦自助收银机



市民在信誉楼选购青虾

## 源头直采追求物美价廉

“一年的等待,只为这一口放心的甜。”半个多月前,盐百集团源头直采的赣南脐橙到货了。在企业的公众号推送中,这一条宣传标语直抵人心,为了让消费者坐享“脐橙”,集团生鲜采购团队跋山涉水,赶赴脐橙基地,将自然熟、不催熟、不打膨大剂的优质水果运回沧州。

不仅是脐橙,近两年来,盐百集团源头直采的茶叶也异常火爆。基地直采深入原产地进行采购,不仅能够选到更优质的产品,还能够大大减少中间商的差价。走进沧州信誉楼超市,水产销售区域消费者围拢在一起,原来,大家正在挑选从江苏直采的青虾,提示牌上还有清炒虾仁的做法。而

在蔬果区,来自寿光的焕然一新有籽西红柿也颇受大家欢迎,这种西红柿由蜜蜂授粉,自然成熟,皮薄籽多,是“小时候的味道”。近年来,我市商超纷纷行动起来,加入源头直采队伍,各自采购队伍常年在全国各地考察产品,在为消费者提供物美价廉商品的同时,也在一定程度上助力了精准扶贫。

## 打破实体和数字零售孤岛

选定商品—加入购物车—选择速配—快速配送收取4元运费—在线支付—小时送达。这是信誉楼粉丝在网上商城的购物流程。目前,信誉楼包括沧州店、黄骅店、泊头店在内的11家门店都已经实现了一小时送达。疫情期间,传统线下零售渠道受阻,O2O(从线上到线下)已成为消费者中最流行的购物渠道之一。为此,意明集团和盐百

集团都紧急上线了在线商城,以方便消费者下单,而信誉楼也在已有的商城基础上进行升级。有数据显示,2020年第三季度,31%的中国城市家庭通过O2O平台购买商品。如今,O2O流量持续增长,很多国内消费者的消费习惯已经被培养起来。对于零售业而言,低质高价和低质低价的商品,存活空间会越来越小,甚至被逐步淘汰,而高质低价的零售业,将迎来它的时代。这个时代中,O2O服务仍然至关重要。

看以“不可能完成的任务”,轻易就化解了。《论语》中,子贡曰:“贫而无谄,富而无骄,何如?”子贡其实是想对孔子说,您看,一个人贫穷但是不谄媚,富有但是不骄傲,您觉得这个状态怎样?孔子答:“可也,未若贫而乐,富而好礼者也。”他告诉子贡,快乐的力量是由内而外生发出来的,而不是外部的条件强加于自己的。人越简单,才能有更单纯彻底的快乐和收获,也才能把这份繁杂的一切化繁为简,不为所累。

## 经济观察 越简单越高级

素心

这几天,一张沈阳小区业主自制的门禁系统在朋友圈刷屏了。

辽宁沈阳的一个小区,66把锁头连接挂起,被誉为“最便宜的门禁系统”。原来,这个小区之前总有外来车辆进出,业主们便自发做了这个“门禁系统”,每把锁头都有标号,小区车主只需要拿出自己的钥匙打开对应的锁头,就能打开大门。业主称,这种方式“省钱省力,特别好用”。

但是真正让这个创意“火”的不止是门禁本身,更是有高人对此种做法“区块链技术实体化”的解读——具体特点:去中心化(不需要统一管理),可追溯性(谁没锁好找谁)、不可篡改性(一人一锁一钥匙)。

有人调侃,这恐怕是对区块链了解最透彻的一次。

区块链已经不是新名词,但相信搞不懂弄不通它的人依然不在少数,我们看了太多关于区块链深奥的解读,往往是越看越不知所以然,没想到,这一个偶然的“门禁系统”解读,竟然可以让卖菜大叔都能够对区块链有了初步印象。

这世间的事物就是如此,越简单,越高级。

《道德经》有云:万物之始,大道至简,衍化至繁。

笔者在几个月对信誉楼和张洪瑞的采访中,这一感触尤为深刻。

一个挎带背心、一条短裤、一把蒲扇、一个大茶缸,这恐怕是大多数人对张洪瑞的印象。一人只点一个菜,餐巾纸撕开用,用过的纸做成纸杯用反面随手记事……

在20多年前,信誉楼开过餐饮店,张洪瑞就提出“一人只点一个菜”,在那个人人比“阔”要面子的年代,这一做法鲜有人能理解。但张洪瑞的逻辑简单,一人一个菜,多了浪费。他自己先做好榜样,吃不了的菜打包带回家,甚至有的菜点了还没上来,但是桌上的人已经吃饱了,张洪瑞就把菜钱照付,菜却不用上桌了。

