



GOLDEN WINGS

金翼大赛

绿色供应链赛道

<b>案例名称</b>		生鲜追溯应用-从源头到餐桌的生鲜安全
<b>参与方</b>	<b>申报企业</b>	万家数科商业数据有限公司
	<b>应用企业</b>	华润万家有限公司
<b>申报奖项类别</b>		绿色供应链
<b>案例核心要素</b>		商品一码溯源、生鲜信息透明化、提升食品安全保障
<b>应用企业推荐语</b>		生鲜追溯项目的上线，将生鲜的源头、采收、检测等集于一体，是上游供应商、零售终端和下游顾客的信息桥梁纽带，增加了企业与用户之间的信息交流。

# 生鲜追溯应用背景

## 行业痛点

- ◆ 生鲜商品信息不透明，消费者难以了解商品来源与质量，导致信任缺失。
- ◆ 复购率低，消费者对生鲜品牌的忠诚度不高，影响企业长期发展。

## 目标用户

- ◆ 关注食品安全的家庭用户，对生鲜品质要求高，注重健康饮食。
- ◆ 年轻中产群体，追求高品质生活，愿意为优质生鲜支付更高的价值。

## 应用目标

- ◆ 把控质量，实现全流程可追溯，降低风险，优化供应链。
- ◆ 简化业务操作，实现一物一码精准溯源。
- ◆ 增强客户消费体验，提升品牌形象。

# 生鲜追溯应用介绍

## 溯源+科普双链路

- 检测报告（硬核数据）提升信任感，消费者可直观看到商品检测结果。
- 科普文章（软性内容）增强用户黏性，通过知识分享建立品牌权威。

## 技术载体

- 物联网技术实现一物一码，实现精准溯源。
- 全链路溯源，从产地到销售的每个环节都可追溯，确保信息透明可信。

## 数据情况

- 数据整合，对接50余家供应商，生鲜溯源sku达2000+个，参与溯源门店200+家。
- 低成本赋码，单件商品赋码成本低至0.01元，显著低于行业平均成本，提高经济效益。

# 传播效果



## 社交媒体裂变

用户查看检测报告页面，分享公众号链接超50万次。

消费者对溯源信息的信任促使他们主动分享，扩大品牌影响力。



## 品牌信任度提升

第三方调研显示，消费者对品牌信任度提升21%，品牌价值显著提升。

可信的溯源技术和优质内容生态共同作用，增强消费者对品牌的信任。



## 其他

供应链效率优化，供应商交付周期缩短15%，流程透明化带来效率提升。

生鲜产品质量事故降低20%，有效减少因产品问题导致的退货和损耗。

01

02

03

# 触达数及转换率



## 扫码触达用户

日均扫码量峰值突破5万次，单店单日最高扫码用户超500人。  
通过数据分析优化码位布局，实现“高疑虑品类→高扫码需求”的精准匹配。



## 公众号引流转化

扫码用户中35%关注公众号，科普文章平均阅读量2万+。  
公众号推送农残检测报告解读，引导用户跳转小程序商城。



## 复购率提升

定期发布“溯源产地直播”等视频，用户观看后7日内复购率提升32%。  
参与用户复购率较普通用户高26%。

## 营收增长

**生鲜品类销售额**  
上线3个月同比提升28%，远高于同期  
非追溯商品的12%增长率。  
溯源技术提升了消费者对生鲜品质的  
信心，促进购买行为。



### 客单价提升

扫码用户客单价高出普通用户19%，消费  
者更愿意购买高价值生鲜。  
优质信息和服务提升了用户对品牌的认可  
度，愿意增加消费。

# 其他正向营销数据



## 供应链协同优化

- 接入追溯系统的供应商达50+家，合作粘性提升，续约率同比增加22%；
- 因数据透明化，供应商订单履约准确率提升至99.2%（原95%），退货率下降18%。
- 门店生鲜损耗率降低12%（数据实时监控优化库存）；
- 人工质检成本减少30%（数字化报告替代纸质流程）。



## 消费者行为与品牌资产

- 消费者调研显示，73%用户认为“华润万家生鲜更安全”，品牌差异化认知强化。
- 公众号粉丝中40%主动订阅“每周检测报告”，内容打开率超45%；



## 政策与社会影响力

- 该项目分别获得“集团卓越EHS奖”、“CCFA零售技术创新奖”、“中国质量技术与创新专业级成果奖”等多项荣誉，同时受到省市各级领导的肯定和媒体的关注。



## 可持续发展赋能

- 追溯系统推动80%供应商采用环保包装，减少塑料使用量，倡导绿色消费。
- 项目覆盖200+贫困县农产品，助力农户增收15%，入选乡村振兴典型案例。