

新零售时代、如何以数字化赋能行业新生态

王戈钧

2020.9

目录

1 深度解读零售行业的变革与机遇

2 BPM的发展历程、价值趋势与选型

3 大型零售连锁企业数字化突围实践

01

深度解读零售行业的变革与机遇

新零售

传统零售

十荟团 NICE TUAN



钱大妈
不卖隔夜肉
QIAN DAMA

每日优鲜

美菜
meicai.cn

社团

- 快速发展年代：2015-至今
- 生命周期：发展接近瓶颈期 兴盛生鲜, 生鲜传奇, 你我您, 食享会, 邻邻壹

YH 永辉生活

社区到家

- 快速发展年代：2015-至今
- 生命周期：发展期 惠爱家, 食行生鲜

京东到家
便捷到家

重构零售

- 快速发展年代：2017-至今 发展期 线下到线上：清美鲜食, 永辉生活, 线上到线下：叮咚到家,
- 生命周期：起步期 小盒马

叮咚买菜

新零售元年

- 快速发展年代：2015-至今 重体验：超级物种, 盒马, 海鲜达,
- 生命周期：阶段瓶颈期 重便利：钱大妈, 帅大妈,

线上购物

- 快速发展年代：2013-至今 BTC 每日优鲜, 美团超市, 饿了吗, BTB: 美菜, 宋小菜
- 生命周期：昙花一现 易果, 品鲜, 天天果园, 我厨

IPIEN 谊品生鲜

大型卖场

- 快速发展年代：2000-至今 家乐福, 沃尔玛, 大润发, 永辉超市
- 生命周期：衰退期

联华超市

社区菜场

- 快速发展年代：1935- 2002 - 至今 三角地, 八仙桥等等
- 生命周期：衰退期 小店

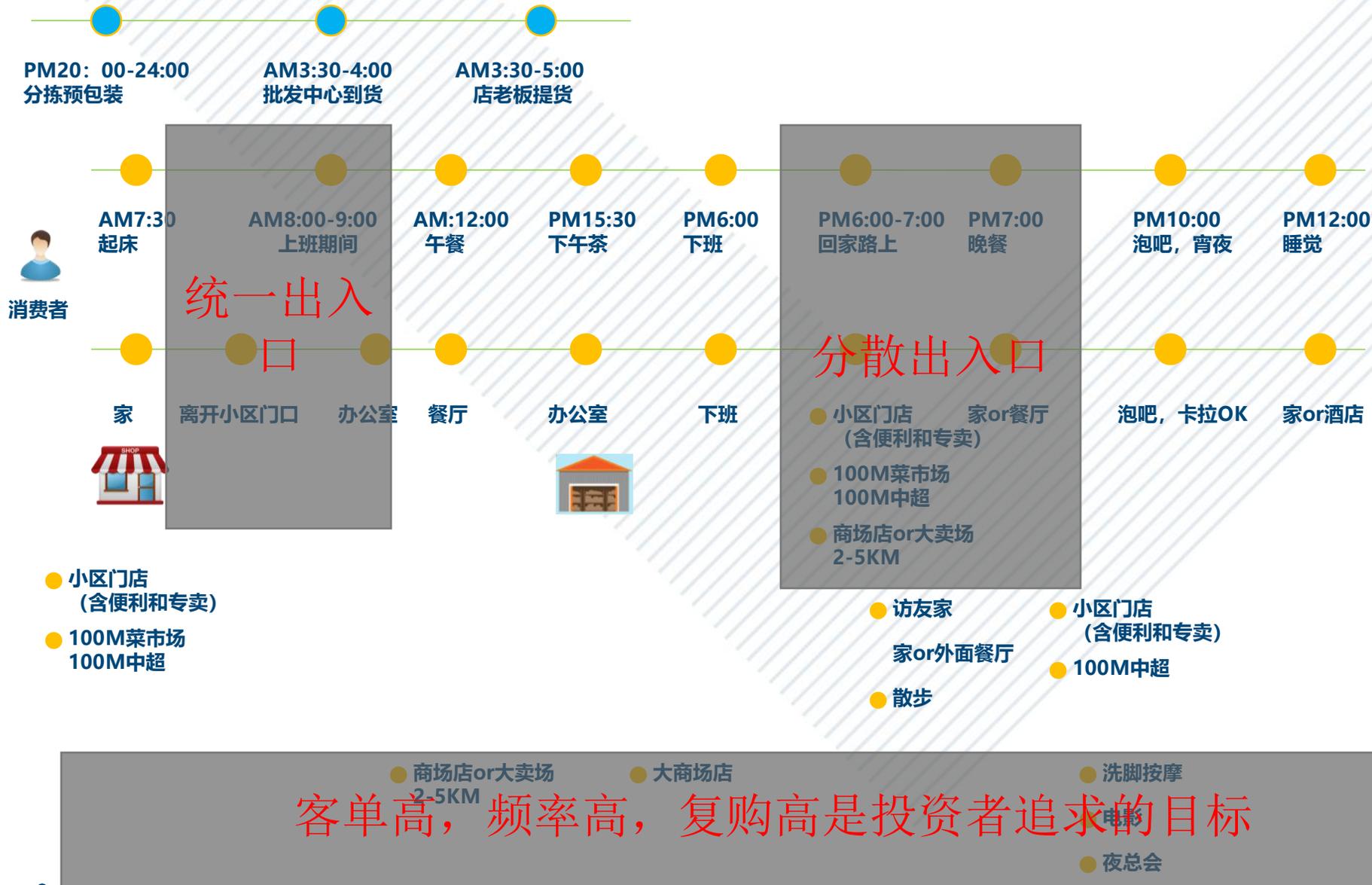
盒马
鲜·美·生活

批发菜场

- 快速发展年代：1860-至今 江桥, 上农批, 原铜川路等等
- 生命周期：成熟期, 发展期

传统65%+电商15%+超市20%

零售战场的布局 (依照设定原则看属性)



