

消费视窗·降低疫情影响 稳定居民消费⑤

拓展线上线下渠道 提供优质便捷服务

实体店顺势谋升级

本报记者 罗珊珊

核心阅读

受新冠肺炎疫情影响,消费场景加速向线上转移,门店到家业务、数字化零售迎来发展新机遇。线下实体店须跟上市场需求变化,开拓线上销售模式,发挥多渠道、全场景优势,加快实现数字化转型升级

发力线上场景

入驻第三方电商平台、直播带货、微信群营销、上线小程序商城,实体零售商加快布局线上业务和到家业务



近日,北京秀水街大厦复工开业,图为一位经营者通过手机直播销售商品。

人民视觉

加快数字化转型

既要全力拥抱线上线下全渠道,也要进一步挖掘和发挥门店优势,提供更优质、更便捷的服务

“线上购物很便利,实体店的服务水平也提高了!”家住北京海淀区的张芳梅是物美超市的常客,对于超市推出的智能购物车赞不绝口:“将商品加入购物车,自动扫码汇总,购物结束后打开APP扫一扫,在线支付即可,省去了排队结算的时间。如果不习惯网上支付结算,还可以选择人工通道,多种支付方式满足了不同人群的需求,很贴心。”

“疫情期间,实体店客流量、营业收入受到较大影响,但从中长期看,实体店依然是人们消费的重要场景。”超市常务副总经理赵萌表示,线上消费更多满足了人们对方便快捷的需求,而实体店还承载了人们休闲娱乐的需求,这两种场景并不完全相同,而是人们美好生活需要的两个侧面。

苏宁易购平台运营集团副总裁范春燕认为,零售企业应该充分运用数字化技术,快速洞察和捕捉用户需求的变化,调整营销和渠道布局,展开主动而积极的变革。

过去,实体店可以依靠商圈的地理位置优势赢得客流,但现在,随着线上分流,线下零售租金成本、人工成本凸显,坪效(单位面积可产生的营业额)、营业收入、客流等核心指标压力增大,实体商业的经营面临巨大挑战。

专家认为,实体店亟须加快升级步伐,通

过数字化转型全面提升产业链上中下游综合整合的能力,强化供应链布局,以最优库存保障高效率、高质量的供给水平。既要全力拥抱线上线下全渠道,拓展线上和到家能力;也要进一步挖掘和发挥门店优势,提供更优质、更便捷的服务。

对于零售企业的全面数字化,范春燕表示,要从供应链、门店经营、企业管理、基础架构等各方面,实现商品、用户、场景全要素的在线化、数字化,提高实体门店的用工效率和坪效。苏宁借助APP和小程序的线上引流和线下数字化改造,完成了会员大数据的采集和积累,对“千人千面”的消费需求了然于胸,再基于各项大数据分析技术的应用,对海量的会员数据进行提取、整合,最后构建以需求为驱动的数字经营系统,智能选品和补货,实现了降本增效。

中国连锁经营协会认为,疫情过后,消费者会更加关注公共场所的安全与卫生,门店要进一步加强卫生和健康方面的管理,升级物业管理和卫生标准,打造更可视、更透明、更安心的消费场所。

合力共促发展

零售企业希望从政府部门或银行获取税收优惠政策、社保优惠政策、房租补贴政策、贷款优惠政策等

“好的,可以签字了!”北京顺义区市场监管局政务服务中心的工作人员对着手机屏幕说道,微信视频另一端的企业负责人在委托书上签下了自己的名字,第二类医疗器械经营备案凭证就办好了。

赵萌认为,疫情期间,线下商场和超市

等实体店及时根据消费需求变化增加商品品类,未来实体店还将加快服务创新,在这个过程中会涉及一些经营许可、市场准入等问题,需要市场监管部门主动作为、简化流程。

日前,市场监管总局等六部门印发《关于应对疫情影响加大对个体工商户扶持力度的指导意见》,提出要方便个体工商户进入市场,为个体工商户提供便捷高效的服务,做好营业执照和有关许可审批衔接,延长申报年报时间。进一步释放经营场所资源,建立完善个体工商户经营场所负面清单管理制度。对从事群众基本生活保障的零售业个体经营者,进一步拓宽其活动场所和时间,依法豁免登记。