他的简单,不仅在生活中,更在管理企业上。张洪瑞说要变“买卖两条心”为“买卖一条心”。这听上去太难了。自古以来,买卖双方说起来就是对立面,买的人想买到又便宜又好的东西,卖家想赚更多的钱,这都无可厚非。

可是,他站在了消费者的角度去思考问题,并让员工“视客为友”将顾客当成自己的亲友,你的亲朋好友来购物,你给做参谋,你是不是愿意站在他的立场上,为他挑选最适合、最高性价比的商品?

看以“不可能完成的任务”,轻易就化解了。

《论语》中,子贡曰:“贫而无谄,富而无骄,何如?”子贡其实是想对孔子说,您看,一个人贫穷但是不谄媚,富有但是不骄傲,您觉得这个状态怎样?孔子答:“可也,未若贫而乐,富而好礼者也。”他告诉子贡,快乐的力量是由内而外生发出来的,而不是外部的条件强加于自己的。人越简单,才能有更单纯彻底的快乐和收获,也才能把这份繁杂的一切化繁为简,不为所累。

# 变“买卖两条心”为“买卖一条心”

无论是做人还是做企业,张洪瑞都懂得用哲学思维。在信誉楼还没有自己的培训中心、需要租借场地的年代,他就请老师为员工讲哲学。他说,办信誉楼就是给员工搭台唱戏,其实信誉楼开分店更多是为了给员工提供成长的平台,这一点很特别。他的很多理念,其实都是哲学的思考和运用。

采访对象:万正明,黄骅市羊三木回族乡刘皮庄人,71岁,曾任黄骅市委党校副校长,2004年退休后进入信誉楼工作。  
采访组:赵夫铨 吕坤 宁美红  
采访日期:2020年12月15日  
采访地点:河间市国欣康养园



## 壹

采访组:听说您是信誉楼老董事长张洪瑞“唱歌班”的一员,现在每天都要一起唱歌、做拍手功。您和张洪瑞是怎么相识相熟的?

万正明:我和他弟弟是同学,和他一直认识但没有直接联系。我原先在部队,搞过文字工作,在党校也没少讲课。我退休后,有人介绍我去信誉楼,我就跟洪瑞说:“三十不学艺,四十不改行,我都快60岁了,再重新干一个行当,怕干不了,关键我不懂商业。”洪瑞一听,就说没事,你先来干干试试。起初我就帮着组织个座谈,后来就帮他整理一些材料。跟他越久,就越觉得他这个人有魅力,跟他能学到好多东西。

采访组:所以您决定来信誉楼,可以说是被他的人格魅力吸引的?

万正明:没错。要读懂信誉楼,首先要读懂张洪瑞。我在最开始的几年,看到了太多生活中的小事儿,就是这些小事儿,体现了他的品格。

比如他这个人特别懂得感恩。早年间

他去天津办事儿,临回来的时候一位公安干警骑摩托把他送到了长途汽车站。这个事儿人家并没有觉得怎样,但是张洪瑞却一直心存感激。后来他企业做大了,特意托人在天津找到这位“恩人”,邀请来黄骅,盛情款待。

还比如他的生活非常简朴。这么多年他出门,从来也不住大酒店,吃饭就是路边店、小吃摊,一顿饭花个十几块、几十块钱。直到现在大家生活水平提高了,他早餐还是喜欢吃茶粥,不改本色。

他要求自己是这样,要求孩子、要求周边人也是这样。有一次,我跟他上泊头,在饭店吃饭前洗手,我打开水龙头就开始洗,水流挺大,我赶紧跑过来给我关小了,嘴里说着:“老万,你这个太浪费了。”我平时也不是浪费的人,但确实从来也没注意过洗手水流这种小细节,从那次起,我也格外注意节约用水了。

