近期多地的大型传统百货商场传出关门或易主的消息——

传统百货会“凉”吗

本报记者　**孔德晨**

近日，北京市知名的电子产品聚集地百脑汇闭店停业，引发关注。事实上，不止百脑汇，去年以来各大传统百货商场频频传出或关门或易主的消息，赛特购物中心已停止营业、长安商场闭店出清、家乐福中国被线上企业苏宁易购收购……传统零售不景气，背后有哪些原因？未来将如何发展？记者进行了采访。

图①：“告别气球艺术展3.0”日前登陆上海静安大悦城，20万个气球打造的梦幻场景吸引了不少市民观展和拍照。　王　冈摄（人民视觉）

图②：坐落在朝外大街的百脑汇，曾是北京朝阳区最热闹的地方之一。现在百脑汇已闭店，鲜有行人驻足。　本报记者　孔德晨摄

图③：日前，“华彩京工·匠心传承　共创永恒经典”——2019老字号时尚创新精品荟在西单商场正式开幕。堪称“国礼”的四面方樽瓶、龙袍凤袍、百年湖笔等10余家北京老字号品牌的镇店之宝在商场展出，供游客观览。　贺路启摄（人民视觉）

来传统商场买东西的人少了

“西有中关村，东有百脑汇”。朝外大街99号百脑汇，是北京朝阳区地标性建筑之一。这里曾是电脑、相机、手机等数码电子产品的“天堂”，以百脑汇为中心的朝外一带更是北京最热闹的地方之一。

6月17日，记者来到这里，却只见百脑汇各个大门上贴满了闭店停业通知，紧锁的门里已搬空的一排排店面诉说着这里曾经的辉煌。不时有群众走过驻足观看，唏嘘一番再离开。“以前没想着进去看看，现在不在了，反而挺想念的。”市民张先生打量着门口的停业通知，对记者说，“我住在这附近，有时候晚上遛弯儿会路过这里，知道是卖手机电脑的地方。”

曾经北京十分流行“攒机”，买电脑自己“攒一个”，便宜又好用。这样的“攒机”生意带火了百脑汇，最火的时候每天早上还未开店时就有市民在百脑汇门口等候开门。今年已年过半百的王大爷告诉记者，他是北京城最早拥有电脑的一批人。“那个时候百脑汇可火啦，生意好得不得了，我记得有次搞促销，很多人一大早就在门口排队，等着挤进去抢购。”王大爷回忆，“那个时候电脑都是自己‘攒’，现在不一样了，我儿子他们都喜欢买品牌的电脑，不费心更省事儿。”

随着电子产品更新换代，电商飞速发展，来实体店购置电脑的人渐渐变少，百脑汇的生意也逐渐“凉”了。根据百脑汇大门上商家贴的搬迁店址的通知，记者找到了曾经在百脑汇做生意的赵店长。“现在这一行是真不好干。”赵店长叹气道，“实体店的成本太高，房租是大头，而且现在大家都在网上买电子产品，像京东这样的电商给实体店带来的冲击太大了。”赵店长表示，很多顾客都是先在网上比对好了价格后再来实体店看看实物决定是否购买。“东西必须要跟网上一样，甚至还要比网上价格更低顾客才会买。”赵店长说，“我在这条街做了十几年了，以前百脑汇人多，生意也好，现在渐渐不行了。”

问及百脑汇里原来大部分商家的去处，赵店长摇头道：“好一点的有去写字楼的，有去双井那边盘了个小店面的，但更多的找不到合适的地方开店，干脆就不干了。”赵店长表示，像他这样电脑和相机的出售、租赁、修理各种业务都覆盖的店家还好一些，单做一项的店家在这一行根本活不下去。

不仅是百脑汇，一批曾经红极一时的传统百货商场正逐渐淡出人们的视野。近日，位于西长安街的长安商场在经营29年后，正式闭店进入升级改造期，按计划，1-5层的装修改造将于年底前竣工。店外有群众来来往往，也有住在周边的居民特地过来“看一看”。住在附近的居民王阿姨回忆道，曾经长安商场是北京最负盛名的商场。“早些年能在长安商场买东西的人都不简单。”王阿姨说，“这里卖的东西大多是奢侈品，当年来这里买东西是很时髦的一种生活方式。”但后来，人越来越少，特别是年轻顾客来得少了，商场一天天冷清下来。王阿姨表示，这么多年她与长安商场已经有了感情，“我很期待商场改造后的样子。”

