

饿了么数字化升级助锦州打造“三公里生活圈”

本报记者 刘大毅 文并摄



饿了么不但能送外卖,也可以送新鲜食材、生活百货,足不出户尽享方便。



商家通过与饿了么的短期合作,已经感受到了线上流量带来的巨大红利,为当地经济提振献力。

核心提示 家住锦州市古塔区滨河花园的王女士近期突然意识到,全家的生活正发生显著的变化。而这源自她9岁女儿小花的一篇作文。“每天早饭都能吃到不同的特色小点心,晚饭也经常能吃到我喜欢的鱼虾,有一次我告诉妈妈想吃桃子,没多久就有一个叔叔送上门。我最喜欢周末了,去游乐场再也不用排着长长的队伍买票……”

这篇小学三年级学生作文中所描述的,正是眼下饿了么平台携手锦州各商家努力打造的“三公里生活圈”。在这个生活圈里的居民,只需一部手机,即可在短时间内在家门口收到美食和生鲜等一切生活用品,在去娱乐场所前即可完成点餐和购票,不用带现金、不用承担购物车之重。“三公里生活圈”的出现,可以说是锦州在本地生活整体数字化发展并促进居民生活水平提升方面的一个缩影。

数字化加速服务 锦州迎来发展良机

据了解,今年1月,饿了么口碑针对本地生活服务商家推出“暖冬计划”,计划在2019年实现“3个100万”:给100万商户提供完整的数字化升级解决方案;在三线以下城市服务新的100万商户上线;新增100万个工作岗位。

本地生活服务形成新的经济增长点,使得新职业、新岗位涌现,饿了么日前宣布计划再招超过5000名新员工,这得益于其本地生活服务的迅猛发展,随着企业高速增长所带来的用人需求。

在接受媒体专访时,阿里本地生活服务公司总裁王磊表示:本地生活服务平台要做的是“授人以渔”,努力把工具做好,把服务做好,成为数字化的源头活水,通过互联网技术、大数据技术、物联网技术等,更好地赋能商家,帮助商户用数字化升级来赢取全新的红利。

为积极回应商务部发布的《2018国内网络零售发展报告》中重点提及

的“行业数字化”与“布局中小城市”,饿了么近期开始加速服务锦州商户和用户,推动当地数字化建设,带来更多优质服务。

“目前锦州2200家品牌餐饮店铺中有1/3上线,平均每单送餐时间为26.5分钟。今年前3个月,锦州外卖订单量和交易额分别同比增长64%和85.7%。下一步,我们将推动更多商家完成数字化建设,为市民提供更多更优惠的消费选择。”饿了么口碑锦州负责人对记者说。

的“行业数字化”与“布局中小城市”,饿了么近期开始加速服务锦州商户和用户,推动当地数字化建设,带来更多优质服务。

商家纷纷合作 线上线下全面赋能

当然,居民生活习惯的变化,也为当地市场催生了更多商机。烧烤是锦州餐饮的招牌,今年35岁的马文强是当地小有名气的“烧烤大厨”。他告诉记者,6年前外卖进入锦州,刚开始只有半夜有人点,后来啥时候都有人叫。锦州居民生活所发生的数字化变革,不断冲击着马文强对于餐饮行业经营模式的固有理解,“除了外卖,我也看到有越来越多的小店在争相开通使用手机点餐、在线预定、线上运营等互联网餐饮经营工具,而其中许多店开通后的收入多了近一倍。”

深思熟虑后,看到商机的马文强开起了“主要卖线上”的烧烤店。门店在饿了么平台上线一个月,月销近3000单,仿唐代的装修风格,还让线

下堂食店也成了当地的“网红”店,“经常有人从饿了么上找过来,拍照拍一天”,马文强说。

线上做生意,线下做营销,让马文强尝到了甜头,谈及未来一年规划,他说马上准备开第二家店,今年内准备开到五家分店。“希望能做成连锁餐饮品牌。”马文强定义自己为“小城逆袭青年”,“现在正是时候开创自己的事业,家乡机会不错,我不想出去了,留下来跟家乡随着这一波数字化升级浪潮,一起‘逆袭’。”

饿了么口碑提供的大数据支持,不仅为单个商户带来了看得见的降本提效,也提升了锦州整体商圈的服务水平和人气。其中,锦绣前程、家乐汇和万达等核心商圈已通过饿了么口碑

的服务,完成了数字化升级,上线商家比例已达到75%左右,锦州人幸福的“三公里生活圈”正逐步实现。

不仅新店风生水起,锦州知名商家纷纷开始和饿了么合作。品牌商户“好媳妇”是一家知名粥铺,2016年上线饿了么后,双方积极配合,外卖订单量保持在月均7000多单。锦州市民喜爱的“小超人豆浆”品牌,通过上线饿了么,新增外卖消费场景,还带动了线下堂食的增长。

