

【案例 1-1】陪伴家庭消费新升级，国美全零售平台全面发力

党的十八大以来，中国经济社会发展全面进入转型升级期，人们的消费偏好从数量型、粗放型逐渐转向质量型。同时，消费创新升级也迎来了蓬勃发展新阶段，消费结构升级加快，消费品质明显提升。

为了更好地服务千万个家庭、提升中国家庭生活品质，国美从消费端着眼，打通全品类供应链，以改善家庭消费结构和提升家庭消费品质。

在“家·生活”战略第二阶段，为满足家庭消费者一站式需求，国美加速供应链的延展升级，打破边界，从电器、家装、家居、百货向更大范围扩展。国美企业发展及投资者关系总经理张景行表示，经过多年持续地完善供应链，国美已实现“家电、家用、家居、家装、家服务等满足‘家·生活’消费需求的全品类商品和服务的组合拉通”。

在供应链选品上，国美一方面推出了真选标准，以此为依据打造买手团队，为用户提供更具性价比的真选商品；另一方面与诸多品牌建立战略合作关系，满足消费升级时代家庭对于品牌的认同感。此外，国美还运用大数据优势，与各大知名品牌进行独家定制，以 C2M 反向定制模式满足消费者的个性化需求。目前，国美平台全品类 SKU 已达到 200 万量级，涵盖家电、食品酒水、服饰鞋包、家居家装、日用百货、母婴玩具、美妆个护七大类目，精准覆盖了家电与家用赛道。

在消费升级浪潮冲击下，线上、线下加速融合，消费新场景、新业态、新模式纷纷涌现，不仅零售业面临着业态的全面升级，家庭消费者的体验感也成为零售业关注的焦点。

当前，国美正在依托全零售共享生态平台，对全链条、全服务进行全面数智化升级，通过线上、线下一体化打造全场景，带给用户便利触达与无界体验。

作为线上交易总平台，真快乐 App 通过“一店一页”网格化、本地化技术，为消费者精准展示就近门店的产品信息，带来全量交易与便捷体验。

“线下门店要给客户提供的不仅仅是销售场所，更是新品展示与发布的场景，甚至是社交空间的打造。消费者到店后，可以试用要买的商品，体验与电子科技互动的场景，享受门店专门打造的聚会、聊天的社交空间。”国美控股高级副总裁黄秀虹表示，在国美门店，“逛街”这一简单的行为已经升级为全方位的场景体验。门店增加了直播间，主播可以在此直播，与客户现场交流、互动。

当前，服务消费正在成为推动居民消费持续升级的重要力量，零售业服务标准的提升迫在眉睫。通过将直播技术、虚拟现实技术和专业导购深度融合，国美推出了视频导购服务，让导购服务更加专业、有温度；通过将大数据、数字围栏技术和物流服务结合，推动物流服务实现“准时达”和“闪店送”，形成差异化物流服务价值。此外，国美管家将物联网、人工智能技术和管家服务结合，建立起一整套服务体系，持续升级覆盖产品全生命周期的家庭管家服务，让售后服务更贴心。

资料来源：《中国经济导报》，2022 年 7 月 20 日，内容有改动。