

“试完衣服把脚抬”“出门不把钱包带”“海淘不用去国外”——

新零售体验让你上瘾

张天弛 张洁凡 王俊岭

新零售正从示范城市、示范店走进普通居民的生活。最近一段时间，电商巨头纷纷布局生鲜零售：“美团买菜”在北京天通苑、北苑社区开店；“盒马菜市”首家店在上海五月花广场开业；“口碑饿了么”宣布，将以平台模式把买菜业务扩张至全国500个城市……业内人士指出，如今新零售业态愈发体现出“人”“物”“场”的数据化结合。线上线下场景及渠道的融合与传统零售业电商平台的发展之间正在形成一种良性互动，不仅意味着消费供需两端的升级，也正在成为经济转型升级的强大动力。



河北唐山市居民从24小时智能无人便利店前走过。新华社记者 杨世尧摄



在2019中国国际服装服饰博览会上，一名上海消费者通过“智能试衣魔镜”体验试穿效果。新华社记者 刘颖摄

电子屏成了试衣镜

——在新零售模式之下，体验店与物联网的结合大大提高了消费者的购物效率

电子屏成了试衣镜，所选衣物的尺寸、色彩、搭配等信息都可一键获得；逛超市结账不用排队等待，手机自助扫码付款即买即走；进快餐店吃饭，自助点单机选择好就能等待叫号取餐了……随着科技的发展，“人脸识别”“移动支付”“电子标签”等成为新的关键词，不知不觉中“新零售”已经走进了人们的生活，正在为消费者探寻更为高效便捷的购物新体验。

据了解，所谓“新零售”，就是指企业以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等技术手段，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，进而重塑业态结构与生态圈的模式。以快消产品为例，H&M、ZARA、UNIQLO等品牌自进入中国市场以来就十分火爆，但店内过于拥挤，经常会让许多消费者抱怨。在新零售模式之下，体验店与物联网的结合大大提高了消费者的购物效率。

“每逢上新，北京各大商场的优衣库门店都人满为患，试衣间和收银台前都排起了长长的队伍，密密麻麻的商品陈列和摩肩接踵的人群都让我感到窒息。即便这样，我还经常找不到想要衣服合适尺码。”生活在北京的自由摄影师顾云是优衣库的忠实顾客，每逢换季都要去优衣库扫货。“现在可以直接在优衣库APP上下单，不用专程去实体店购物了，下单后等待快递上门或者去附近门店自提即可，大大节省了时间和精力。”

事实上，新零售已经在中国多个城市得以实践。例如，上海虹桥某无人便利店可通过天花板和货架上安装的摄像头，识别商品、捕捉消费者动作，消费者只需在进店前打开小程序，开通免密支付，扫码进店，即拿即走；杭州一商场开启24小时营业品牌集合店，已集合近30家淘宝服饰和鞋包配饰类品牌，消费者可通过门店买单、门店提货、直播购买等方式选择自己喜爱的商品；西安上月底在北二环开启第10家盒马鲜生，线上下单门店发货，5公里内30分钟内送达……

口红机的试妆特效

——传统商店变身体验馆，消费者在门店内完成购物后，不在现场获得商品，所有的订单都通过电商渠道派送

尽管“新零售”是近几年才有的新概念，很多人却已经“轻车熟路”了。辽宁的毕阿姨每天都要去市场挑选新鲜的食材，准备家里的一日三餐。她说，现在环绕在小区周边的苏宁小店、便利蜂、盒马鲜生等新型便利店越来越多，“自己拿商品去机器上扫描二维码，再用微信或者支付宝付款就好了，省去了排队结账的麻烦。这些便利店还提供送货上门服务，有时来不及买菜做饭，就在手机上下单商家送货上门。”

从人脸识别、无人机配送到线下实体店零售体验，人工智能和大数据在新零售中的场景化应用越来越普及，更智能便捷的消费体验已经来到人们身边。

辽宁居民王天霖很满意彩妆专柜的口红试色机，她称反复试色要多次上妆卸妆，如果不随身携带润唇膏，多次卸妆嘴会变得干涩。“在口红机上试色就避免了多次试色，口红机还能提供化妆特效，有时素颜去试口红，也能看到上妆后涂这个颜色的效果。”

