

线上线下联动,融合新兴业态,打造更多新场景、新模式

数字化带来消费新体验

本报记者 王珂 侯琳良 刘军国

消费是经济增长的主引擎,为激发有潜力的消费,各地推动实体商业加快数字化智能化转型升级,通过线上线下联动、融合文旅等业态,打造更多沉浸式、体验式、互动式新场景、新业态、新模式,为消费者带来更优质的体验,也为市场注入新活力。

以更优商品、更好服务满足消费需求

“手机点一点就能试妆试戴,真的很智能。”打开银泰百货旗下的喵街APP,在标有“AR试妆”“AR试戴”标签的商品页面,点击页面上的对应图标即可体验在线试妆、在线试戴服务。新服务让消费者在线“试用”粉底、眼影、口红等美妆产品和耳饰、表壳等饰品,方便消费者选购心仪的商品。

当前,消费不断升级对商场提出了更高要求。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,为消费者带来新体验。

智慧商店是指运用现代信息技术,对门店商品展示、促销、结算、管理、服务等场景及采购、物流、供应链等后台支撑,实现全渠道、全场景的系统感知、数据分析、智能决策、即时处理等功能,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。

走进湖北武汉的京东MALL购物中心,多屏互动系统、自助收银、智慧家电体验等智慧元素随处可见。这家面积超过4万平方米的购物中心,通过对人、货、场的数字化,利用电子价签、小程序、虚拟货架等技术实现线上线下的更好互动,为消费者带来购物、休闲等全场景沉浸式购物体验。

“趁着春节假期,给新房选购全套家电。”大年初六,在苏宁易购重庆观音桥旗舰店,消费者李女士一家前来采购。在她的购物清单上,不仅有洗衣机、冰箱、空调等传统家电,还有扫地机、洗碗机、智能门锁等新产品。苏宁易购数据显示,春节假期全国门店销售额实现较快增长,2月10日至16日,大容量智能冰箱销售量同比增长超50%,80英寸以上大屏电视销售量同比增长超120%。

据商务部商务大数据监测,春节期间,全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长8.5%,绿色有机食品、金银珠宝销售额同比增长20%左右;重点监测大型连锁超市即时零售销售额同比增长近10%,重点监测餐饮企业销售额同比增长约17%。

不少实体商业加快转型,主动融合文旅等业态

“逛商场买到了中意的文创产品,很满意。”在银泰百货陕西西安曲江店,江苏游



内蒙古商贸职业学院校园内,莘莘学子运用新零售平台运用大数据、人工智能等技术,便利师生们日常生活。 王正摄



广东深圳景区,美团无人机给游客配送各类外卖商品,刷新人们的文商旅融合与智能消费体验。 管乐摄

客李先生说。今年春节,他带着全家人一起来西安旅游,游览了大唐不夜城等景点,感受传统文化的魅力。临近返程,李先生得知陕西历史博物馆和秦始皇帝陵博物院在银泰百货曲江店开设了文创产品专卖区,专程前来选购。

主动拥抱文旅等业态,是不少实体商业转型的新尝试。银泰百货陕西西安曲江店与西安美术学院合作打造艺术空间,助力更多优秀文创产品落地,也给消费者带来更加丰富的体验。春节期间,银泰百货陕西西安曲江店接待客流量达80万人次。

“糖葫芦,草莓糖葫芦,西红柿糖葫芦……”近日,山东胶州市第十四届糖球会开幕,阜安街道阜安里步行街上热闹非凡。本次糖球会设置了120余个展位,涵盖了老北京糖葫芦、武汉热干面等30余种特色小吃,糖人、花饽饽等10余种非遗民俗和20余种游玩设施和民俗文化表演。春节假期,胶州市组织开展37项740余场商文旅活动,累计接待市民游客超过102万人次,

日均游客量较去年同期增长4.5倍。山东济南长清区策划举办新春美食节及非遗集市等活动,带动文旅市场持续升温的同时,也为餐饮、住宿、商场等线下商业带来更多客流。

在浙江湖州石淙镇,体育旅游给线下消费业态带来新机会。2023年,该镇举办垂钓大赛、中国铁人系列赛等10余场体育赛事,吸引了众多游客前来。当地不断丰富户外露营、观光采摘、小龙虾垂钓等业态,打响清水小龙虾、红美人柑橘、石淙羊肉等美食品牌,完善茶吧、咖啡厅、火车餐厅等商业配套。2023年,该镇累计吸引游客超60万人次,创收超6000万元。

逛商场、步行街等线下业态,成为休闲旅游的环节之一。春节假期,腾讯位置大数据对全国数十个商圈和商业街的热度观测显示,重庆解放碑步行街、西安大唐不夜城、广州北京路步行街等热门商业街的热度明显上升。文化和旅游部数据显示,国家级夜间文化和旅游消费集聚区人气旺、消费热、暖意浓,春节期间已纳入监测范围