生活的
时间轴

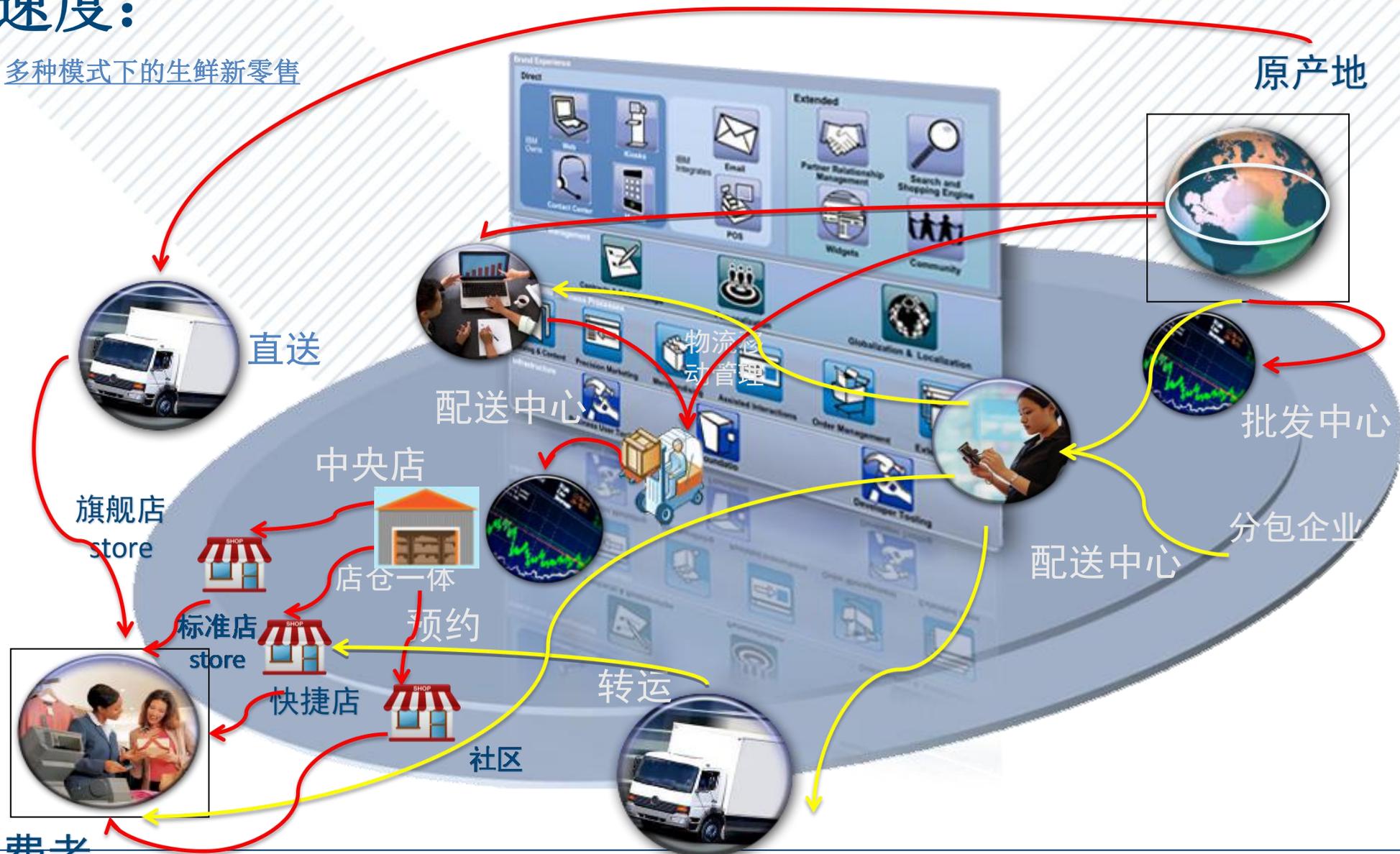
生活的地
理位置轴

生活的喜
好位置轴

生活的
欲望轴

速度:

多种模式下的生鲜新零售



消费者

中国新零售行业市场投资布局

新零售行业参与投资布局企业类型

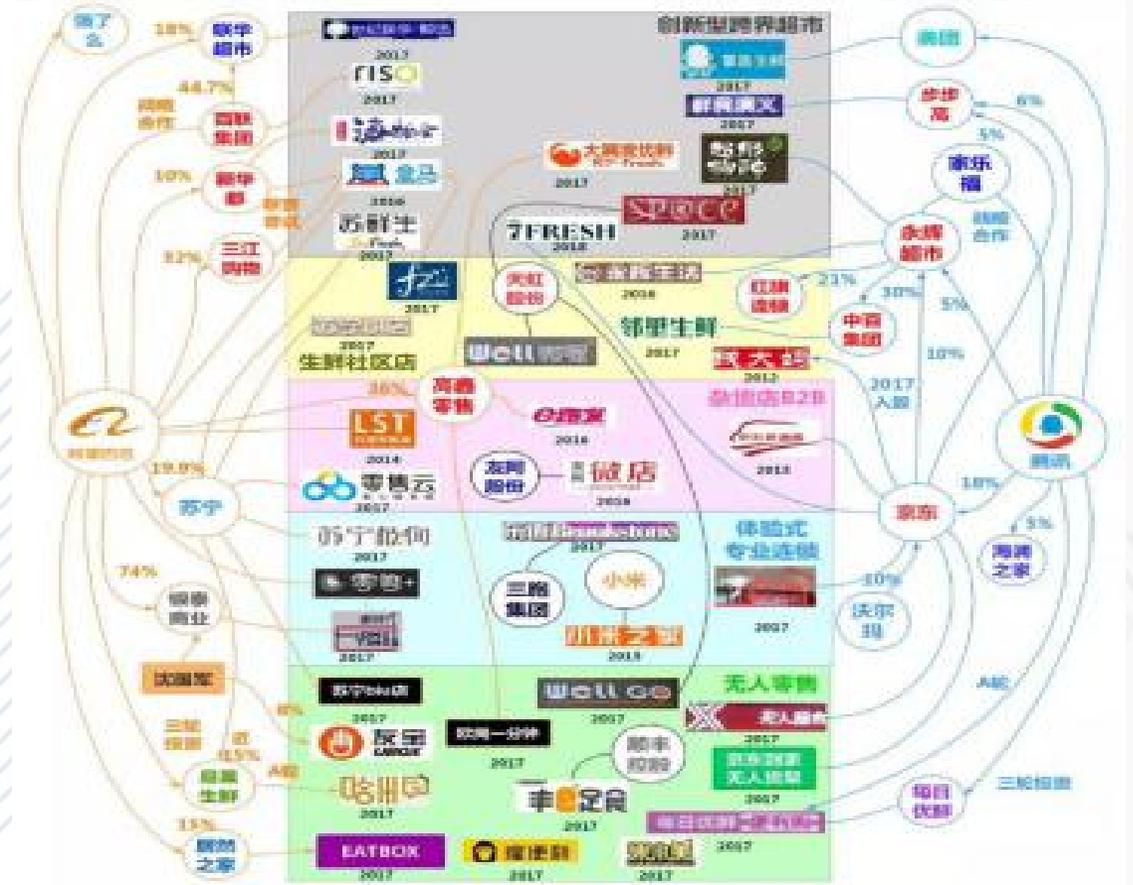


资料来源：前瞻产业研究院整理

主要有四大类企业投资布局新零售行业，分别为传统零售企业、大型商贸企业、房地产企业、互联网企业。

2016年，新零售战略提出之后，阿里巴巴零售部分布局明显加速；腾讯也成立了专门的智慧零售部门，并且把京东、永辉作为了两大抓手。目前，阿里与腾讯阵营的队友京东稳坐榜单前两位；依托资本、流量与技术支持，布局新零售生态。苏宁则通过多样化的新业态、新技术尝试，涉足无人零售、便利店等热点领域，丰富零售版图，排名第三；小米新零售生态自成体系，依靠八大新零售战略，位居第四。

