

消费视窗·提升供给体系 促进消费增长

主动拥抱新技术,打造新场景新业态

# 传统商场加快数字化转型

本报记者 王珂

商场是繁荣市场、保障就业的重要渠道。日前发布的《关于恢复和扩大消费的措施》提出,“加快传统消费数字化转型”“发展即时零售、智慧商店等新零售业态”。当前,消费不断升级,对商场提出了更高要求。紧跟需求步伐各地不少商场主动拥抱互联网、大数据等数字技术,加快建设智慧商场,打造新场景、新业态,为消费者带来全新体验。

顺应实体零售转型升级和数字化发展趋势,今年1月,商务部公布了全国首批12个全国示范智慧商圈和16个全国示范智慧商店,为智慧商店建设提供了经验模板。各地建设智慧商店有哪些新做法?消费者有怎样的新期盼?记者进行了探访。

## 新技术带来智慧消费新体验

华灯初上,北京市朝阳区三里屯商圈游人如织。步入其中,各式各样的“智慧”元素与人群频频互动,数字光影在夜幕中愈发夺目。

记者在现场看到,正值就餐高峰,商场内多家餐饮门店内的机器人忙碌起来,提示排队进度、引导消费者就餐,让等待的消费者少了一份枯燥。

在停车场出口也不用排队缴费,消费者通过小程序可以智能停车,查询免费停车时长、停车费用等情况,还可实现购物自助积分、积分换礼、代客泊车等功能。

类似的消费新体验,在三里屯商圈还有不少。在太古里南区广场北侧的一家化妆品店,一些顾客正在彩妆区AR(增强现实)“魔镜”前试妆,可以自主选择各种品牌的化妆品,也可以随心搭配眼影、眼线、唇彩等。“魔镜”能够展示化妆前后对比图,更清晰地展现妆容效果,为顾客挑选购买合适的化妆品提供参考。

商场和商圈是城市商业体系的重要内容,也是促进流通创新、培育新兴消费的载体。很多实体店适应消费升级需求新变化,加快运用现代信息技术,建设智慧商店,创新消费场景。

商务部办公厅印发的《智慧商店建设技术指南(试行)》提出,智慧商店是指运用现代信息技术(互联网、物联网、5G、大数据、人工智能、云计算等),对门店商品展示、促销、结算、管理、服务、客流、设施等场景及采购、物流、供应链等中后台支撑,实现全渠道、全场景的系统感知、数据分析、智能决策、及时处理等功能,推动线上线下融合、流通渠道重构优化,以更优商品、更高效率和更好体验满足顾客便利消费、品质消费、服务消费需求的商店。

走进江苏南京新街口苏宁易家旗舰店,在影音体验区,多个品牌的家电影音产品同场展示、同台竞技,既方便消费者选择,也带来沉浸式购物体验。此外,门店还引入家居产品和家装服务,结合门店直播,在线3D搭配等数字化场景,为消费者提供全套家庭场景解决方案。

智慧商场新体验有力拉动了消费。数据显示,7月28日至8月18日,南京新街口苏宁易家旗舰店客流同比提升56%,家电3C一站式智能化以旧换新订单量同比提升七成,绿色智能家电成为消费者购物首选,智能扫地机器人销量同比提升165%,智能洗烘一体机销量同比提升118%,节能冰箱销量同比提升73%。

新疆若羌县供销社主动对接各乡镇,与农户“一对一”签订农产品收购协议,以销定产,促进农产品规模化、标准化、订单化生产,实现从源头到餐桌的精准对接。

海南三亚市供销社将脱贫户的农副产品上架到德航供销农村电商平台,助力土鸡、蜂蜜、板栗等特色农产品打开销路。今年以来,该供销社常态化开展消费助农集市活动,通过“小集市”撬动“大市场”。

今年4月,中华全国供销合作总社办公厅、中华全国总工会办公厅印发《关于共同推进消费帮扶工作的通知》,就供销合作社系统、工会系统共同推进消费帮扶工作作出进一步部署。各地供销合作社联合各界力量积极行动,大力拓宽脱贫地区农副产品销售渠道,共同推动消费帮扶在巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接中发挥更大作用。

“今年我们又被选入‘832优选’专区,这



内蒙古呼和浩特市各大购物中心、百货商场加快数字化转型,创新消费场景,助力消费升级。图为玉泉区凯德茂购物中心,消费者正在选购化妆品。丁根厚摄(人民视觉)

## 数字化助推服务精准化

商场开展数字化转型,推进智慧化运营;购物中心尝试线上线下融合,拥抱云商模式;美术馆探索沉浸式场景,打造全新体验……走访市场一线,智慧商圈、智慧商店建设推动消费场景不断创新,呈现一些新趋势新特点。