此外,饿了么还赋能传统菜场经济,越来越多的本地菜场开始“触网”,上线外卖业务。目前,锦州饿了么菜场订单占全平台订单比重为10%,并且逐月递增,深受锦州市民喜爱的“锦嘉惠市场”2018年订单同比增长数倍。

本地品牌获新生 为商户节省成本

“饿了么不仅针对我的具体情况提供了营销活动,还经常有人来帮忙梳理我的外卖业务,教我如何打包餐品,还帮我分析经营数据。现在,店里生意越来越好,也更有信心了。”许多商户经营者向记者表示。

据了解,饿了么工作人员每天都会对商户进行走访,不断帮助他们转变营销思路,甚至帮助他们在线下通过铺设物料提升门店视觉外观,在线上制定针对性的“满减活动”和流量引导,许多品牌的影响力已明显提升。

“我开这家店5年了,此前我们的服务模式很传统,客人到店之后,需要服务员一对一服务,对于餐饮小店来说服务成本增加,服务时长增加,常有客人等得不耐烦。与饿了么合

作以后,和饿了么工作人员一起,不断调整自己的经营思路,提升了出餐、打包的速度和餐厅整体的忙时效率。”商户负责人高林说。

借助饿了么能够精准推送的特点为自己的小店赋能,正逐渐成为当地许多小商户的共识。

“才开店的时候,我们自己做宣传还是比较难,小生意不会有太多宣传费用,只能不停地发动身边的人发朋友圈,效果不好,还欠着人情。”与高林情况相同,经营甜品屋的陈曦也想到了饿了么。“去年我们在饿了么上线之后,外卖订单很多,它会给小商家做引流。比如我们店铺下面就会有古塔区小吃口碑第几名这样的推荐,对于我们这样的商家来说这个背书还是很有用的。”

数字经济催生高月薪就业机会

随着商户供给不断提升,业务量迅猛增长同样拉动了锦州市场对骑手需求的增长,而骑手们的收入更是出现了质的飞跃。

“薪资待遇:认真干4000-6000元/月;努力干6000-8000元/月;使劲干8000-10000元/月。”不久前,一则饿了么蜂鸟配送招聘启事刷屏当地人的朋友圈,“锦州拥有月薪上万的蓝领岗位”颇受当地市民关注。

每当有朋友来打听,已经是配送“老兵”的王立耐心地分享自己的心得。作为一名退役军人,在饿了么进驻锦州之初,王立就被这种“为人民服务”的就业机会深深吸引。凭借军人的优秀素质和为他人奉献的品格,王立很快成了片区有名的“单王”。“实际上,每个月‘单王’的工资都不止一万元。”提到骑手工资,王立难掩骄傲,“在我们这样的小城市,一个月一万元的收入,不用两年就可以考虑买房了。”

在锦州,家人一起做饿了么骑手的情况也屡见不鲜。其中关灵和关心就是去年底加入饿了么的“父子骑手”。起初,两人一直在外地开长途车,常年奔波十分劳累,希望可以找一份在锦州的工作,看到在饿了么做

骑手的儿子收入不错,于是父亲也加入骑手大军中。关灵向记者表示,“能回到锦州,兼顾了家庭和工作。做骑手的收入也比较高,我儿子一个月下来有8000元左右,我有6000元。”父子工作的铁北站点负责人表示,骑手岗位带动了本地人就业,该站点的骑手70%都是锦州本地人,此外还有来自附近县城的骑手。据悉,目前锦州全市饿了么骑手约为600人,平均月工资为5000元,今年计划骑手规模将达到千人以上。

“未来,我们还会逐步在锦州招聘更多互联网平台运营及市场推广人才,并且给他们提供更好的培训。”饿了么锦州负责人刘博表示。通过加大投入、扩容市场和数字化赋能,未来锦州还将直接在蜂鸟配送骑手、本地生活平台运营、市场推广等领域持续增加就业,并间接拉动包括餐饮、零售、生活服务从业人员就业。

饿了么东北区负责人表示,持续高歌猛进的背后,是饿了么对锦州数字化升级的坚定信心,“就业是经济真正的晴雨表,我们希望通过持续增加锦州的就业机会,释放出更大的经济潜力。”

“讲文明树新风”公益广告

中国精神 中国形象 中国文化 中国表达

中华河山

美哉壮哉

春风驿马飞快
 天光云影徘徊
 青山飞瀑深意
 荡我心中尘埃
 感念造物有情
 中华一何伟哉

坤宁



此造物者之奇事也 子瞻