

## 消费视窗·培育和壮大消费新增长点

业态更多元、场景更丰富、体验更新鲜——

## “需求变了，供给也得求新求变”

本报记者 王珂

实体商业是商品流通的重要载体，也是人们日常生活休闲的好去处。随着消费需求变化和零售科技发展，不少实体商业积极应对消费需求新变化，在商品、服务、业态等方面全面升级，赢得了人气。

## “在这里能购物，也能休闲”

走进位于北京市海淀区的华熙LIVE·五棵松商业街区，科技感扑面，时尚感十足。

在南区商业中央广场的展厅内，“太空无界”沉浸式体验正在上演。现场模拟了火星、土星等八大行星的场景，在墙面精心布置了陨石模型，陈列着高度还原的火箭发动机模型……

“在这里除了购物，还能让孩子直观感受宇宙的奥秘，沉浸式感受航天科技。”消费者王薇说。

从沉浸式体验展，到一站式休闲娱乐，再到首店、首发、首秀，在华熙LIVE·五棵松商业街区，消费者可以体验到更多新场景、新业态、新模式。

“人们对于实体商业的需求没有减少，而是在变化。”华熙集团董事长赵燕说，以前人们对于实体商业的需求主要以购物为主，现在需求更加多元化、个性化。人们希望可以在实体店更加舒适地休闲、会友、用餐，把实体商业作为生活休闲中的一环。

“需求变了，供给也得求新求变。”赵燕说。在充分调研市场需求后，结合自身优势特点，华熙LIVE·五棵松将文化与体育、娱乐、艺术、教育与生活等业态充分融合，围绕五棵松体育场馆，结合周边篮球公园、冰上中心等配套设施举行文体活动，打造了有别于传统商业体的多业态融合商业模式，为消费者提供丰富多元的创新内容和沉浸式互动体验。

华熙LIVE·五棵松商业街区紧邻五棵松体育场馆，文体活动吸引了大批观众，为商业经营提供了天然的区位和客流优势。“我们的目标很明确，就是让每一个来的人都能待够5个小时。”赵燕说。

如今的华熙LIVE·五棵松商业街区，将餐饮、文化、体育、娱乐等多业态相融合，形成了对消费者的强大引力场，把五棵松体育馆等体育场馆的人流量转化为商业街区的消费“留量”。为了充分释放消费者尤其是年轻消费者的购买力，商业街区在餐饮业态方面不断创新，引进时尚餐饮、连锁品牌，营造美味、新潮的餐饮体验。

“以前来这里主要是买东西，需要的时候才来。现在下班后就愿意来逛逛，在这里能购物，也能休闲。”家住华熙LIVE·五棵松附近的居民刘艺说。

## “没想到能看到这么多首发新品”

新款运动服、登山装备、自行车……在华熙LIVE·五棵松，消费者能一站式购齐运动装备。

7月下旬，2024全球首发节运动快时尚专场在华熙LIVE·五棵松举办，近百款潮流新品迎来首发、首秀、首展。“没想到能看到这么多首发新品，真的太过瘾了。”户外运动爱好者蔡敏说。

以新供给满足新需求激发新动能，成为当前消费市场的共识。对于实体商业来说，拥抱首店、首发，积极引进国内外各大品牌首店，推出新产品、新技术、新服务、新业态、新模式等创新成果，是吸引消费者的重要一招。

晚餐时段，华熙LIVE·五棵松商业街区各家餐厅迎来客流高峰。这里数十家餐饮店铺菜系丰富，其中不乏一些餐饮品牌的北京首店。

“在网上看到这里有新店开业，又是北京首店，就想来尝尝。”在一家啫啫煲餐厅，正在用餐的消费者陈玲玲说。这家啫啫煲品牌来自成都，今年5月在华熙LIVE·五棵松商业街区开业了北京首店。

今年以来，华熙LIVE·五棵松迎来20余家独具特色的新店铺。赵燕说，预计今年还将有8家新店亮相。

除了“新”，还有“特”，华熙LIVE·五棵松注重打造特色店铺。在商业街区，近200个时尚特色品牌汇聚，其中有不少很有特色的店铺品牌。

走进华熙LIVE·五棵松商业街区的宜家北京五棵松体验中心，这里设置了舒适睡眠、舒适生活、儿童乐园等多个区域，布置出不同的生活场景，让顾客现场体验。不少顾客坐在沙发、餐椅上直观感受，让孩子对比书桌桌椅的高度，为购物提供更直观的参考。