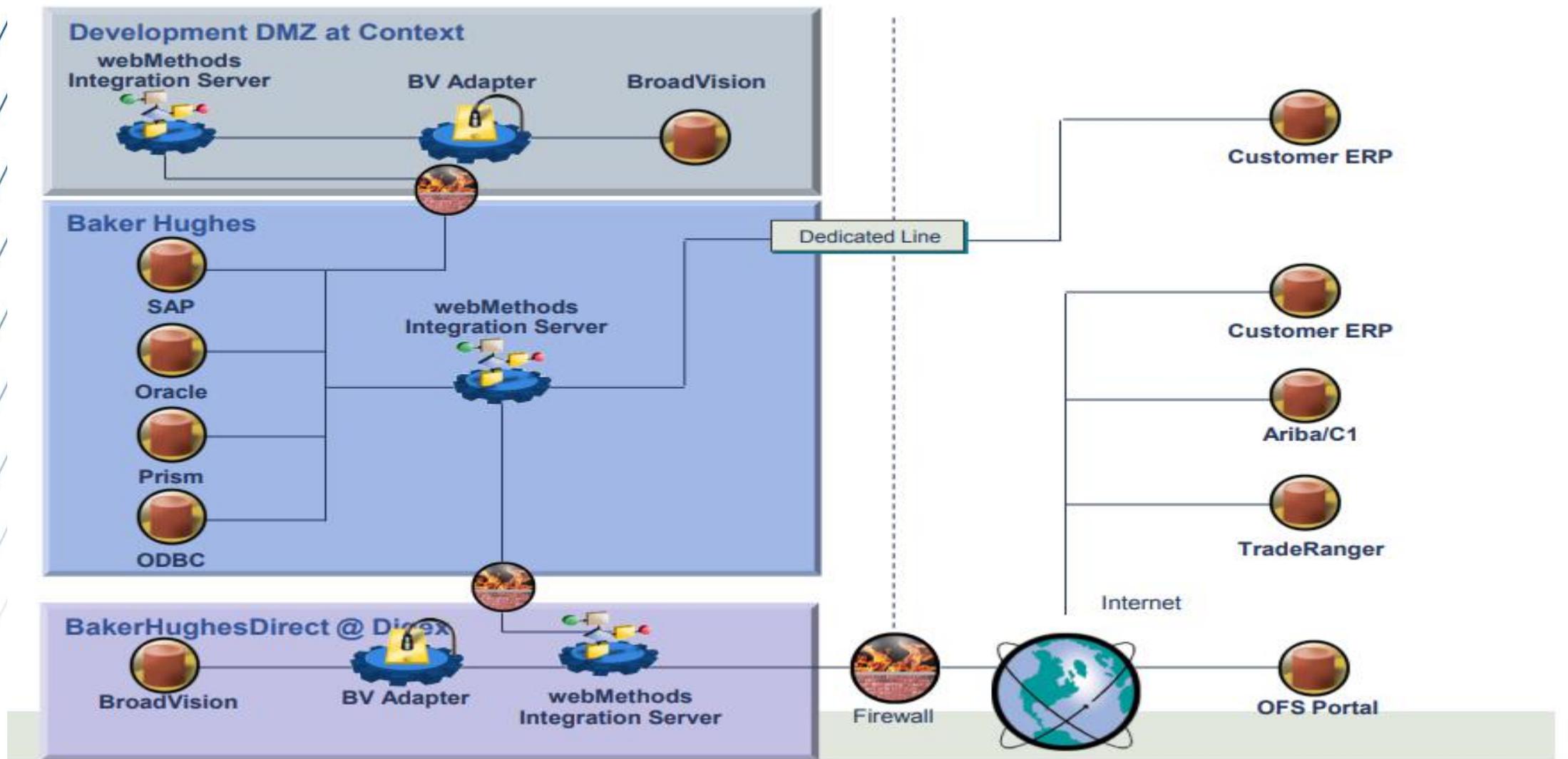
阿里腾讯新零售总体布局图



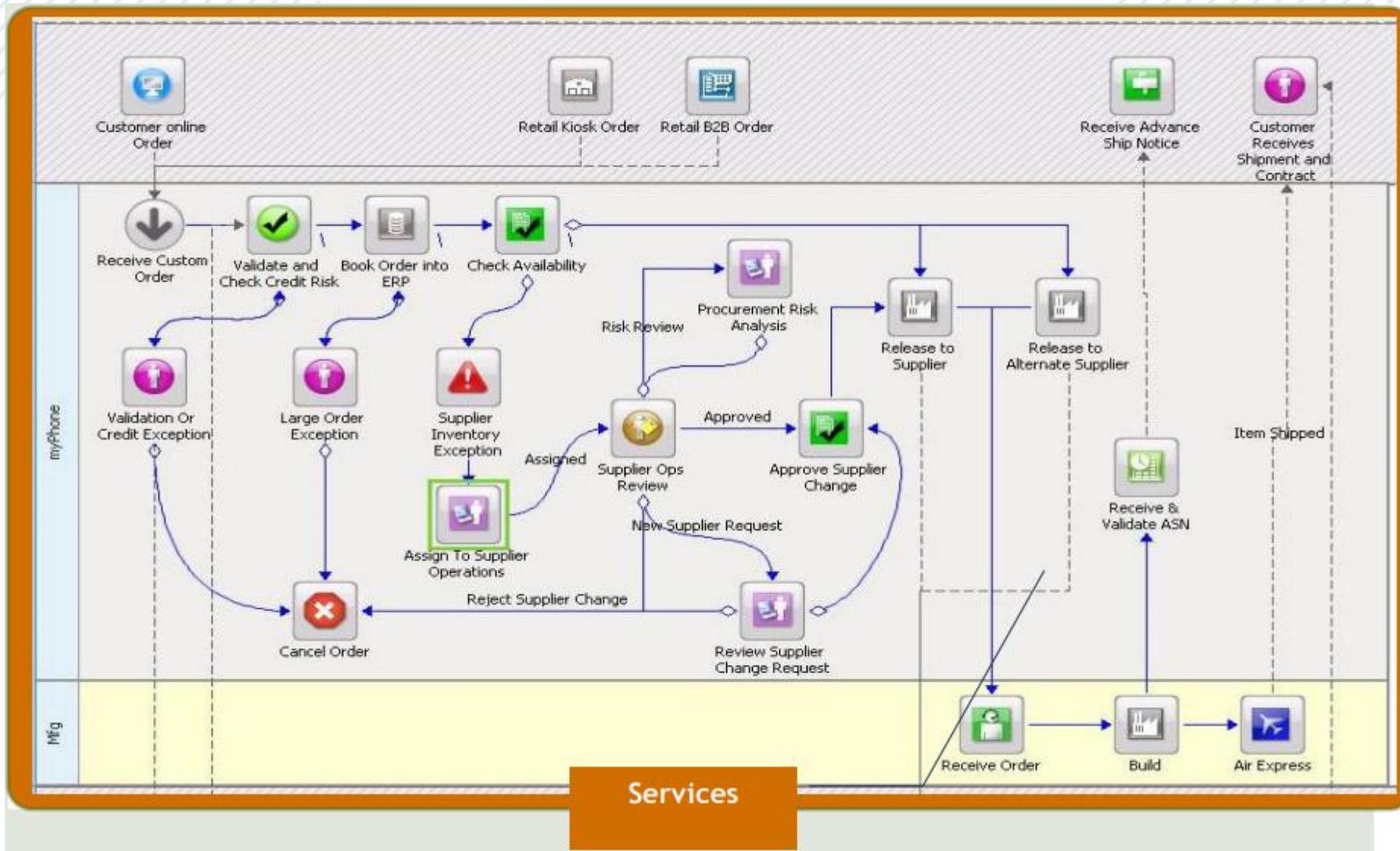
02

BPM的发展历程、价值趋势与选型

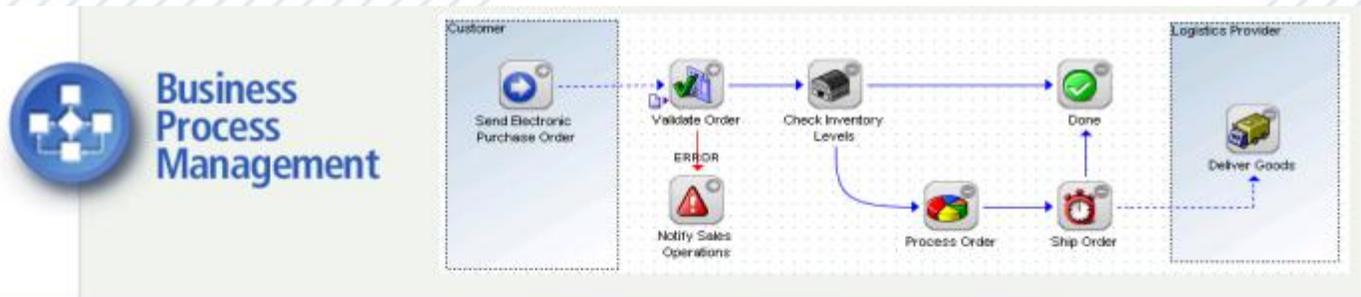
第一阶段：画流程+



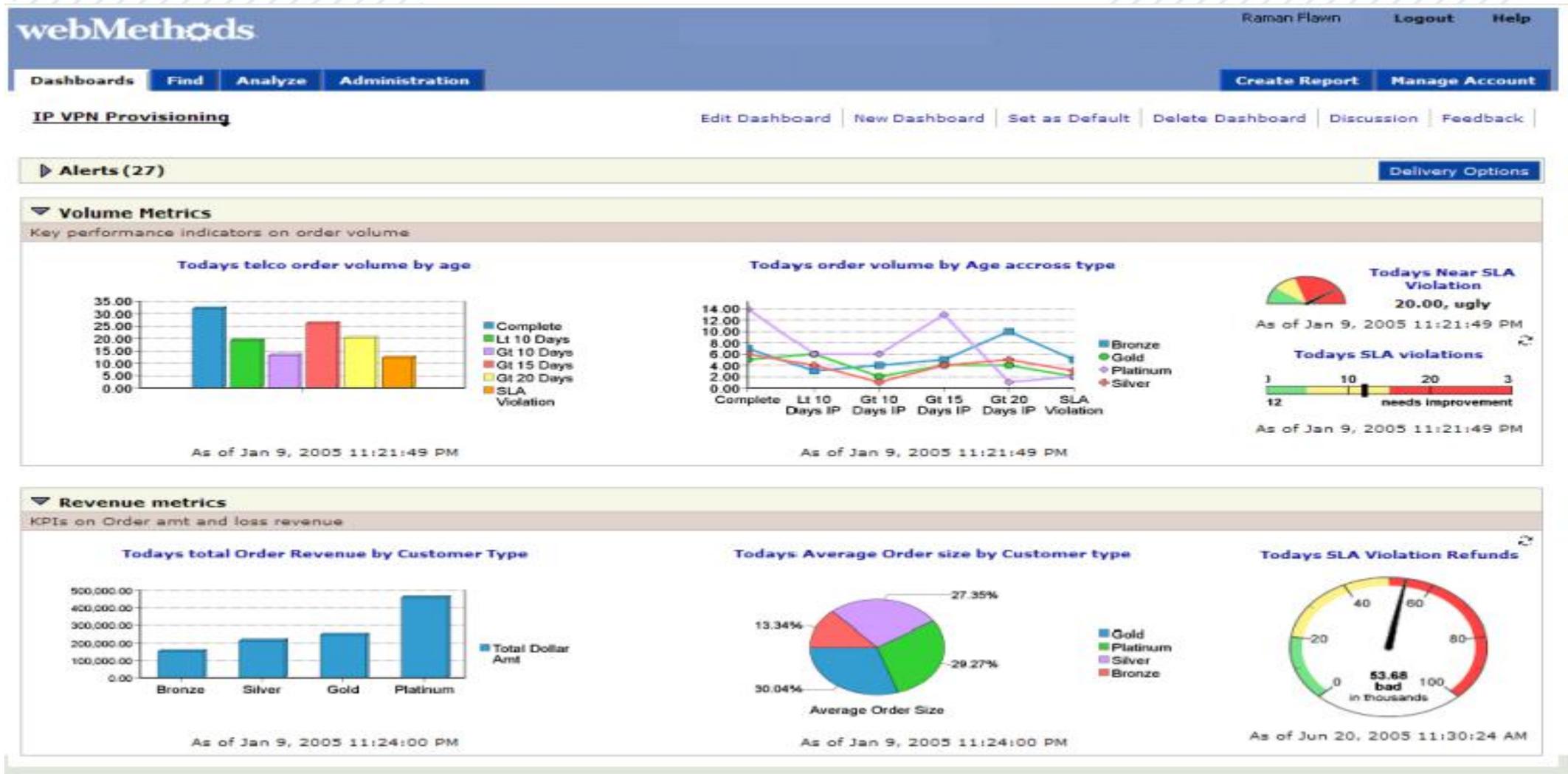
第二阶段：图像化+



第三阶段：流程集+



第四阶段：流程电子化+



真的，假的
两张皮，一张皮
熟知，非真知
一张皮，换皮烦

未来：融合9大特性，为企业数字化建设销减门槛

深度云生态体系，为企业提供全方位的信息化智能服务



标准模板库：为企业快速应用提供模板支持



开放式OpenAPI：为企业个性化业务提供扩展能力



多样化部署：为企业提供专属的低代码开发平台



DevOps支持：为企业信息化建设提供开发、测试、部署、上线的流水线化的生产方式



钉钉深度集成：为企业提供全方位的移动化服务



弹性计算：为企业核心业务提供高可用性与稳定性服务保障



插件扩展体系：为企业提供更多产品级原生开放能力，定制企业个性化服务



运维监控体系：与企业或第三方运维监控平台集成，为系统提供运维支撑

应用场景模板库-为企业快速应用提供模板支持

基于低代码（零代码）应用平台，提升企业应用系统构建效率**60%**以上

业务分类

- 全部业务
- 抗击疫情专题
- 销售市场
- 供应链
- 政企服务
- 人事行政
- 客户共创

行业分类

- 全部行业
- 工程建设
- 智能制造
- 客户共创

全部行业



快易CRM
客户、销售、订单
免费



绩效考核
绩效、考核、KPI
免费



合同管理
合同、违约管理
免费



任务管理
任务、汇报
免费



采购管理
采购管理 供应商
免费



费控报销
费控、报销
免费



培训管理
培训
免费



车辆管理
车辆、用车
免费



供应商管理
供应商
免费