的集聚区累计夜间客流量9851.21万人次,同比增长58.31%。

“实体商业加快业态融合,符合当前消费升级趋势。”中国贸促会研究院市场研究部副主任张继行认为,当前我国居民休闲旅游需求旺盛、潜力持续释放。一些实体商业通过打造新场景、新体验,不仅更好满足了本地消费者需求,也成为游客心中的热门打卡地。

向创新要动力,为消费者提供更多新供给

“实体店数字化转型要向创新要动力。”张继行认为,我国实体商业加快业态创新步伐,涌现出不少智慧商业的新模式。下一步,应紧跟消费升级步伐,加快互联网、大数据等新技术应用,为消费者提供更多新供给。

“现在逛商场别有一番趣味。”在银泰百货浙江杭州萧山店,消费者王佳说,在这里可以参与新春打卡互动,还能带孩子参观6米高拟真恐龙展、体验200平方米海洋球池。大年初二至初五,银泰百货杭州门店的客流环比与同比均明显增长,其中,杭州之江店、杭州西湖店客流量环比增长200%。

各地积极创新促销形式。在浙江绍兴市柯桥古镇,系列促消费活动带动当地实体商业客流量明显上涨。走在绍兴上虞区大街小巷,商场、市集人头攒动,培育消费新业态成为商家共同发力点。2月初,2024浙江全省新春文化和旅游消费季启动。消费季期间,浙江推出文旅消费券发放、景区门票减免住宿餐饮优惠等惠民举措152项,联动企业商家发放各类消费券5800万元,持续提升消费热度。

“最近销售情况很不错。”四川成都双流区彭镇一家家庭农场负责人周玲波说。成都双流区联合重庆渝北区开展“好事成双·渝你同享”——乐享双城美食节,丰富消费体验。四川聚焦汽车、家居、零售、餐饮、文旅五大领域,举办新春年货购物节,围绕“蜀里安逸”消费新场景,打造多个沉浸式消费体验场景,累计开展200余场重点促销活动。成都川西春台会、德阳马井元宵会、广元秦巴山区年货节等“蜀里大集”特色节会活动先后登场,持续助力扩大消费。

走进云南昆明市官渡区滇池国际会展中心新春购物博览会,各种商品让人目不暇接。2万余种商品涵盖了“吃、穿、用、住、行”等各个方面,不仅有云南本土的五色米饭、昆明老鸭等特色美食,还有来自世界各地的特产。在昆明金马正昌果品市场,各类水果品种齐全,该市场平时水果日交易量500吨至1000吨,春节前每天交易量达到2000吨左右,比去年同期增长了25%左右。

商务部相关负责人表示,将引导各地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,推动行业数字化转型。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。

(本报记者宋豪新、李茂颖参与采写)

创新消费场景、改善消费环境、优化消费供给,激发有潜力的消费,推动消费持续扩大,进一步推动经济回升向好

假日消费是观察经济的一个窗口。今年春节期间,全社会跨区域人员流动量累计22.93亿人次;国内旅游出游4.74亿人次,同比增长34.3%;商务部重点监测餐饮企业销售额同比增长约17%……透过数据,我们能真切地感受到消费市场的红火态势,也能看到绿色健康、个性多样的消费新风尚。强劲的假日消费,折射出消费市场的新动能,彰显中国经济的韧性和活力。

消费新动能来自商业新模式的创新和新供给的增加。微信联合携程发布的报告指出,今年春节假期,人们出行消费的热情高涨,由此带动运动装备购买量同比增长63%,快餐线下消费量同比增长59%。同时,新的消费方式,带来咖啡馆消费量同比增长超40%。出游人群不仅涌入国内传统旅游热门城市,也探访新兴景点,出境深度体验。近些年,人们越来越崇尚绿色健康、科技智能、个性多样的消费新风尚,春节消费集中体现了这一变化。春节假期虽过,但消费趋势还将延续,消费需求也将持续释放。

消费新动能来自消费场景创新和消费环境改善。从春节旅游消费,可以看到人们更加注重文化内涵和消费体验。今年春节,各地民俗文化活动精彩纷呈,北京开启春节游园活动,恢复传统庙会;河南举办多元化的夜游活动,重现唐代春节盛况;江苏南京举办秦淮灯会,展示传统扎灯工艺……民俗活动让游客体会到各地文化渊源和特色魅力,也共同感受传统文化自信。消费者乐于品尝当地美食,参与特色文化活动,也更加注重消费体验,关注当地生活环境、服务水平和民俗民风。延续消费热度,还需要在文化和服务的“软环境”上多下功夫,更长久地留住客人的脚步。