上海ZARA时代广场体验店的导购刘女士表示，体验店在商品陈列、店员工作方式、购物流程上与传统门店完全不同。更重要的是，这家店完全是为了电商业务设计的——消费者在门店内完成购物后，不在现场获得商品，所有的订单都通过电商渠道派送。她说，整个消费过程都在手机上完成，顾客在ZARA手机APP上预约试衣，导购直接将预定的商品送到试衣间。同时，店内还大幅度减少了商品陈列区域，增加了更多展示商品的LED屏幕。“门店现在看起来更像一个展览馆，消费者就像在奢侈品品牌店里购物。”她补充道。

除了购物外，一些新零售体验店还有休闲娱乐功能。武汉商业中心的华为体验店是IT从业者陈虎经常光顾的地方。陈虎表示，店里有许多智能产品，从智

能手机、平板电脑，到智能家居产品和智能穿戴产品，不一而足。“在这里我不仅能第一时间了解到华为新产品，一站式买齐需要的配件，还可以带着双胞胎儿子体验VR和各种智能产品。”

线上线下都时尚

——表面上看是零售业态的改变，其背后则是消费领域供需两侧的升级

新零售带来的不仅是体验的升级，也是理念的转变。在网络上，“新零售之城八怪”“试完衣服把脚抬”“出门不把钱包带”“海淘不用去国外”等顺口溜，代表的就是如今的零售新时尚。

前瞻产业研究院发布的《2018年中国新零售行业商业模式研究报告》数据显示，随着用户习惯的养成及新零售模式的成熟，2022年整个市场规模将达到1.8万亿元，年均复合增长率或将达到115%，发展潜力巨大。

中国贸促会研究院研究员赵萍表示，零售业的智能化发展是大势所趋，随着互联网、大数据、云计算及人工智能等相关技术的应用能力不断增强，对于零售业的影响不仅仅表现为新业态的创造，还有线上与线下渠道融合的进一步出现。

“零售业的智能化发展对传统零售业转型升级也有深远影响。对于传统零售业来说，原来是有会员没有大数据，现在能通过线上与线下的融合进行积累，并基于大数据的分析实现精准营销。”赵萍说。

赵萍进一步指出，一方面，实体店通过到线上平台开店，使线上平台落地，合作会从数据层面、客户层面再到商品层面依次打通；另一方面，线上平台可通过与实体店合作，建立更多基于大数据的连锁网店。这样一来，后台商品、员工、客户的管理方面都在应用互联网大数据和人工智能相关的技术，从而加强商品的品类管理，针对消费者具体需求实现精准营销。“这些，表面上看是零售业态的改变，其背后则是消费领域供需两侧的升级，反映出经济发展动能的升级与转换。”赵萍认为。

专家普遍认为，当前中国新零售发展形势良好，成为经济转型升级的重要驱动力。未来，应该按照中央部署，把握新一代人工智能发展的特点，坚持以市场需求为导向，结合不同行业、不同区域特点，探索创新成果应用转化的路径和方法，构建数据驱动、人机协同、跨界融合、共创分享的智能经济形态。特别是进一步利用好人工智能等新技术，推动零售消费体验不断提升。

国家统计局发布最新数据显示 首季「开门红」，文化产业更实在

本报记者 王俊岭

日前，国家统计局发布了2019年一季度全国规模以上文化及相关产业企业营业收入数据。据有关部门对全国规模以上文化及相关产业5.5万家企业调查，2019年一季度，上述企业实现营业收入19799亿元，按可比口径计算比上年同期增长8.3%。分产业类型看，文化制造业营业收入8400亿元，比上年同期增长5.2%；文化批发和零售业3588亿元，增长5.8%；文化服务业7812亿元，增长13.2%。

国家统计局社文科高级统计师殷国俊指出，一季度全国规模以上文化及相关产业企业营业收入数据主要呈现三大特征：

文化产业保持较快增长。一季度全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入19799亿元，比上年同期增长8.3%，比2018年全年加快0.1个百分点。

文化产业结构进一步优化。一是文化服务业的占比提高。文化服务业营业收入的增速为13.2%，分别比文化制造业、文化批发和零售业快8.0和7.4个百分点；文化服务业营业收入的占比达39.5%，比上年同期提高了1.7个百分点。二是文化核心领域的比重提高。核心领域营业收入增长12.0%，远高于相关领域3.5%的增速；文化核心领域营业收入的比重为58.5%，比上年同期提高了1.9个百分点。三是西部地区增速较快。西部地区文化及相关产业营业收入的增长速度为15.2%，远高于中部地区的10.7%、东部地区的7.3%；西部地区占全国份额为9.0%，高于上年同期的8.4%。