能力 08

能力 06

能力 04

能力 02

数据

钉钉深度集成，为企业提供全方位的移动化服务

钉钉产品深度集成，为企业提供全方位的移动化服务



所见即所得，拖拽表单设计能力



低代码应用服务平台5大核心价值

深度支撑企业五类业务场景，实现企业数字化运营，驱动智能决策

以业务为中心的敏捷式运营 **1**

通过图形化的界面设计和少量代码扩展即可快速构建业务应用，替代企业原有的烟囱式业务系统，高效支撑企业规模化创新，推动企业敏捷发展。

以流程为中心的协同式管理 **2**

为企业实现端到端业务流程管理，连接企业后台专业系统解决数据孤岛问题；以角色为中心的流程平台串联和驱动企业员工、事务之间的高效协同，减少人员、部门、组织间沟通成本。

以服务为中心的中台赋能 **3**

云枢通过业务服务建设，为企业构建业务中台，实现业务价值最大化沉淀，基于平台快速形成支撑前台业务端的能力，让企业整体运营和创新效能得到有效提升。

以数据为中心的智能化转型 **5**

联合阿里云提供全方位的智能联合解决方案，通过数据集成、数据应用、报表智能、阿里云等AI能力接入，为企业提供智能化服务。

以连接为中心的产业链协同 **4**

通过多组织集成服务，为企业提供跨内、外组织协同能力，快速连接企业上下游，帮助组织实现生态在线、高效协同。



03

大型零售连锁企业数字化突围实践

01 创始人的发心

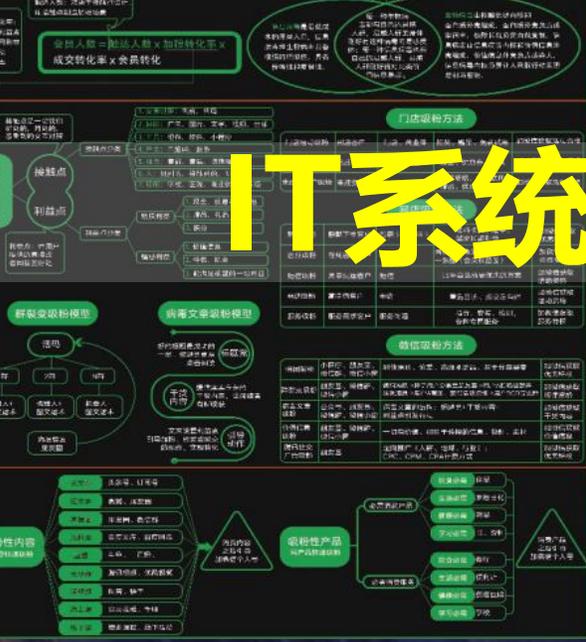


企业文化包括
创始人的人格魅力
企业愿景
企业使命
企业价值观
企业精神

02 品牌体系规划



05 粉丝运营



03 社群团队规划



04 IT系统规划

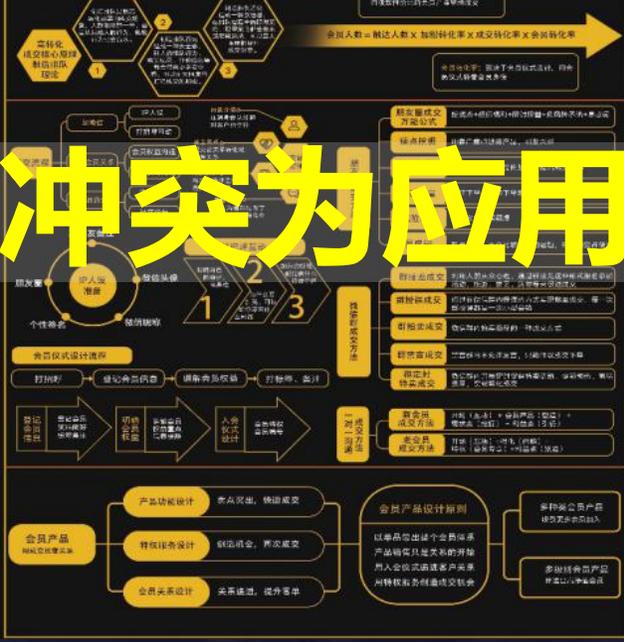


未来IT系统顺从未来的经营模式



IT系统为盈利点直接获取服务

06 客户运营



07 会员运营



08 合伙人运营



IT系统冲突为应用程序的获得感服务

ODC

不守住流量就是零售失去灵魂.....