开放让消费市场更具潜力。今年春节期间,出境游和入境游同样火爆。支付宝数据显示,春节期间境外游客在中国消费金额同比增长500%,做境外游客生意的商家数量则同比增长560%。与此同时,中国游客也热衷于出境游,支付宝用户境外消费金额同比增长140%。一方面,当前国际消费中心城市正在培育建设,新场景新环境加快打造,会聚集更多消费资源,为消费市场带来澎湃动能;另一方面,国内居民消费潜力进一步激发释放,也会引领新一轮消费潮流,激荡消费市场更大活力。

春节消费既能反映当前消费市场的活力和特征,也能预示消费的潜能和空间。创新消费场景、改善消费环境、优化消费供给,激发有潜力的消费,推动消费持续扩大,进一步推动经济回升向好。

市场监管部门推动出台信用惠企举措

本报电 市场监管部门聚焦民营经济发展和突出诉求,积极拓展信用风险分类结果在政策供给和培育帮扶方面综合运用,推动各地在政务服务、激励奖励等方面出台多项惠企举措,信用在优化监管资源配置、服务经营主体高质量发展的作用进一步彰显。各地在办理登记、许可、备案、审批、个转企等相关业务时,推动信用风险低的A类经营主体优先享受绿色通道、容缺受理、告知承诺、简化程序等便利服务措施;在评先评优、示范店创建、“重合同、守信用”商户评选等工作中,积极参考信用风险分类结果;在为经营主体搭建融资渠道时,向金融机构提供信用风险低的A类经营主体名单。下一步,市场监管总局将持续推动企业信用分类结果运用在各类涉企服务中,充分激发市场活力。(林丽鹏)

中储粮集团公司做好玉米收储工作

本报电 近日,中储粮集团在东北等玉米主产区增加2023年国产玉米收储规模,随行就市做好收购工作,最高峰日均收购量超过7万吨。中储粮黑龙江分公司做好政策宣传解释,在收购现场提供暖心服务,为农民创造良好的售粮环境;科学合理布设库点,统筹调配增加收购人员,延长收购时间,减少了农民排队等候时间。(杜海涛)

“832平台”年货节万款产品助农增收

本报电 春节期间,脱贫地区农副产品网络销售平台(“832平台”)组织开展“2024年货采购季”线上线下系列活动。线上专区精选来自平台768家供应商的共计12536款商品,让广大采购单位购买到各地特色优质农产品,截至目前,该活动线上销售额突破18.8亿元,其中“832优选”成交额近1亿元。活动期间,“832平台”组织了多场线下展示展销、品鉴活动。“832平台”是由中国供销集团所属中国供销电子商务有限公司建设和运营的脱贫地区农副产品网络销售平台,截至2月22日,平台累计销售额515亿元,注册供应商近3万家,注册采购单位60多万家,在售商品超40万款,其中,“832优选”商品超1万款,超过127万人用户通过该平台采购脱贫地区农副产品,助力超320万农户从中受益。(齐志明)

本版责编:齐志明

欧阳洁

物流运行环境持续改善,行业整体恢复向好

物流业转型发展跑出加速度

种震宇

服务升级态势明显,产业融合进程加速。数据显示,重点物流企业供应链合同订单数量同比增长24%,一体化物流业务收入增长近30%,生鲜、服装等专业细分领域的一体化供应链服务,具有良好增长潜力。物流企业正积极推进服务向综合供应链转型,加速产业融合进程,加码新兴领域布局,拓展业务空间。调研显示,中外运等头部物流企业正在加速产业融合,稳固合作关系,延伸服务范围,增加服务黏性,助力客户实现成本优化,上游工商企业物流费用率水平稳步下降。

与此同时,物流企业数字化转型加快,

助力供应链体系逐步提效。数据显示,近年京东物流、顺丰速运等头部企业在数字化相关领域投入增长超过50%。智慧物流持续推进,智能称重、自动化分拣、无人配送等技术不断普及。此外,相关企业探索应用大数据模型、智能算法分析等数字化手段,基于企业内部管理、面向客户服务,实现全流程物流监控调度,助力效率提升、服务优化。

在政策引导、行业共识等因素的共同影响下,行业协同发展水平提升,企业管理向规范化迈进。快递物流领域密集出台国家标准,聚焦服务质量、绿色包装等方面;民航

货运领域制定信息化标准与技术规范,加快建立信息系统对接标准体系。在此基础上,各领域物流企业积极推进标准化进程,推动行业规范化发展,促进行业服务质量升级,实现企业经营降本提效,全年重点企业每百元营业收入中的成本总体稳中趋缓,比上年下降0.3元。

中国物流与采购联合会的专家表示,当前,我国超大规模市场优势依然明显,物流市场潜力较大。随着政策逐步落地见效,微观主体投资意愿将不断增强,未来物流运行有望延续企稳向好态势。物流企业要坚持创新发展理念,深刻融入实体经济供应链服务环节,以高效能物流服务助力经济高质量发展。

消费万花筒