他用餐巾纸,一直到现在都是把一张纸撕开来用。在节约资源上,洪瑞真是细致。

## 贰

采访组:有人说一个企业的文化其实就是创始人的文化,信誉楼现在的俭朴、自律、利他心,其实都是受张洪瑞的影响。

万正明:对,他不仅自己能做到,还影响到他的家人、信誉楼的员工。信誉楼的员工在商场看到地上有垃圾,会习惯性地捡起来;你要问他们家庭关系,都是夸奖,很少有抱怨,尤其婆媳关系处理得很好。早年间有许多过马路不走斑马线、不看红绿灯的,但是信誉楼人都能自觉遵守交通规则。慢慢地,一个地方的风气也渐渐好起来了。一个人影响了一个企业,一个企业影响了一座城市,应该说,这是件非常了不起的事情。

采访组:但是了解他的人都知道,他不太爱讲大道理,更多的是通过一个个接地气的小故事给人启发。

万正明:洪瑞爱讲故事,小故事张嘴就来。

他一个亲戚要在青县开小卖部,向他请教生意经。他不跟人家说诚信、善待他人、讲道理,他讲故事:从前有家油条店雇了个小伙计,因为主家对小伙计管得严,让他心生不满,于是就想着报复自己的主家,让主家赔本。每有客人来买油条,他都要偷偷地多给一点。谁知这样一来,油条店客人反而越来越多。年底一结账,小伙计非常惊讶:主家不光没赔,还比往年赚得更多。

你看,就这么一个故事,还没开始做买卖的小两口就能听懂其中的含义:多为别人着想,让顾客占便宜,最终受益的是自己。在当时的经商环境下,能想到这个可不多。

直到现在,他每天都要读书看报,看

到有价值的文章就推荐给《信誉楼人》。这不是工作,而是他生活的重要内容。《信誉楼之歌》的歌词就是他写的。

采访组:张洪瑞自己爱学习,但让企业能够永葆活力的或许还在于他能持续给员工赋能,让员工拥有学习的能力。

万正明:太好了!洪瑞重视学习,重视员工培训。最初信誉楼做培训是租的仓库,但即便是那个时候那种条件,他不仅坚持培训,还请老师给员工讲哲学。

采访组:这个还真有点超前,企业的技能培训、岗位培训、服务培训、企业文化培训,这都不新鲜,但是讲哲学的应该还是少数。

万正明:可不,别说是初高中文化的员工,就是很多大学生,对哲学问题也是避之不及,觉得枯燥乏味。但是洪瑞就认为这些东西对信誉楼有用。

跟他交往越久,就越知道他凡事用的都是哲学思维。他最开始提出“变‘买卖两条心’为‘买卖一条心’”,别说是别人,我就理解不透。买和卖说在当下,就是在现在也难“一条心”:买的想又便宜又好,卖的想赚钱越多越好。这是对的,怎么能统一?

就这一条,我悟了好长时间。你看,信誉楼的“视客为友”,其实是“买卖一条心”——到信誉楼,你是顾客,也是朋友,信誉楼站在朋友的角度帮顾客挑选产品,是不是能买到真正又便宜又好的东西,这是不是就是一条心了?好多人都说,你这样容易把顾客惯坏了,张洪瑞的话是,我就要把顾客惯坏了!实践证明,为他人着想,最后赢家是自己。

这些很难做到,得把好多事儿琢磨透了,把豆粒咬破了,才行。

## 叁

采访组:现在信誉楼开了37家店,每家店都有大教室供员工上课,企业也创办了自己的商学院。员工在这里成长成才,真正践行了企业搭台员工唱戏。

万正明:我认为信誉楼跟其他企业最大的不同恰是这一点。很多人不理解这个“企业搭台员工唱戏”,因为信誉楼的培训能够为员工持续赋能,在这样的企业环境下,员工成长特别快,但当时的规模受到局限,所以信誉楼后来发展到数十家店,很重要的原因就是给员工提供成长的平台。

让员工体现自身价值、享有成功人生,现在再回头看这些话,真实不虚。

采访组:在您眼中,他是一个什么样

的人呢?

万正明:洪瑞这个人很自律,说话办事,说一不二。比如迟到的问题,约定好了时间,有人迟到,哪怕是一分钟,他也甩下不等了。有次出门,我按时到了,但是忽然想起没拿水杯,上楼拿水杯的空儿,他就真把我甩下了。

而且他做事讲究一竿子插到底,专注。前些年房地产来钱挺快,有些人就建议他动心,但是洪瑞就专注做商业,绝对不在这山望着那山高。

他还特别有毅力。多年来,他一直坚持每天出去遛公园,风雨无阻,这一点很多人就比不上。

# 等深线