一些国内外知名运动品牌也在此开设体验店。这类店铺注重消费者的亲身感受，能够提供更好的产品创新体验与消费者服务体验，并提供特色定制化服务。

通过转型升级，形成业态与客流的良性互动。目前，华熙LIVE·五棵松商业街区商铺出租率已达到100%，被文化和旅游部评定为国家级旅游休闲街区。



上海青浦区百联奥特莱斯不断丰富消费活动，吸引市民前来购物消费。 李立真摄

## “满满的科技感让我很过瘾”

在智能屏幕上轻轻一触，就能打开客厅的灯，操控卧室的窗帘；只需说一声“我回来了”，就可以语音操控家中的智能摄像头……在华熙LIVE·五棵松为门店的全屋智能体验空间，智能家居产品吸引了不少消费者。

走进门店一层，各类数码产品琳琅满目，手机、电脑、手环等分类展示，并设有互动区域，顾客可以体验最新型号的产品。一旁的汽车展示区停放着智能汽车，顾客也可以到地下停车场进行试驾。

“智能手表很适合像我这种运动爱好者，不仅能测量心率，还能监测压力指数。”正在体验产品的消费者胡鸣说。

“未来我们商业生态的拓展重点就在科

技。”赵燕说，通过虚拟现实和增强现实技术，形成线上和线下联动，能够拓展更多的活动和互动形式。

华熙集团开发“星热纪”APP，风格各异的空间场景和沉浸式虚拟场景交互，整合商业、文化、娱乐等多种元素，为用户提供身临其境的元宇宙体验，开启了线上线下融合发展的新可能。

在云上五棵松空间，以文化演出为抓手，多维度运营虚拟场馆“星热纪城市演出中心”，把以往只能线下体验的音乐展演搬到云空间，打造线上线下同步的云演出模式。

“从现实到虚拟，满满的科技感让我很过瘾。”科技爱好者孙一鸣说。

赵燕说，随着消费市场不断发展，消费需求也在持续变化。实体商业要时刻关注需求新趋势，结合自身优势和特点主动创新，用更有新意的产品和服务赢得更多消费者的青睐，更好服务人民美好生活。

（厉焯参与采写）

批好买、好逛、好玩的购物场所。针对发展方式粗放、有效供给不足、运行效率不高问题，一些实体商业加快融合发展，致力于改变以前千店一面、千店同品的现象，着力增加智能、时尚、健康、绿色商品品种，形成了很多新、优、奇、特的新供给。

专家表示，当前人们对实体商业需求依然旺盛。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。围绕这一需求发力，商场要努力打造出不同于线上的特有优势，更好满足个性化、多样化消费需求。

（厉焯参与采写）

## 市场漫步

顺应居民消费升级趋势，进一步细分市场需求，探索行业发展新模式，以更便民、更快捷的服务，满足人民美好生活需要

最近，笔者在上海闵行区江川路上看到，一家快餐店完成升级改造后，不仅保留了原有的餐饮特色，还根据社区居民的需求进行了针对性的改进，在一楼增设老年人爱心专座，并针对特定人群设置低脂低油专区，更加注重营养健康的菜品吸引了更多周边居民前来就餐。

近年来，随着生活节奏的加快和消费者需求的多样化，各式快餐以其便捷、快速、多样化的特点满足了广大消费者的需求。国家税务总局近日公布的增值税发票数据显示，国庆假期，快餐行业销售收入同比增长9%。快餐行业已经形成了庞大的市场规模，成为餐饮行业的重要组成部分。未来，随着我国城市化进程持续推进、人们生活水平的提高和消费观念的改变，快餐行业市场规模将继续扩大。

如何进一步推动快餐业高质量发展？关键是贴近消费需求，有针对性增加市场供给。日前举办的第二十八届中国快餐产业大会提出，快餐业需要深入研究消费心理、消费结构、消费趋向等“需求侧”特征，依据这些最新动态，调整产品和商业模式，把创新驱动放在核心位置，积极探索研发新产品、新业态、新模式。