私域流量知识图谱

1.0

【为什么私域流量火了?】

01 区别传统获客信用驱动决策降低获客成本

02 减少传统电商平台依赖精细化运营

03 当代红利、逆袭巨头量“便捷”的通道

私域流量 可以反复利用免费多次触达的用户流量是自己

公域流量 需要花钱买而且越来越贵，一次性使用，流量是平台的

流量来源	流量属性	购买因素	品牌忠诚度	交易环节	
公域流量	购买	一次性	产品销量/价格高低/粉丝数量/广告效果	低	陌生人
私域流量	买入+导入	重复利用	熟人推荐/产品口碑/粉丝粘性/信任程度	高	熟人/半熟人

私域流量 运营、用户、口碑、产品复购

微商 运营、代理、拉人、拉人头

用户思维 产品变现 VS 代理费变现

商业思维 弱载体 个人IP 单向传播为主 VS 强载体 微信群 企业微信

【私域电商案例】

- 云米: 10万+老用户转化为私域流量, 社交电商模式提升销量
- 云集: 4年上市, 宝粉私域流量, 市值超30亿美元
- 花姐: 从电商用户到私域粉丝, 淘宝宝盒+包裹卡片引流
- 完美日记: 彩妆黑马, 素人博主布局微信个人号、朋友圈, 社群复购高达, 直播+大促, 抽奖持续转化复购

【微信个人号是私域流量池的最佳载体】

搭建流程: 引流、留存、裂变、复购、社群、分销、种草、营销

头像: 真人头像 统一IP形象 真人与品牌相结合

昵称: 拟人名称+品牌或产品名称 易读、易记、有特色

背景页: 产品简介

【定位三种运营模式】

- 购物助手:** 一对多沟通, 话题专家, 私人伙伴
- 运营者画像:** 注重性价比/购物频次高/受众广泛, 品牌超级粉丝, 行业认知/专业技能/成为客户搭配师、营养师等角色
- 客户群画像:** 小品牌/新品, 大品牌/核心凝聚力知名度, 奢侈品/教育/健身
- 产品要求:** 内容规划 (品牌/品牌价值, 产品火爆程度, 个人生活, 段子, 个人创业感悟)

【如何打造高转化的朋友圈】

模板化朋友圈参考

周一	周二	周三	周四	周五	周六	周日
早起鸡汤	用户见证	生活	思考	新品发售	产品优势	生活
专业干货	粉丝互动	专业干货	新品发售	专业干货	粉丝互动	思考
粉丝互动	专业干货	新品发售	专业干货	用户见证	专业干货	社交
产品反馈	新品发售	产品介绍	读书运动	产品反馈	新品发售	趣闻

【如何打造高转化的朋友圈】

- 朋友化
- 建立档案
- 特殊待遇
- 利益驱动
- 超级用户小圈子

【线上流量来源】

简书、微博、58同城、豆瓣小组、知乎、小红书、知识星球、本地贴吧、美文、今日头条、荔枝微课

线下门店流量

同类型客户群异业合作, 门店周边辐射流量, 大众点评, 美团, 百度地图, 门店自然经过的流量

【门店如何设计一场引流活动】

明确活动主题, 打造诱饵, 设计裂变海报, 活动测试, 素材搜集, 活动跟进, 推广传播

【5种高效被动引流术】

- 电商短信/话术/引流
- 会员短信/话术/引流
- 软文/诱饵/引流
- 社群资料/引流
- 电商发货/售后/红包/引流

案例——如何用邮件半小时引流312人

精准定位, 批量提取, 转化, 引流

搜索并加入目标流量关键词的付费QQ群, 批量提取群成员QQ号, 群发邮件, 标题备注群友福利, 引流到微信的信息放在附件里

【筹备阶段】

社群定位: 获客型、转化型、会员群、课程群

社群公告: 让群成员知道你是谁(who), 为什么要听你讲(why), 接下来会发生什么(what), 什么时候发生(when)

【管理阶段】

管理类型: 强管理, 弱管理

别让微信群变成僵尸群

完善群规: 1. 及时清理广告、垃圾信息, 严格执行; 2. 不定期重申群规, 巩固大家对规则的认识; 3. 群成员的审核要把好关

如何让微信群维护是商品: 1. 一天至少三次互动; 2. 维护群员的主动性; 3. 在群里制造话题, 引发讨论

不同的社群模式

- 邀请制:** 只有群主可以邀请, 确保入群的人自带高价值
- 推荐制:** 群成员有固定推荐名额, 既能筛选新人, 也有助于新人快速融入
- 任务制:** 集赞、转发朋友圈, 邀请好友关注公众号等, 提高准入门槛
- 付费制:** 适合付费课程使用, 保证群内都是付费学员, 赋予专属身份
- 付费制:** 需要成员提供一定的身份证明材料, 经审核才能加入

死群 - 不要让用户“无事可做”

废群 - 让用户“听你的话”

无效群 - 抓住“高质量内容”

无感群 - 让用户“为你说话”

【传统漏斗模型】

关注、兴趣、渴望、记忆、购买

【裂变增长漏斗模型】

关注、兴趣、渴望、购买

常见裂变变分类

- 拼团类:** 1分钱抽奖团, 砍价团, 1元拉新团, 团长免单团, 新人助力团
- 邀请类:** 拉新送券, 分销返利
- 红包类:** 瓜分红包, 签到领红包, 饿了么红包分享
- 其他:** 每日优鲜“0元吃水果”、口袋咖啡馆

案例

- 知识付费卖课程: 比如网易精选课、新世相营销课
- 聚合平台卖会员: 比如三联会员卡
- 流量平台卖标品: 比如抖音着火起来的管茶家
- 连锁平台卖产能: 比如连咖啡「咖啡年轮」牌墙打击

分销模式: 通常见于 S2b2c 模式, 每个用户可以是一个小 B 端和分销渠道 / 适合毛利高的品类, 长期来看可为平台电商增加大流量入口 / 常见平台如云集、爱库存

超预期服务: 给予超预期的用户满意度, 只有让用户感受到超值的服务, 才能够对我们自身或者品牌产生更多信任粘性

维系管理: 当用户成为你的代理之后, 要给予代理政策, 加强培训体系

忠诚用户变核心代理: 复购赢得信任, 哪怕只是很小的单子, 只要是对方从我们这购买了, 就会持续不断的产生信任; 要方便信任, 让用户知道你通过这个项目真正的赚到钱了, 才会激发他的销售欲望, 能够更好的信任你, 服从你

【时间轴】

2016年 企业微信正式亮相

2018年4月 企业微信正式亮相

2018年10月 企业微信正式亮相

2019年3月 可选用企业微信添加对方

【企业微信日常运营】

与客服建立联系: 导购专属二维码, 可带参, 追踪效果; 手机号搜索主动添加; 添加原有微信好友; *个人主页可展示品牌小程序+最新活动+优惠券

【运营管理能力】

- 企业自建内容库
- 快速回复
- 企业群发
- 个人群发工具

【运营案例】

- 相宜本草:** 推出“美丽助手”, 直接连接顾客样品二维码, 扫码领取; 业绩提升, 实时可靠
- 珍爱网:** 企业微信认证员工身份, 提升信任值; 高端会员在线建档, 提升客户体验
- 天虹:** 导购用企业微信添加顾客, 打通CRM数据精准营销; 员工离职, 数据不流失, 将员工离职无缝交接
- 索菲亚:** 贯穿1个月服务周期, 从售前、售中到售后全流程; 企业微信直接收款, 资金安全可靠