中国连锁经营协会发布的《新冠肺炎疫情对中国零售行业财务及运营影响调研报告及行业趋势展望》显示,零售企业希望从政府部门或银行获取税收优惠政策、社保优惠政策、房租补贴政策、贷款优惠政策等。要想获得支持,企业也需要及早和各相关方及时沟通。要第一时间与经营场所出租人取得联系,积极协商停业期间的租金减免或缓缴;及尽早与上游供应商沟通,争取延长付款周期;与合作金融机构沟通,争取相关融资优惠条件降低现金流压力;关注政府部门出台的相关政策;建立员工保障机制。

专注于购物中心投资、开发和运营管理的印力集团董事长兼总裁丁业表示,短期内,购物中心采用租金减免的形式,分担商户部分经营压力。从长期来看,行业协会可以组织各业态商户和上下游企业共创共赢模式,建立共赢基金,与数字化能力强的品牌商家共同探索数字化创新的方向和多元合作方式。

“实体零售企业需要关注消费行为的变化,消费者心理的变化和消费者信心的提振,因此一定要加强对消费需求的研究,让不同消费者都能获得真正满意的产品和服务。”丁业说。

充电桩怎样建得好用得上?

戴琪

基础设施结构性供给不足、布局不合理等情况,充电桩安装难等问题比较突出。

“在自家车位上安装充电桩太难了。”北京的李女士告诉笔者,她准备好材料去联系小区物业,而小区物业以安全为由不同意在《新能源小客车购车充电条件确认书》上盖章。小区物业不同意,李女士就无法向小区

所属供电公司提出设施用电申请。小区物业负责人说,该小区配套设施较为老旧,虽有多位业主希望安装充电桩,这可需要考虑小区附近变压器的容量等问题,如何走线取电也是难题,各方不好协调,物业确实很难。

“从目前情况来看,充电设施建设、运营和服务体系还需要完善。”科技部相关负责人

表示。国家发改委综合运输研究所、城市交通研究中心主任程东建议,在条件允许的情况下,可以让小区物业或停车场成为充电桩运营商——自己投资花钱建站、市场化运营,这既能提高充电桩建设动力,也能方便新能源汽车用户。

“私人充电桩分时共享,可以缓解居民小区内充电桩数量与车辆规模的矛盾。”国家电网公司相关负责人表示,要把互联网等技术用到充电桩建设、运营中,使充电设施像汽车零件一样安全可靠,使用和加油一样方便,结算像手机支付一样简单。

专家表示,充电桩行业应尽快制定统一服务标准,合理布局,提高充电桩的使用效率,切实解决消费者的充电问题。相关部门应当加强协调,完善充电设施建设、运营和服务体系,努力护航新能源汽车发展。

生活漫步

“宅经济”是商家依托互联网提供新供给的一种积极探索。要解决“宅经济”发展中的难点和痛点,为消费市场注入更多活力和动力

疫情期间,“宅经济”快速升温,电商、外卖等线上平台订单量火爆,以往一些在线下提供的实物和服务消费,也开始借助互联网、大数据等新技术在线上销售。有的购物中心把复工复产搬到网上,开启“云逛街”;有的销售商和中介机构把看车、看房等搬到网上,通过“云带看”开展预定销售服务;有的教育机构把课程搬到网上,在“云课堂”里帮消费者“充电”……“宅经济”催生的新型消费,成为消费市场新增增长点。