商场门店场景加速数字化。“专门带着孩子来体验商场的裸眼3D屏,感觉就像置身科幻世界。”在陕西西安京东MALL沉浸式综合类消费商业体,消费者李莉说。这家4万多平方米的购物中心,从整体设计到交互体验都充满潮流与科技元素,成为当地消费市场的知名打卡地。商场的外墙打造了一块巨型裸眼3D屏,逼真的3D效果令人感觉身临其境。店内配有全息投影、VR装备、智能机器人、虚拟直播间、电路透明机房等科技装置及设施,让人耳目一新。

新场景是智慧商场建设的重点方向之一。在全国,不少商场应用5G、物联网、大数据、云计算、人工智能、虚拟现实等新技术,推动线上线下融合,实施全场景、全链条、全用户、全品类的数字化,深挖信息数据分析,促进价值转化,改善门店经营,提升消费者体验。还有一些商场注重创新线下应用场景,推进智能导购、智能停车、电子结算、自助收银、电子价签、智能支付、个性定制、虚拟试衣间等智能化、便捷化技术及其设施设备应用。

商场供应链加速智能化。在重庆来福士购物中心,智能控电、智能环境监测、能耗管理监测等智能运维系统的投用,极大降低了商场管理成本,提升了管理效率。“仅仅是空调和灯光的智能调控,就节约了

30%左右的能耗。”重庆来福士相关负责人说,商场还搭建了客流分析系统和会员管理系统,通过消费行为画像和分类,实现对几十万会员的数字化管理和服务。

作为流通环节的重要一环,提高效率、降低成本是智慧商场建设的重要考量。不少商场在数字化转型过程中,注重推动零售流通渠道重构,推广集采集配、统仓统配、反向定制等新模式,利用数据助力降本增效和价值转化。同时,强化物流支撑,推广自动订货、组货选货、智能盘点、前置仓、无人仓库,促进降本增效。

商场服务更加精准化。在上海豫园,打开“乐游豫园”微信小程序,就能一键获得导航、信息、互动、营销等综合服务。该程序上线以来,已整合几十个文旅点位和消费场景,涵盖游园导览、便民服务等板块,让市民游客更好享受“城市微旅行”的游览体验。

智慧商场建设,本质在于通过优化服务,提升消费体验,赢得消费者的认可。在调研走访中,很多商场通过运用小程序、APP等营销工具,为消费者提供卡券线上发放、全渠道兑换及活动发布、智能推送、积分通兑等数字服务,提升服务水平。有的商场通过线上导流、线下体验,线上线下流量共享,统一即时送达服务,给消费者带来更多便利。

## 新供给激发市场新活力

智慧灯杆、虚拟试衣镜、智能货架……来到广东广州天河路商圈,随处可见智慧消费场景。走进广州北京路,新大新百货大楼上的户外超高清曲面屏裸眼3D引人注目,炫酷的视觉体验营造了满满的科技感。

作为广州传统商圈之一,天河路商圈也曾

面临同质化竞争。面对挑战,商圈主动迭代升级,不断调整优化经营业态,目前,从改造前的零售业态占70%、餐饮占30%、文化艺术等业态基本空白,调整为零售业态占57%、餐饮占24%、商务配套占9%、休闲旅游占8%、文化艺术占2%。如今,在商圈购物中心,游客能看新品首发、观美术展、看音乐剧,体验更加丰富。

智慧健身镜、智能LED触摸互动屏、自助停车查询系统、停车空位监测大屏……天河路商圈的数十种智能公共设施,创新了消费模式,也带来新的吸引力。

中国贸促会研究院市场研究部副主任张继行认为,实体零售发展面临经营成本上涨、消费需求结构调整、网络零售快速发展等诸多因素影响。但背靠中国大市场,实体店的未来仍充满希望。和线上购物相比,商场有独特的优势。随着消费需求的多样化、个性化,线下购物能满足集购物、娱乐、休闲、饮食、出游于一体的社会性需求,以及消费者面对面选购、拥有和使用商品的即时性需求。围绕需求发力,商场定能激发新活力。

“智慧化是商场转型的主要方向,创新是智慧商场建设的重要动力。”商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇说,近年来,我国实体零售规模持续扩大,业态不断创新。下一步,应进一步加强互联网、大数据等新一代信息技术应用,提高流通效率和服务水平,给消费者提供更多新供给。

商务部相关负责人表示,各示范商圈、示范商店要把握新形势新任务新要求,进一步加强探索和创新,持续促进消费恢复和扩大。要充分运用现代信息技术,持续优化智慧设施、智慧服务、智慧场景和智慧管理,引领行业创新转型。要发挥智慧商圈、智慧商店的平台作用,发展新业态、新模式、新场景,满足居民品质化、多样化消费需求。