如今，随着绿色消费观念深入人心，消费者不是期待在快餐店以低价吃到珍馐美味，而是希望能在公园景区、交通枢纽、写字楼等更多场所，享受就近、便利、实惠的餐饮服务。这些年，南城香、红薯村、吉祥馄饨等餐饮企业布局社区店，紫光园、袁记云饺、锅圈等进军菜市场，深入挖掘“家庭餐桌”市场，都取得不错的市场业绩。要顺应居民消费升级趋势，进一步细分市场需求，探索行业发展新模式，以更便民、更快捷的服务，满足人民美好生活需要。

标准化、连锁化是快餐业的重要特征。中国连锁经营协会发布的《2024中国餐饮加盟行业白皮书》显示，2023年国内餐饮行业迎来新一轮连锁化，国内大型连锁餐饮企业（门店千家以上）拥有的门店数占到全部连锁门店的24%，比上一年提高了1.1个百分点。正新鸡排、华莱士、绝味鸭脖等连锁餐饮品牌已跨入“万店俱乐部”，还有近百个餐饮品牌达到了千店规模。快餐企业在加强食品安全管理的同时，要不断加大创新，持续提升产品的标准化程度，提高连锁经营水平，用更健康、更优质的产品和服务，在激烈的市场竞争中抢占先机。

快餐企业的发展离不开管理水平的提升。快速发展的互联网技术不仅为消费者提供了便捷、快速的餐饮消费方式，也为餐饮企业开辟了新的营收渠道。相关行业协会应帮助中小快餐企业，利用互联网、大数据和人工智能等现代信息技术，精准分析消费者需求，优化供应链管理，提高生产效率和产品质量。

从消费者需求和发展趋势来看，我国快餐行业前景广阔。瞄准多元化市场需求，坚持创新驱动，不断提升产品和服务品质，快餐行业一定能迎来更多发展机遇。

## 市场资讯

## 农资行业创新农业社会化服务模式

**本报电** 近日，第四届全国农业综合服务商大会暨第十届全国农业科技博览会在湖北省宜昌市召开。本次会议以“科技赋能 合力助推农业高质量发展”为主题，旨在引领供销社系统及农资行业企业拓展服务领域、创新服务模式，加快转型升级步伐，提升农业社会化服务水平。中华全国供销合作总社农业生产资料与棉麻局局长、中国农业生产资料流通协会会长龙文说，农资行业要落实高质量发展要求，坚定做好农业社会化服务工作的决心和信心；要加快农资网络体系建设，不断提升农业社会化服务的支撑能力；要实施好“绿色农资”升级行动，逐步构建全链条服务体系。（齐志明）

## 南昌海关持续提升贸易便利化水平

**本报电** 为进一步畅通长江水运效率，提升贸易便利化水平，南昌海关围绕助力长江经济带高质量发展，推出“江海通”组合政策工具箱，积极深化与长江沿线海关合作，将水运物流“串联作业”优化为“并联作业”，口岸作业时间压缩60%。南昌海关以智慧海关建设为抓手，推动上线“智慧联动物流监管”平台，企业“足不出户”即可通过手机APP或系统在线办理货物放行业务，通关时间压缩30%。与此同时，指导出口船舶采用“船货同报”模式办理货物、运输工具申报手续，实现船舶出口江海直通。今年前8个月，九江出口各类船舶5.32亿元。（欧阳洁）

## 检验检测机构积极推广应用数字化系统

**本报电** 国家市场监督管理总局认可检测司相关负责人在第二届数字化质量管理创新与实践论坛上介绍，截至目前，全国获得资质认定（CMA）的检验检测机构约5.4万家，批复的国家质检中心共899家。我国获认可的检验检测机构中已应用数字化系统的机构占比58.9%。数字化将为检验检测行业创造更为广阔的市场。该论坛由中国质量报刊社主办，会上还发布了“2024数字化质量管理创新与实践论坛·北京倡议”。（林丽鹏）

## 逛店成为一种休闲方式

本报记者 王珂

实体零售是商品流通的重要基础，是引导生产、扩大消费的重要载体，是繁荣市场、保障就业的重要渠道。刚刚过去的国庆假期，许多地方的实体商业销售额和客流量大幅增长。同时，一批升级后的购物中心开业，焕然一新的购物体验更好满足了消费者需求。

数据显示，今年1至8月，我国社会消费品零售总额312452亿元，同比增长3.4%。其中，全国网上零售额96352亿元，同比增长8.9%。实物商品网上零售额80143亿元，增长8.1%。