离职继承

换店/调岗继承

导购联系客户统计

前台

更多私域流量资料 扫描二维码获得

【*知识图谱内容整理自网络仅为分享学习用途, 版权归原作者所有】

新

未来对应的前台新计算模式助力新零售门店数字化变革

改数字化供应链



构建了以数据中心为数据交互和整合的供应链信息系统，将各个节点进行连接

改数字化营销



上线以顾客忠诚管理(CRM)、铁杆粉丝营 (Fans) 和顾客终身价值 (CLV) 系统实现了数据整合

改数字化门店



不要人工最后确认支付成功
要自助支付服务，提升消费感受，



通过数字化变革大幅提升配送效率，减少门店配送次数至N次



通过数字化闭环，针对到店频率和客单价不断进行营销方案的优化



7-11首家无人门店X-Store在台湾开业，只需刷脸即可完成购物，大陆完全能做得更好

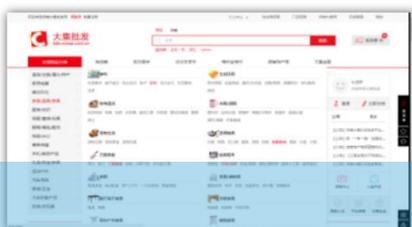
新

未来对应的中后台总体规划设计 | 云中台功能图

各产品线与功能模块的示例图如下：

酷铺商城B2C

IOS\Android\H5\Web



酷铺批发B2B

IOS\Android\H5\Web



酷铺到家O2O

IOS\Android\H5



大集会员APP

IOS\Android\H5



拣货终端

Android



地推终端

IOS\Android\H5



云POS

Windows\触屏\键盘



云店铺

Android\Windows



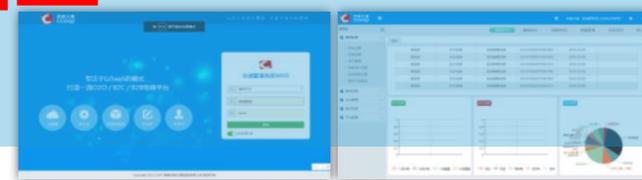
无人店终端

视觉识别+ID自助服务



WMS

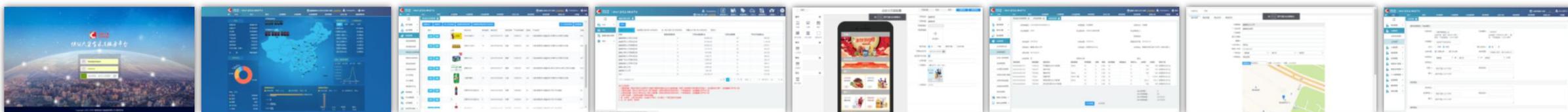
Web+PAD



· 已经预备技术扩展性

全渠道云中台

(一体化后台管理)



新零售实体门店的信息化重新设计架构与变化

1800+



营销价值核心是共识

币

分



内容



圈子



价值

• 营销用庞氏架构，不用庞氏操作



兴趣



游戏

利益唯一性

合伙性

分享性

价值增值性

技术扩展性

以内容（衣、食、住、行、穿、娱乐等）、兴趣、圈子、游戏和价值社交，全球化布局。

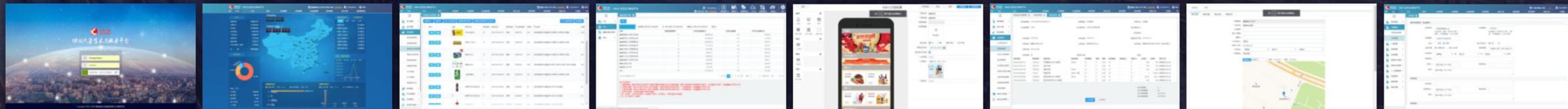
靠谱 ? !

中台
总结
1

用户，订单，库存三项能做好已经是好中台



全渠道云中台



中台的发展方向

预测中台

BCG与谷歌携手研究，以销量预测为核心的智慧供应链、智能运营大脑等场景预计能为企业带来7-9%的营收增长，是人工智能核心应用场景

实时销量预测	T+1滚动预测	T+7滚动预测
T+月滚动预测	新品预测	趋势预测
促销预测	季节预测	经济预测
销量归因	流失预测	挽留预测
商品排序预测	广告预测	成本预测

运筹中台

排班优化、路径优化、库存优化、选品、定价、履约、物流等方面急需运筹决策中台，为保障企业标准化管理的同时提供个性化的服务

动态定价	促销定价	智能规划
排班优化	骑手路径优化	物流路径优化
仓库存储优化	捡货优化	实时派单
品类优化	履约规划	简历筛选优化
分流规划	运营策略优化	客诉优化

