

消费视窗·聚焦消费升级新趋势③

线上线下加速融合,新型业态惠民便民——

商业新模式激发消费新活力

本报记者 齐志明 张文

核心阅读

智能结算、自助售卖、即时配送……近年来,我国各类流通市场主体一方面积极跨界经营、发展综合服务,另一方面加速应用先进信息技术、实现线上线下融合发展,有效提升供给能力,不断拓展便民消费新场景,满足了多样化、便利化、品质化消费需求

融合——

聚合多种业态,增进情感连接

岁末年初,伴着冬日暖阳,位于江西南昌市西湖区万达广场的西西弗书店内咖啡飘香,家住西湖区朝阳新城的市民杨璐和朋友经常相约在这里,手捧中意的咖啡,翻阅心仪的书籍。她们还会在书店的生活创意空间选购一些文化创意产品,参加书店主题活动,报班学习插花技艺。

“相较于传统书店,我更喜欢这种新型书店。在外部环境上,装修时尚、文艺感十足;在内部业态上,读者除了能阅读、购买书籍,还能参加书店定期推出的读书会、作者分享会、花艺教学等活动,都很吸引人。”杨璐说。

近年来,“书店+”模式在各地流行,人们发现一些新型书店不是简单地售卖书籍,场景上多功能的设置给消费者带来别样的消费体验。

“实践证明,书店、商超等实体店通过聚合多业态、营造多场景,招徕的客流要远比单一业态更多,顾客的消费黏性也会不断增强。为此,我们一直鼓励连锁书店打造集文化展示、创意销售、影剧院等功能于一体的复合型图书零售业态和文化综合体,让文化消费供需两旺。”南昌市西湖区副区长牛浩说。

在星图金融研究院高级研究员付一夫看来,传统门店除了提供人们消费的场所之外,还可以通过各种科技元素的嫁接以及餐饮、娱乐等其他业态的融入,进一步提升消费者在购物过程中的参与感,让供需双方在情感共振与文化共鸣上建立起更多的连接,实现体验刷新与消费升级。

驱车来到宁夏南部的沙坡头高速公路服务区,淡雅的装饰让人眼前一亮。这里不仅开设特产展区,展示枸杞、葡萄酒等,而且还展示羊皮筏子等非物质文化遗产,并建起小型沙漠儿童游乐场,让在这里泊车小憩的人们不仅能远眺腾格里沙漠,而且能品茶、赏美食、赏非遗、买特产,带孩子玩耍。

“我们的目标是让高速服务区变成旅游的第一站。”宁夏同元交通资产管理公司相关负责人介绍,去年公司投资435万元对自治区内14处高速服务区进行场景化改造,打造多样业态,实现从单纯的停车、加油、吃饭到特色文旅服务场景的升级,为游客提供更优质的消费体验,让高速服务区成为充分展示地方旅游形象的载体与窗口。

“擦玻璃、地毯清洗、油烟机清洗……春节期间,58到家推出了包含‘家庭保洁+擦玻璃+油烟机清洗’的大扫除套餐,保洁阿姨上门快、服务到位,过节也更省心了。”家住北京朝阳区八里庄街道的王欣瑞说。

岁末年初,家政服务需求大。58到家通过“58智慧家政系统”实现与全国家政服务人员直连,平台自动分配订单,并借助大数据算法将派单距离缩短至3公里以内,保障用户最快1小时享受到上门服务。

日前发布的“十四五”数字经济发展规划提出,“十四五”时期,要“充分运用新型数字技术,强化就业、养老、儿童福利、托育、家政等民生领域供需对接,进一步优化资源配置”。《规划》还提出,“加快



“要促进消费场景融合发展,这是激发消费新活力的重要途径。”中国宏观经济研究院对外经济研究所副所长王蕴认为,为支持和引导对传统商业设施进行场景融合改造,建议对相关市场主体给予一定改造补贴或采取税收减免等方式,提升市场主体改造升级的主动性,更好适应消费升级需求。