(贾司琦参与采写)

运营,打造品牌、产业帮扶、构建销售服务体系等举措,助力脱贫地区农业实现可持续发展。

近年来,全国供销合作社系统发挥流通服务优势,积极搭建线上线下农产品产销对接平台,依托全系统农产品市场、连锁超市等经营网点和电商平台,设线下消费帮扶专区专柜5600个、电商平台开设线上消费帮扶专区2100多个,举办、参与产销对接活动3000多场次。全国供销合作总社有关部门负责人表示,下一步,要在总结现有好经验好做法的基础上,持续推动脱贫地区产品和服务消费,加快完善物流和销售体系,为巩固拓展脱贫攻坚成果提供重要支撑。

## 消费万花筒

中国供销电子商务有限公司党委书记、董事长刘国生说,“832平台”将通过规范化

## 市场漫步

加快推动家装市场信用体系建设,形成有效的行业自律机制,增强高品质产品和服务供给能力,营造更加安全、放心的消费环境

家装消费是居民消费的重要组成部分,舒适的居住体验是人民对美好生活需要的重要内容。商务部等13部门日前发布的《关于促进家居消费的若干措施》提出,“大力发展绿色家装,装配式装修”“健全家装标准规范”“引导家装企业加强从业人员培训,组织职工积极参加职业技能竞赛,提升服务质量”。这些措施进一步明确了家装行业的发展方向,有助于引导企业增强高品质产品和服务供给能力,推动家装行业健康发展。

也要看到,由于家装工程涉及多个环节,再加上一些装修公司管理不规范,装修工期延误、家装材料以次充好等市场失范行为时有发生,侵害了消费者权益,影响了人们的装修体验。中国消费者协会近日发布的《2023年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》显示,家装领域消费纠纷有所增加。在家装过程中,消费者往往举证难度大,消费维权成本高。进一步健全家装标准规范,营造更加安全、放心的消费环境,需要各方共同努力。

今年6月,住房城乡建设部发布《关于进一步加强城市房屋室内装饰装修安全管理的通知》,进一步明确装修活动中的各方责任。相关部门要通过定期开展专项治理行动,切实增强对行业的约束力,压实装修各方主体的责任,减少违法违规行为的发生。对于投诉数量居高不下的家装公司要列入“黑名单”,加大处罚力度。

要更好发挥社会监督的力量。为帮助消费者更好规避消费陷阱,消协等社会组织要做好家装消费投诉信息的搜集与发布,对违法违规行为及时曝光,可通过典型案例开展公益诉讼,提升行业自律水平,为消费者合法权益护航。

打铁必须自身硬。家装公司应恪守诚信经营的从业准则,苦练基本功,切实提升服务质效。家装消费涉及领域多、链条长,采取针对性措施提振家装消费,有利于带动居民消费增长和经济恢复。为此,家装企业要充分认识到本行业对促消费、惠民生、稳增长的重要作用,把目光放远,大力提升供给质量,积极创新消费场景,有效改善消费条件,不断迈向高质量发展。

家装质量关系到亿万家庭的生活品质。希望在各方共同努力下,加快推动家装市场信用体系建设,形成有效的行业自律机制,培育一批具备良好职业道德和专业能力的从业队伍,增强高品质产品和服务供给能力,推动家装行业更加规范、健康、可持续发展,让人民群众住得更加安心、舒心、放心。

## 市场资讯

### 首届大件物流与供应链发展大会将举办

**本报电** 由中国物流与采购联合会等部门共同举办的“2023首届大件物流与供应链发展大会”将于10月在北京举行。大会将围绕我国基建工程项目趋势走向、大型装备产业链供应链布局与我国大件物流发展规划的关系进行深度研讨,分析大件物流供应链未来发展趋势和重点领域,为相关部门提供决策参考。同时,通过此次大会,全方位展示我国大件物流前沿技术与创新实践,进一步提升大件物流装备、从业人员的技术水平与服务质量,推动我国大件物流与供应链高质量发展。(杜海涛)

### 零售门店数字化解决方案征集活动启动

**本报电** 中国连锁经营协会日前启动零售门店数字化解决方案征集活动,面向连锁零售企业以及为其提供数字化服务的软硬件服务商、设计公司等机构,广泛征集零售门店数字化解决方案,优秀方案将在今年底向社会发布。目前,数字科技已经被广泛应用于零售门店的优化与改造过程中,但相关技术对应的零售场景、投入产出,以及不同数字化方案之间的关联度、与业务的匹配程度等缺乏梳理与量化,迫切需要相关行业机构提供技术框架,引导零售企业加快数字化转型升级。(王珂)

本版责编:罗珊珊