模拟仿真中台

打造“全供应链，多场景”的协同仿真方案，可将供应链的各个环节统一建模，并将供应链和营销等上下游打通，同时分典型场景打造通用的仿真方案。

仿真组件	场景组件	各类预置场景
环境模拟系统		
决策系统		
决策优化中台		
算力优化平台		

预测平台为各种决策和规划提供输入和评估依据

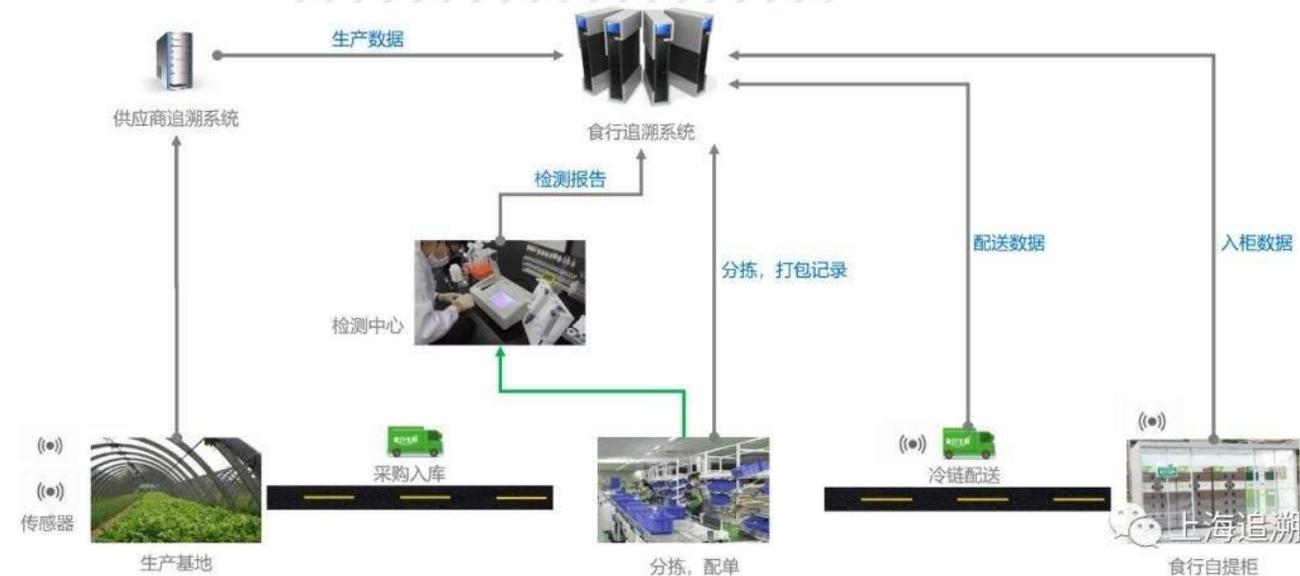
优化平台为应用场景提供优化决策方案

仿真平台评估预测优化的效果并评估模型的优劣

生鲜农产品渠道 - 送的准

生鲜电商的渠道变革：各个环节的追溯以及准

后



足漏入口・登別温泉一登別駅前												
足漏入口	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NC
8:00	8:58	9:20	10:10	10:50	12:00	12:50	14:50	16:15	16:55	-	-	-
8:01	8:59	9:21	10:11	10:51	12:01	12:51	14:51	16:16	16:56	-	-	-
8:02	9:01	9:23	10:13	10:53	12:03	12:53	14:53	16:18	16:58	-	-	-
8:04	9:02	9:24	10:14	10:54	12:04	12:54	14:54	16:19	16:59	-	-	-
8:08	9:06	9:28	10:18	10:58	12:08	12:58	14:58	16:23	17:03	18:58	-	-
8:09	9:07	9:29	10:19	10:59	12:09	12:59	14:59	16:24	17:04	18:59	-	-
8:11	9:09	9:31	10:21	11:01	12:11	13:01	14:21	16:26	17:06	19:01	-	-
8:13	9:11	9:33	10:23	11:03	12:13	13:03	14:23	16:28	17:08	19:03	-	-
8:15	9:13	9:35	10:25	11:05	12:15	13:05	14:25	16:30	17:10	19:05	-	-
8:17	9:15	9:37	10:27	11:07	12:17	13:07	14:27	16:32	17:12	19:07	-	-
8:18	9:16	9:38	10:28	11:08	12:18	13:08	14:28	16:33	17:13	19:08	-	-
8:22	9:20	9:42	10:32	11:12	12:22	13:12	14:32	16:37	17:17	19:08	-	-
8:23	9:21	9:43	10:33	11:13	12:23	13:13	14:33	16:38	17:18	19:09	-	-
8:25	9:23	9:45	10:35	11:15	12:25	13:15	14:35	16:40	17:20	19:12	-	-

上冠以外の登別温泉登別駅前行き												
登別駅前	登別	登別	登別	登別	登別							
8:01	8:48	7:00	7:23	7:32	8:10	8:50	9:05	9:50	-	-	-	-
8:13	8:57	7:12	7:35	7:44	8:22	9:02	9:17	10:02	-	-	-	-
8:25	9:10	7:25	7:48	7:57	8:35	9:15	9:30	10:15	-	-	-	-
8:37	9:22	7:37	8:00	8:09	8:47	9:27	9:42	10:27	-	-	-	-
8:49	9:34	7:49	8:12	8:21	9:00	9:40	9:55	10:40	-	-	-	-
9:01	9:46	8:01	8:24	8:33	9:12	9:52	10:07	10:52	-	-	-	-
9:13	9:58	8:13	8:36	8:45	9:24	10:04	10:19	11:04	-	-	-	-
9:25	10:10	8:25	8:48	8:57	9:36	10:16	10:31	11:16	-	-	-	-
9:37	10:22	8:37	9:00	9:09	9:48	10:28	10:43	11:28	-	-	-	-
9:49	10:34	8:49	9:12	9:21	10:00	10:40	10:55	11:40	-	-	-	-
10:01	10:46	9:01	9:24	9:33	10:12	10:52	11:07	11:52	-	-	-	-
10:13	10:58	9:13	9:36	9:45	10:24	11:04	11:19	12:04	-	-	-	-
10:25	11:10	9:25	9:48	9:57	10:36	11:16	11:31	12:16	-	-	-	-
10:37	11:22	9:37	10:00	10:09	10:48	11:28	11:43	12:28	-	-	-	-
10:49	11:34	9:49	10:12	10:21	11:00	11:40	11:55	12:40	-	-	-	-
11:01	11:46	10:01	10:24	10:33	11:12	11:52	12:07	12:46	-	-	-	-
11:13	11:58	10:13	10:36	10:45	11:24	12:04	12:19	13:04	-	-	-	-
11:25	12:10	10:25	10:48	10:57	11:36	12:16	12:31	13:16	-	-	-	-
11:37	12:22	10:37	11:00	11:09	11:48	12:28	12:43	13:28	-	-	-	-
11:49	12:34	10:49	11:12	11:21	12:00	12:40	12:55	13:40	-	-	-	-
12:01	12:46	11:01	11:24	11:33	12:12	12:52	13:07	13:46	-	-	-	-
12:13	12:58	11:13	11:36	11:45	12:24	13:04	13:19	14:04	-	-	-	-
12:25	13:10	11:25	11:48	11:57	12:36	13:16	13:31	14:16	-	-	-	-
12:37	13:22	11:37	12:00	12:09	12:48	13:28	13:43	14:28	-	-	-	-
12:49	13:34	11:49	12:12	12:21	13:00	13:40	13:55	14:40	-	-	-	-
13:01	13:46	12:01	12:24	12:33	13:12	13:52	14:07	14:46	-	-	-	-
13:13	13:58	12:13	12:36	12:45	13:24	14:04	14:19	15:04	-	-	-	-
13:25	14:10	12:25	12:48	12:57	13:36	14:16	14:31	15:16	-	-	-	-
13:37	14:22	12:37	13:00	13:09	13:48	14:28	14:43	15:28	-	-	-	-
13:49	14:34	12:49	13:12	13:21	14:00	14:40	14:55	15:40	-	-	-	-
14:01	14:46	13:01	13:24	13:33	14:12	14:52	15:07	15:46	-	-	-	-
14:13	14:58	13:13	13:36	13:45	14:24	15:04	15:19	16:04	-	-	-	-
14:25	15:10	13:25	13:48	13:57	14:36	15:16	15:31	16:16	-	-	-	-
14:37	15:22	13:37	14:00	14:09	14:48	15:28	15:43	16:28	-	-	-	-
14:49	15:34	13:49	14:12	14:21	15:00	15:40	15:55	16:40	-	-	-	-
15:01	15:46	14:01	14:24	14:33	15:12	15:52	16:07	16:46	-	-	-	-
15:13	15:58	14:13	14:36	14:45	15:24	16:04	16:19	17:04	-	-	-	-
15:25	16:10	14:25	14:48	14:57	15:36	16:16	16:31	17:16	-	-	-	-
15:37	16:22	14:37	15:00	15:09	15:48	16:28	16:43	17:28	-	-	-	-
15:49	16:34	14:49	15:12	15:21	16:00	16:40	16:55	17:40	-	-	-	-
16:01	16:46	15:01	15:24	15:33	16:12	16:52	17:07	17:46	-	-	-	-
16:13	16:58	15:13	15:36	15:45	16:24	17:04	17:19	18:04	-	-	-	-
16:25	17:10	15:25	15:48	15:57	16:36	17:16	17:31	18:16	-	-	-	-
16:37	17:22	15:37	16:00	16:09	16:48	17:28	17:43	18:28	-	-	-	-
16:49	17:34	15:49	16:12	16:21	17:00	17:40	17:55	18:40	-	-	-	-
17:01	17:46	16:01	16:24	16:33	17:12	17:52	18:07	18:46	-	-	-	-
17:13	17:58	16:13	16:36	16:45	17:24	18:04	18:19	19:04	-	-	-	-
17:25	18:10	16:25	16:48	16:57	17:36	18:16	18:31	19:16	-	-	-	-
17:37	18:22	16:37	17:00	17:09	17:48	18:28	18:43	19:28	-	-	-	-
17:49	18:34	16:49	17:12	17:21	18:00	18:40	18:55	19:40	-	-	-	-
18:01	18:46	17:01	17:24	17:33	18:12	18:52	19:07	19:46	-	-	-	-
18:13	18:58	17:13	17:36	17:45	18:24	19:04	19:19	20:04	-	-	-	-
18:25	19:10	17:25	17:48	17:57	18:36	19:16	19:31	20:16	-	-	-	-
18:37	19:22	17:37	18:00	18:09	18:48	19:28	19:43	20:28	-	-	-	-
18:49	19:34	17:49	18:12	18:21	19:00	19:40	19:55	20:40	-	-	-	-
19:01	19:46	18:01	18:24	18:33	19:12	19:52	20:07	20:46	-	-	-	-
19:13	19:58	18:13	18:36	18:45	19:24	20:04	20:19	21:04	-	-	-	-
19:25	20:10	18:25	18:48	18:57	19:36	20:16	20:31	21:16	-	-	-	-
19:37	20:22	18:37	19:00	19:09	19:48	20:28	20:43	21:28	-	-	-	-