智能——

加快数字化改造,推进线上线下协同发展

当前,一个个数字化消费场景扑面而来,进一步激发了智慧零售新活力。

便利店数字化运营,让人们更省时省心——

最近,在北京朝阳区工作的李玉经常在连锁便利店便利蜂买早餐:“除了种类多、新品上市快、营养好吃,还能全程‘自动化’。”走进便利店,她在早餐柜台前电子屏上自助选餐。柜台另一边的工作人员收到订单,迅速将产品和结账二维码递出,李玉凭码在自助收银机上结账,快速高效。

便利店是最靠近消费者的零售业态之一,数字科技加速赋能便利蜂等新型便利店,从“自助点餐”“自助收银”,到“无接触服务”,让人们消费更智能。

1月17日,国家发改委发布《关于做好近期促进消费工作的通知》提出,推动实体商场、超市、便利店等数字化改造和线上线下协同,发展仓储会员店、“门店到家”服务等零售新业态,加快培育体验式、沉浸式消费新场景,提升消费智能化、便利化水平。

老百货开出新零售业态,惠及更多消费者——

1月8日,在江苏江阴市人民路上,银泰百货旗下的银泰云店开了一家名为“in-time365集合店”的新型百货集合店,80平方米的店内除了供体验的商品外,还设有3块数字化“云屏”,用户注册成为会员后,即可通过“云屏”下单消费。

银泰云店利用“云屏”的交互方式,通过银泰百货数字化平台,结合线下各种热门美妆、潮流服饰的试用,帮助消费者收获一站式购物体验。线上线下的商品同价,顾客下单后通过系统后台判断哪里直发最便捷。去年“双11”期间,银泰云店订单同比增长8倍。“一些知名品牌通过云店同步进入中小城市,让小城青年也能享受到与一线城市专柜无差别的商品和服务体验。”银泰百货云店负责人张蕾说。

王蕴认为,“十四五”期间,要坚持创新驱动,大力发展数字流通,加强数字基础设施建设,加速流通数字化智能化改造和跨界融合,推动国内贸易发展质量变革、效率变革、动力变革。

便民——

完善城乡多层次商贸网络,丰富便民惠民商业生态

鱼面、豆腐皮、羊羹……一道道地方特色美食,让凌晨时分的浙江诸暨市安华镇充满了活力。据统计,目前,镇上营业至深夜2点之后的“夜宵店”达70余家,日均客流超2万人次。以夜间餐饮为引擎,去年安华镇餐饮营收达2亿元,同比增长超过200%。

安华镇以“浙夜好·夜安华”为主题,推进“夜经济”小镇建设,打造“网红打卡”地标性平台,组织举办啤酒节、“夜间运动客厅”等活动,促进了夜间消费活力释放,带动就业5000余人。

1月24日相关部门发布的《“十四五”现代流通体系建设规划》提出,“推动区域商圈提升商业综合体、高端商务区等消费聚集区设施条件,打造潮流购物、夜间消费等特色商圈”。去年6月,商务部等12部门发布的《关于推进城市一刻钟便民生活圈建设的意见》提出,“鼓励商业与物业、消费与生活、居家与社区等场景融合,实现业态多元化、集聚化、智慧化发展。”当前,各地着力推动社区商圈建设,优化便民商业设施布局,让百姓在

推进商业数字化转型 促进消费提质扩容

齐志明 冯松毅

培育新业态新模式”,并要求“发展基于数字技术的智能经济,加快优化智能化产品和服务运营,培育智慧销售、无人配送、智能制造、反向定制等新增长点”。

呈现运动风格,融入镜黑、夜视、镂空等设计元素,乍一看是运动手表,其实是机械表。近日,曾生产出中国第一块手表的老字号——海鸥,在得物APP独家发售首个专为年轻人打造的全新潮表系列产品“喜型于色”,开启了海鸥首个年轻潮流