“宅经济”走热,折射出我国消费市场的强大韧性。疫情期间,居民外出减少,汽车、家具、建材、家电、住宿、餐饮等行业和业态的销售和客流明显下降,但与此同时,网上生鲜、远程办公、“互联网+医疗+药店”等逆势发展,展现了中国消费市场长期稳定和持续升级的大趋势。国家统计局发布的数据显示,1—2月份,全国实物商品网上零售额11233亿元,增长3%,占社会消费品零售总额的比重为21.5%,比上年同期提高5个百分点。

事实上,“宅经济”并不是疫情期间的产物,早在几年前就已经在中国消费市场出现。归根结底,“宅经济”是中国多样化、个性化消费升级大趋势下,商家依托互联网、大数据、人工智能等新技术,深化供给侧改革、提供新供给的一种积极探索。这些前期尝试不仅为“宅经济”在疫情期间的走热打下基础,也说明“宅经济”有实实在在的市场需求支撑,将进一步发展壮大。

当下,“宅经济”虽然满足了人们的一些新需求,但也不可避免地出现了一些发展中的难点和痛点。比如,疫情期间,一些公司在利用“云办公”软件时发现,有的远程办公软件实际效果不尽如人意,经常出现掉线、杂音等情况,从而影响了线上会议的效果;一些学生家长在帮助孩子使用线上教育软件时发现,一些课程制作不够用心,只是把线下教学简单地搬到线上,导致学习效果打折扣;一些消费者在参加商场的“直播销售”服务时发现流程繁琐,影响了购物体验……只有解决好消费者使用过程中的这些问题,“宅经济”才能行稳致远,为消费市场注入更多活力和动力。

资讯

商务部支持生活服务业加速复工

本报电 商务部相关负责人近日表示,住宿餐饮等生活服务业正稳步复工,截至3月16日,全国生活服务企业复工率超过60%。由于生活服务业一般需要直接接触消费者,有些地方餐饮堂食等服务仍未完全恢复正常。同时,消费者客流量恢复也需要一定时间。

为加速住宿餐饮等生活服务企业复工营业,商务部正会同相关部门研究对生活服务业分区分级分类复工,排除复工营业的不合理限制,支持生活服务企业加速复工。同时,将指导地方通过“点对点、一站式”运输等方式帮助员工返城返岗,尽快解决企业用工难题。

批发市场、农贸市场是我国农产品流通的主渠道,占整个农产品流通量的2/3以上。目前,全国96.4%的市场已恢复营业,肉菜交易量比2月初增长超过50%。

(尚文)

中茶协助力湖北早茶产销对接

本报电 全国供销合作总社主管社团——中国茶叶流通协会近日发出倡议,希望全社会帮助湖北做好春茶产销工作。

湖北是我国绿茶、青砖茶和红茶重要产区,去年全省茶叶种植面积全国第四、产量全国第三、产值全国第八、出口全国第五。此次疫情对湖北春茶的采摘、加工、销售、流通和出口等都造成了影响。中茶协呼吁,政府部门、行业组织、企业要加强合作,搭建茶叶购销平台,稳步推进“2020中国茶叶营销年”系列活动,继续拓展线上业务,布局增量市场,共创营销新模式。在发出倡议的同时,中茶协同步开展了华中春茶推介直播、开通“重点产茶县春茶(干毛茶)集采信息平台”等系列工作,助力湖北早茶产销对接。

(齐志明)

本版责编:王珂

消费万花筒

“去年底,我买了一辆新能源汽车,几个月下来,想要顺利充电不容易。”近日,山东某地消费者范先生对笔者说,“买车的时候看见县里不少地方都有充电桩,买车后才发现,一些充电桩坏了也没人修,最后干脆拆掉了。”

我国新能源汽车市场发展如火如荼。数据显示,截至2019年底,我国新能源汽车保有量达420万辆,同比增长46.05%。新能源汽车增量已连续两年超过100万辆,因其环保实惠、方便出行等特点已成为购车的新趋势,其配套设备充电桩的需求量自然也水涨船高。

而与不断升级的需求相比,充电桩市场的发展还存在一些问题。充电桩市场存在基