文化新业态发展迅速。在文化及相关产业9个行业中，增速超过10%的行业有5个，分别是新闻信息服务（20.9%）、文化投资运营（13.3%）、创意设计服务（12.5%）、文化传播渠道（11.5%）和内容创作生产（10.1%），均涵盖了大多文化新业态。进一步分析发现，这些行业中的互联网信息服务、文化产业园区管理、互联网广告服务、电子出版物、互联网文化娱乐平台等基于互联网平台和现代信息技术的新业态营业收入增长速度均在20%—40%之间，表明文化新业态已成为引领和推动文化产业发展的重要力量。

文化产业在各地也受到越来越多的重视。在山东，首届中国（淄博）国际喜文化产业节吸引了来自全国20多个省市及韩国、日本相关产业的近千人参与，共同分享民俗、民风、传统礼仪、喜庆文化相互融合的经验；在四川，四川出版集团和川报集团携手发挥各自优势，在文化产业IP共建、投资等领域与封面传媒加强交流合作，共同探索在特色旅游地区开展地域文化特色的文创产品；在广东，第十五届文博会在深圳紧密锣鼓地筹办，香港、澳门和广东9地市的文化产业创新发展成果将集中亮相……

北京市社科院经济研究所所长杨松在接受本报记者采访时指出，随着经济的发展特别是人民生活水平的提高，中国老百姓对于文化产品的消费需求无论在数量上还是质量上都出现明显增长，成为文化产业及企业实现快速发展的重要背景和基础。

“长期以来，文化给人的感觉相对比较虚。如今，文化产业的发展与文化企业的壮大，让越来越多的文化元素实物化、服务化，更加真切实在。与此同时，文化产业的快速发展还伴随着与旅游、金融、消费等其他维度的融合，这对于我们调整优化经济也有十分积极的意义。”杨松说，目前，政府在公共文化服务方面做了大量工作，但与文化产业的快速发展相比，供应还略显不足。未来，一方面进一步加大公共文化产品的供给，另一方面加大对文化产业发展的扶持引导力度，让文化产业在经济发展中发挥更大作用。

中铁国际集团助力「数字孟加拉」

孟基础设施三期项目即将完工

本报电（曹妍）日前，随着在距孟加拉首都达卡约185公里的波拉岛上最后一个市级站点设备安装完毕，由中国中铁国际集团总承包的孟加拉政府基础网络三期项目接近完工。这意味着，孟加拉所有行政区域的政府骨干网络回路将被完全打通，高速网络就像奔腾的血流一样，通往孟加拉全国64个市、488个县、2600多个乡。

据了解，孟加拉政府基础网络三期项目，是“数字孟加拉”战略的基础设施载体。该项目在二期项目基础上，对政府基础网络进行扩容和延伸，实现市级行政区域100G、县级10G、乡级1G带宽的目标。项目范围包括新建部分乡的网络，增强高层级行政区域骨干网络，并部署国家网络管理平台所需的设计、供货、安装及培训服务，合同金额约10.43亿元人民币。

2018年开工以来，现场作业人员克服了条件艰苦、高温湿热、蚊虫叮咬、路途遥远等困难，奔赴孟加拉全国64个市，完成现场站点设备安装、上电、调试、集成调测和初验等工作。

“数字孟加拉”是孟加拉国家级战略，由孟加拉政府于2008年提出，希望通过该政策将孟加拉丰富的人力资源从传统的纺织业、农业等转向高科技行业，从而促进国家经济的发展。该计划将利用信息通信技术（ICT）发展后对经济发展的促进作用，实现孟加拉国在2021年达到中等收入国家水平的目标。

专家指出，孟加拉国家数字联通项目将实现“数字丝绸之路”与“数字孟加拉”战略的有效对接，促进中孟信息通信基础设施的互联互通。该项目完成后，将有效提高孟加拉政府办事效率，直接促进孟经济社会发展，并助力提升中孟信息通信基础设施的互联互通水平。



金钗石斛：脱贫“仙草”

近日，贵州省赤水市的金钗石斛陆续进入盛花期。据了解，金钗石斛是一种名贵中药材，有“仙草”之称。近年来，赤水市多个乡镇积极推进农业与乡村旅游等产业融合，采取“合作社+支部+农户”模式，鼓励农民种植金钗石斛，助力脱贫攻坚和乡村振兴。因为一名当地农妇在晾晒刚采摘的金钗石斛鲜花。

王长青摄
(新华社发)