产品线,产品在春节期间受到不少年轻消费者喜爱。通过大数据分析,对年轻用户手表消费偏好进行精准“画像”,再把调研结果反馈给研发、设计与生产团队,最终实现供需对接更紧密。

“蓬勃发展的数字经济为更好畅通国内大循环提供了新机遇。”得物APP创始人兼首席执行官杨冰表示,电商平台要在消费数据和动态的潮流趋势研究、灵活的新品设计和供给、首发渠道与资源等各环

家门口消费更便利。

尝试“一店多能”,提升消费体验——

1月15日,江苏南京市孝陵卫商圈,苏宁易购首家家装家电家居服务“四位一体”门店正式落地。通过调整空间布局和展示形态等举措,整合家装、家电、家居三大商品品类,为消费者提供全屋家装定制、家电家政生活服务一站式解决方案。开业期间,这个店家套购订单占比近四成,较门店升级以前,总体销售增长40%,服务订单量增长334%。

“零售业升级要以用户为中心,将销售逻辑从‘提供单品’转变为‘提供一站式解决方案’,通过供应链和场景资源整合,提升消费者购物便利度和满意度,以体验和服务升级带动消费品质提升。”苏宁易购高级副总裁顾伟说。

创新商业模式,增强便民效能——

辞旧迎新之际,途虎养车北京姚家园店一片繁忙,到店车辆挤得满满当当,全店上下6名技师和工作人员一齐上阵,对工位上的车辆进行全面检测和维保。“春节期间正是用车高频期,抓紧来给车子做个检测和保养。线上预约,到店就可以养车,很方便。”家住北京朝阳区的孙光说。

今年春节,参与2022年“过年不打烊”的途虎养车工场店已覆盖全国200多座城市,通过“线上预约+线下履约”的创新商业模式,让人们用车养车更便捷、更实惠。

瓜子二手车提供一站式服务,消费者线上下单订车,平台送车上门。瓜子二手车联合创始人、高级副总裁王晓宇表示,线上车源供给多,给消费者充分的比价空间,二手车销量稳步增长。

付一夫建议,适应消费需求,各地要加快构建布局合理、业态齐全、功能完善、智慧便捷、规范有序、服务优质、商居和谐的便民生活圈,打造便民供应链,满足人们的消费需求,增加百姓生活舒适度。

上图:在上海街头,一家集合了艺术展览、画材、图书、生活家居、艺术衍生品、服装零售等多种业态内容的超级百货集合店,吸引不少市民前来打卡。

人民视觉

节与老字号品牌深度合作,释放老字号的商业潜力,推动形成“需求牵引供给、供给创造需求”的供应链良性循环模式,用数字经济助推国潮的“传承与创新”。

北京工商大学商业经济研究所所长洪涛认为,要坚持以数字化发展为导向,充分发挥我国广阔市场空间和丰富应用场景优势,充分释放数据要素价值,激活数据要素潜能,以数据流促进生产、分配、流通、消费各个环节高效贯通,推动数据技术产品、应用范式、商业模式和体制机制协同创新。

消费万花筒

本版责编:王珂

市场漫步

提升居民收入水平,实现居民收入稳定增长,需要多措并举,不断完善促进共同富裕的政策体系,让发展成果更多更公平惠及全体人民

国家统计局发布的数据显示,2021年全国居民人均可支配收入35128元,扣除价格因素实际增长8.1%,与经济增长基本同步。其中,城镇居民人均可支配收入47412元,比上年名义增长8.2%,农村居民人均可支配收入18931元,比上年名义增长10.5%。

居民收入的高低既反映市场主体的运行情况,又反映社会消费潜力的基本情况。2021年,我国最终消费支出对经济增长贡献率为65.4%,拉动GDP增长5.3个百分点。在疫情防控新冠肺炎疫情的背景下,我国居民收入稳定增长,有力激发了内需潜力,促进经济持续稳定恢复发展。

当前,我国经济发展面临需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力,传导到社会领域,有可能加大居民增收压力。提升居民收入水平,实现居民收入稳定增长,需要多措并举,不断完善促进共同富裕的政策体系,让发展成果更多更公平惠及全体人民。