创新是实体零售转型的直接动力。我国实体零售规模持续扩大，业态不断创新，加强

互联网、大数据等新技术应用，大力发展新业态、新模式，不仅进一步提高了流通效率和服务水平，也给消费者提供了更多新供给。

让逛店成为一种休闲方式，成为很多实体店增加顾客黏性的重要方式。围绕改善消费者逛店体验，实体店下足了功夫，涌现出一

## 中国供销集团为农服务网点、服务人员坚守秋收一线

## 全力保障秋粮颗粒归仓

本报记者 齐志明

内蒙古广袤的土地上，金黄的玉米已进入丰收季节。近日，一场特别的玉米单产提升观摩会在内蒙古赤峰市翁牛特旗全宁街道东道村展开，在中国农资·翁牛特旗服务中心农技服务团队指导下，采用“玉米密植精准调控高产技术”培育的200亩玉米示范田，湿粮平均亩产达到1545公斤。

东道村种植大户刘志磊介绍，得益于服务中心推广的玉米密植技术和水肥一体化技术的应用，预计今年亩均增产可达10%—20%，而且提高玉米单产的同时也做到了节水节肥30%以上。

眼下，我国各地秋粮进入收获季。9月下旬以来，中国供销集团累计调度2万余家基层为农服务网点、1400余名服务人员坚守一线，全力保障秋粮颗粒归仓。

秋粮入仓，农机先行。在安徽、江西、江苏、河南等地秋收一线，中国供销集团所属中国农业生产资料集团有限公司调配1000余台

套农机具，正在抢抓晴好天气，保障秋粮收获。在河南省信阳市肖店乡赵庄村稻谷收割现场，全自动收割机正在稻田里来回穿梭，收割、脱粒、秸秆粉碎作业一气呵成。“现在机械收割省时省力，十来分钟就给我这块水稻田收完了，拉回去晾晒3天就可以打新米了。”村民陈俊孝说。

中国农资·信阳服务中心负责人田润泽说，近期已调度肖店乡100公里范围内的农机手及专业农机队开展联合作业，累计完成水稻收获8300亩，服务地区涵盖周边8个镇村，剩余7000余亩将于10月中下旬全部完成收获。

“目前，我们安徽、江苏、河南等地的中国农资·服务中心开展的秋粮收获作业超过

16万亩，打捆、烘干及后续整理工作也在陆续进行中。”中农集团有关负责人介绍，今年以来，公司已累计开展线上线下各类农技培训会1.6万余场，下一步，还将组织农技人员深入各地田间地头，指导秋播秋种，为来年粮食丰收打下基础。

秋收进度加快，秋粮收购也在陆续展开。连日来，吉林四平市伊通满族自治县伊通镇长安村村民刘宇种植的50亩水稻迎来丰收。以往，刘宇还得为稻谷的入仓、售卖发愁。今年秋粮收获后，他可以将稻谷免费存放在供销社粮油四平有限公司的仓房里，用他的话来说：“特别踏实，可以等到价钱好时再卖。”

“入秋后，我们加强实地调研，及时了解周边地区的粮食产量、质量、价格等情况，加强仓容、资金、设备、人员等要素保障。”供销社粮油四平有限公司负责人王森介绍，供销社粮油四平有限公司所属中国供销粮油有限公司仓储业务负责人介绍。

“我们计划于10月中旬陆续启动秋粮收购工作，目前在收购仓容、资金筹措和人员培训等方面已做好准备，确保仓等粮、人等粮、钱等粮、设备等粮，让农民售粮更舒心、更放心。”中国供销集团所属中国供销粮油有限公司仓储业务负责人介绍。

（孙照然参与采写）

烘干能力300吨的烘干系统、一站式化检验服务中心以及大米加工车间等完善的粮食仓储加工设施设备，今年以来累计服务农户超过3000户，完成粮食烘干、仓储、加工9万余吨。

“我们计划于10月中旬陆续启动秋粮收购工作，目前在收购仓容、资金筹措和人员培训等方面已做好准备，确保仓等粮、人等粮、钱等粮、设备等粮，让农民售粮更舒心、更放心。”中国供销集团所属中国供销粮油有限公司仓储业务负责人介绍。

（孙照然参与采写）

## 消费万花筒

本版责编：齐志明