生鲜如何做到像日本公交车一样

准时 保鲜

品质鲜-品牌+质量：品质与质感 光，色，香，味，大小

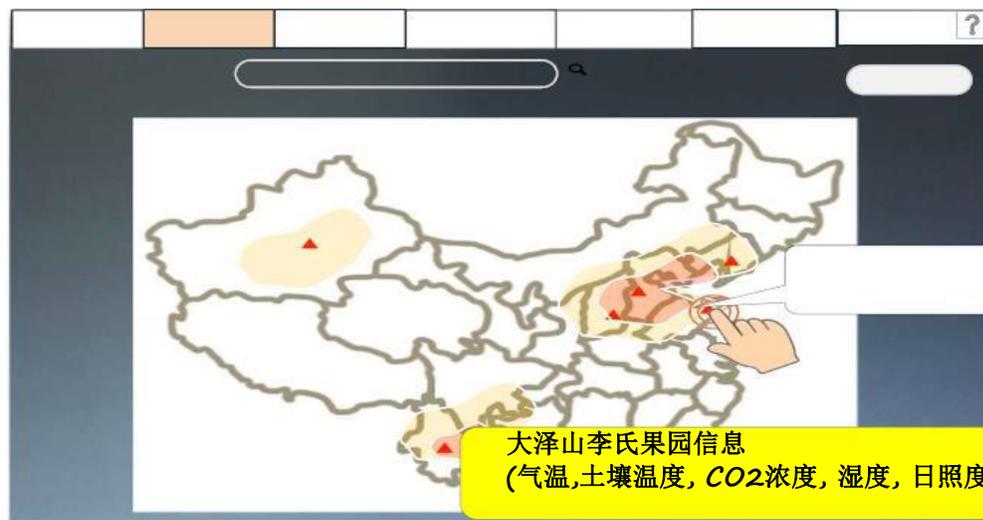
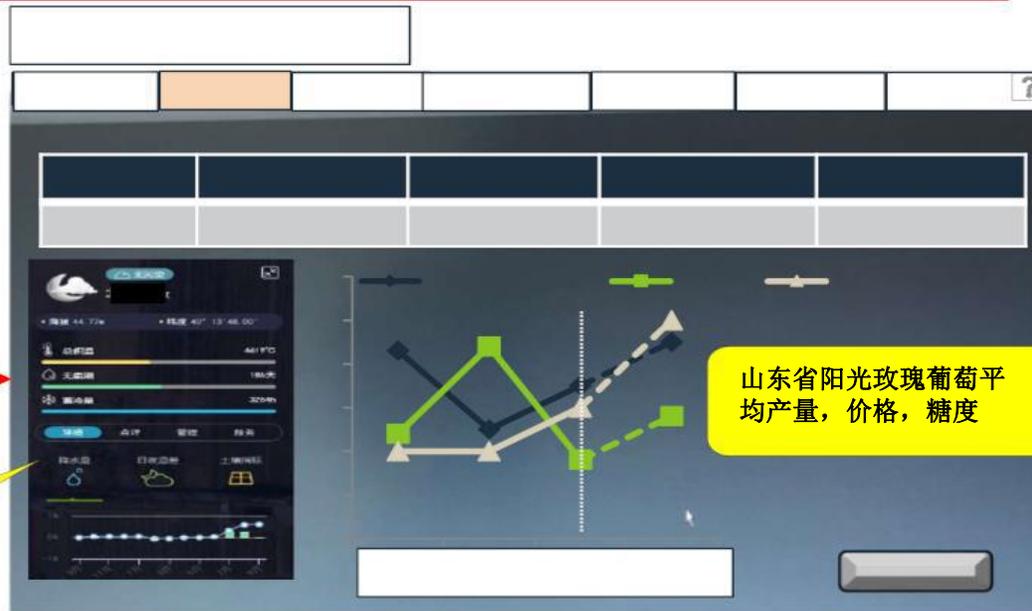
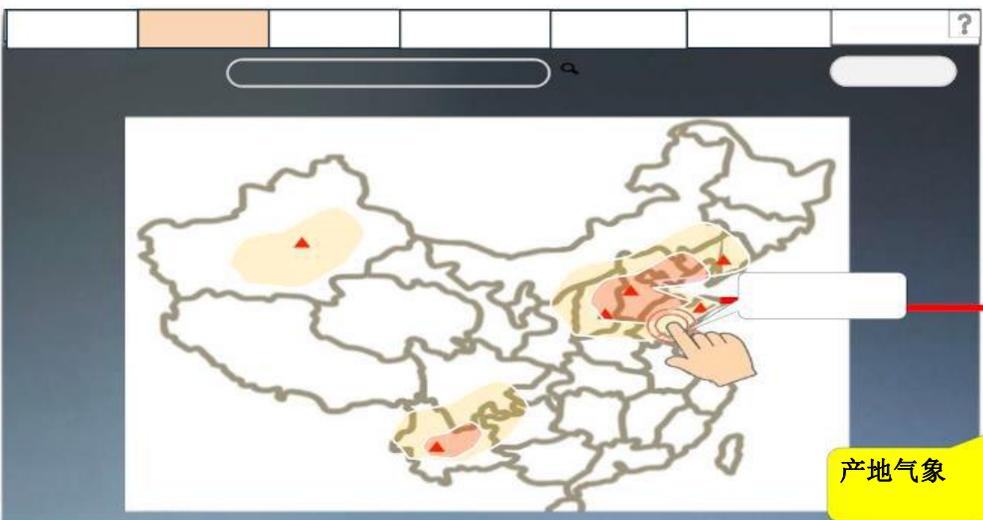
Proprietary and Confidential Information -

智能供应链

农作物收成预测信息平台

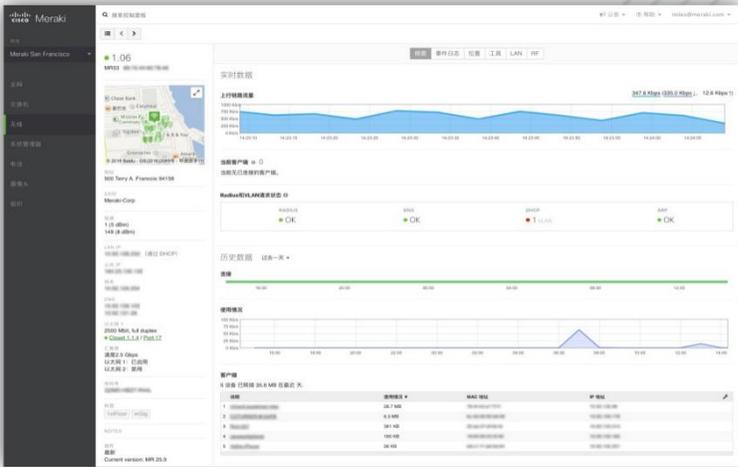
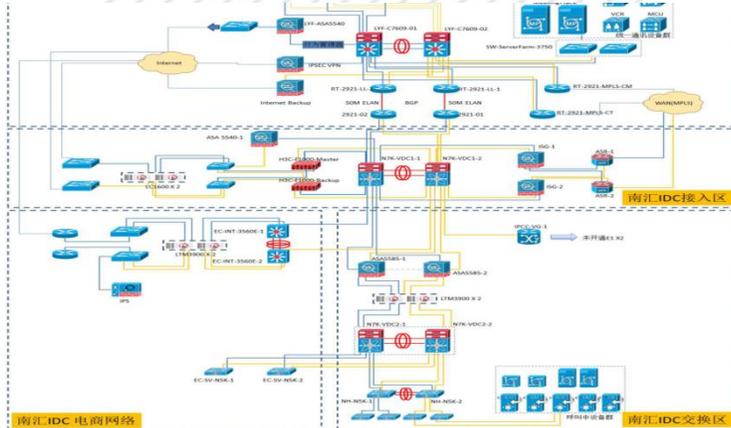


网络应用程序（生产地区）



基础建设值得 (云+二手)

基建
总结



Q&A

THANKS!