提高劳动报酬在初次分配中的比重。劳动报酬是城乡居民收入的主要来源,近年来,我国劳动报酬在初次分配中占比有所提高,但仍然有较大的提升空间。2021年,全国居民工资性收入19629元,增长9.6%,成为拉动居民收入增长的重要动力。增加劳动报酬的前提是稳就业,要千方百计保市场主体,持续优化营商环境,进一步推进减税降费,减轻企业发展负担,让企业更多经营性收入转化为劳动者报酬。此外,还要健全就业公共服务,完善职业技能培训体系,不断提高劳动者的就业能力。

健全各类生产要素参与分配机制。建立健全统一的要素市场,畅通要素供求渠道。构建知识、技术等创新要素参与收益分配机制。深化城乡资源要素一体化配置体制改革,促进城乡资源双向流动,拓宽城乡居民增收渠道。

完善再分配调节机制,壮大中等收入群体。我国消费的主要生力军是中等收入群体,要加快健全覆盖全民的多层次社会保障体系,稳步提高社会保障水平。扩大优质就业岗位数量,提高就业稳定性和就业质量,推动中低收入群体加快向中高收入人群迈进。提高基本公共服务均等化程度,减轻居民家庭在住房、教育、医疗、养老等方面的支出负担,稳定消费预期。

多措并举提升居民收入,为释放消费潜力创造重要条件,为推动经济社会发展提供重要动力,这对全面促进消费、培育完整内需体系,加快构建新发展格局,具有重要的基础作用。随着经济社会不断发展,顺应人民对美好生活的追求,不断提升居民收入水平,能推动更优质商品、更高水平服务、更丰富精神文化产品走进千家万户,增强人们的获得感、幸福感、安全感。

市场资讯

“网上年货节”展现消费新亮点

杨翔宇

今年春节,很多消费者在网上置办年货、选购商品。“我平时工作比较繁忙,春节假期宅在家休息,买了一台投影仪,享受家庭影院的乐趣。”北京朝阳区居民曹连鸽说。春节期间,智能投影仪、无线吸尘器、扫地机器人等绿色、智能、健康、个性化等商品消费增长明显。

1月10日(腊月初八)至2月7日(正月初七),商务部会同中央网信办、工业和信息化部、市场监管总局、国家邮政局、中国消费者协会等部门,共同指导电商及相关企业举办“2022年全国网上年货节”,各地开展了丰富的配套活动。福建在“网上年货节”同期举办“2022电商主播大赛”,云南开设“一部手机游云南”“一部手机云品茶”等活动,山东青岛举办“品上合味 过喜庆年”上合特色商品展销……各地通过多种让利形式,加大促销、推广和服务力度,发放优惠券,开展满减、秒杀、直降等活动,让消费者得到实惠。

据商务大数据对重点电商平台监测,“年货节”期间,品质年货成为采购热点。“年货节”启动后的10天内,礼盒装食品、营养滋补品销售额明显增长,巧克力礼盒、黑芝麻丸同比分别增长67.4%、105.9%,半成品菜肴受追捧,预制菜销售额同比增长45.9%。智能清洁电器备受消费者欢迎,除螨仪、洗地机销售额同比分别增长40.1%、32.9%。家电消费品质升级,智能投影仪和智能按摩仪销售额同比分别增长89.5%和34.8%。个性化消费激发市场活力,全屋定制成为家装新趋势,商品销售额同比增长53.3%。文创产品、国潮商品网上消费走俏,博物馆文创产品、国潮商品、民族乐器、汉服销售额同比分别增长83.3%、72.4%、44.6%、32.9%。

今年春节喜逢北京冬奥会,消费者的冰雪热情被点燃,周边产品消费增长迅速。京东数据显示,近年来我国冰雪运动逐渐深入人心,消费增长显著,今年春节冰雪运动相关品类更是成为热销“新年货”,成交额同比增长超过3倍。