



国美35周年庆
12.22-1.4

国美“家·生活”战略进入新阶段

“真快乐”APP打造零售新样板

国美集团以服务国家战略、贴合民生需求、引领行业趋势为目标,面对新消费、新零售、新趋势下的零售结构,在成立35周年之际积极创新求变,打造以线上平台“真快乐”APP为核心的“全零售生态共享平台”。

今年10月,“真快乐”APP重点升级“乐”和“购”两个板块,开启营销新模式,以商品和服务的专业经营,赢得消费者信赖,通过全场景融合和营销,提升消费者购物体验 and 参与度。

“购”的升级

真选商品形成经营闭环 严选好店打通全链路服务

今年,国美线上平台以“真快乐”APP为第一主场,定位“线上购物广场+本地生活服务+内容社交”,打造共享共建品质购物新生态。围绕“购”的升级,“真快乐”APP聚焦“真选”“严选”两大领域。

在“真选”方面,“真快乐”APP推出“真选商品”频道,频道内真选商品均从“数据维度”“溯源维度”“产地维度”“体验维度”四个方面进行选品。创新量化选品全流程,确保真选商品品质控制。在为消费者提供有品质的商品同时,也赋能供应链及平台商家不断提升商品品质,实现从供应端到消费端的双向升级。同时,在打造热门产品、提升热度的同时形成经营闭环,让平台和商家、消费者实现共赢。

针对“严选”,“真快乐”APP推出“严选好店”频道,保障单品的全生命周期服务,通过高服务标准为商家提供具有竞争力的接口、创新的经营模式和产品平台,打通全链路服务,实现服务升级。“严选好店”推出“4+N”服务标准,旨在提供全程无忧服务,即低价无忧、服务无忧、运费无忧与退货无忧,进一步促进“真快乐”APP品

质商品供应链的完善和升级,赋能共享共建平台建设。

同时,“真快乐”APP推出一系列垂类领域商品专业频道,推出全程导购,以共享、交互、科技为特色,满足消费者全场景、全流程需求,满足商户共享基建、共享渠道的需求,提供一站式、有温度、便捷的服务。

在规范发展专业买手方面,“真快乐”APP与中国商业联合会制定了《零售买手选品规范》团体标准,成为督促买手新业态良性发展的规范标准。“真快乐”APP率先落实,以系统规范培养专业买手,通过独家专享、好货低价、新品首发三个维度选商品,让消费者轻松购成为现实。

以真选商品形成经营闭环,以严选好店打通全链路服务,“真快乐”APP努力提升用户消费体验,更好服务中国家庭美好生活,助力经济发展。

“乐”的亮相

聚焦赛事 创新购物平台社交模式

聚焦日益多元化的消费需求,“真快乐”APP重点关注年轻消费群体,推出“乐”板块。通过推出“赛事”平台等特色功能,升级“直播”“短视频”“笔记”频道的内容,打造“真快乐”APP全新内容社交平台。

其中,“赛事”平台作为“真快乐”APP“乐”板块的重中之重,定位为社交/赛事/内容平台,让赛事更易发起、更广参与、更多分享,为美好生活精彩开赛。

今年10月,“真快乐”APP发起“晒出美好生活,赛出精彩人生”活动。该赛事围绕乡村振兴、全民健身、冰雪运动、国潮文化、中国

品牌等美好生活正能量主题,由各领域知名人士担任发起人,邀请网友晒出多姿多彩的美好生活。

借助“乐”板块的多种玩法,“真快乐”APP开启购物平台社交创新模式,致力于成为年轻消费者表达自我的全新平台窗口。

“家·生活”战略重要一环

全零售生态共享平台势能激活

改版后的“真快乐”APP,通过“购”与“乐”的相互融合、相互赋能,产生了协同倍增效应,实现销售与消费全链路、多维度的融合。

而这背后,离不开国美全零售生态的互相支持与赋能,具体分三个方面。其一,通过打通会员、数据、积分的共享平台模式以及营销模式等为商家赋能,降低商家营销成本,提高触达与转化效率;其二,以传统节日、各类赛事为触发点,利用“直播/短视频”等方式,营造轻松有趣的消费氛围,激发用户消费潜力;其三,通过视频导购重新定义销售各环节交互场景,实现由传统消费向新型消费的升级。

“真快乐”APP升级改版的系列举措,是国美“家·生活”战略第二阶段迈出的重要一步。在成立35周年之际,国美以“真快乐”APP为核心,打造全零售生态共享平台,借助“零售+服务+内容社交”的新经营模式,实现“人、货、场”闭环,国美“全零售生态共享平台”的战略势能正在不断激活。

全心为你,全新出发。35年市场洗礼,让国美更具韧性,也更加眼光长远、步伐坚定。后起争先的“真快乐”APP也将作为国美“家·生活”战略的重要一环,努力为消费者带来“真选真低价”的品质商品与“够朋友,赛起来”的生动体验。

数据来源:国美真快乐电子商务科技有限公司



“真快乐”APP改版试运营发布会现场