新型综合体更受欢迎

百脑汇关门带走了不少市民的回忆，也折射出传统零售业态的“尴尬”现状。

中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍分析，传统商场的困境有着深刻的时代背景，主要是两种新型零售业态共同冲击的结果。

一种是已经充分融入人们生活的电子商务。

电商具有价格低廉、交易便捷、品类丰富的优势，对传统零售产生直接的冲击。“比如京东、苏宁易购这样的电商平台，就是从售卖电子产品、家电而崛起的。”赵萍说，“这些电商平台通过平台化的转型，为消费者提供了更多的产品和服务，从而提升了家电和3C（计算机、通信和消费类电子产品）消费者的消费体验，对百脑汇这样主要以卖3C类产品为主的商场产生了明显的分流作用。面对这样的竞争，传统的百货商场创新乏力，特别是在服务创新方面，不能满足今天人们对于个性化、多样化商品的需求，就会陷入被动。”

另一种则是新型购物中心。

传统百货不景气，并不意味着消费者不去实体店购物了。问及北京年轻人现在购物的去处，大多数年轻人都回答是大悦城、世贸天阶等这类集娱乐和购物为一体的商业综合体。在北京工作的小徐表示，她经常周末时与朋友一起去朝阳大悦城、三里屯SOHO逛街。“现在出来逛街并不单单是为了购物。”小徐说，“更多地是为了与朋友在一起玩乐放松。像在朝阳大悦城，不仅有卖衣服、鞋子、化妆品的店，还有不少饭店、电影院等，吃喝玩乐都能满足。”而被问及长安商场、燕莎商场这类老百货商场，小徐摇头表示没有去过。“长安商场我听说过，但从来没有进去过。”小徐说，“我记得有一回从那儿路过，但是看着店里装修比较陈旧，没有进去购物的欲望。”赵萍介绍，新型购物中心是个综合体，融合了餐饮、购物、休闲、娱乐等多种业态，强调体验、社交，近年来得到了高速度、大规模的发展。

在电商和新型的冲击下，传统零售商场如果不能及时转型升级，难免会走下坡路。

事实上，尽管大商场近几年普遍日子不好过，但也有一些百货商场异军突起，成为城市瞩目的地标。比如同样在北京，SKP的业绩连续数年居全国第一，每逢店庆促销时，商场周边都严重堵车。专家指出，这种反差提示零售百货业，只有深度了解目标消费群体的偏好，挖掘其潜在需求，从单纯地售卖商品向引领生活方式转变，才有可能跟得上消费升级的步伐。

线上线下融合是趋势

今年“6·18”电商年中促销活动刚刚落幕，苏宁易购出资48亿元收购家乐福中国80%股份的消息不胫而走。对此，商务部明确表示，线上电子商务企业和线下商超融合发展是商业零售业发展的新趋势，能实现不同业态的优势互补，扩展供应链的综合服务空间，今后将采取积极措施，推进线上线下融合发展，推动消费转型升级。

线上线下融合，正成为大势所趋。

赵萍分析，未来线上线下融合的深度和广度必将不断扩大。“在收购家乐福之后，苏宁易购的线上业务就可以在苏宁线下的便利店、购物中心、生鲜店这类百货业态和家乐福这样的大卖场和综合超市业态实行了。”赵萍说。她认为，这种深度和广度的增加，为消费者带来两方面好处。首先，大大丰富了消费者的选择。“由于线上线下融合覆盖的业态越来越多，这就意味着有越来越多的品类可以提供给消费者，丰富了消费者的选择。因此，促进线上线下的交叉引流对于提升消费体验至关重要。”其次，大大增强了消费便利。赵萍分析，正是由于线上线下融合的范围越来越广、密度越来越大、深度越来越深，消费者获取线上线下各种业态、各个地区的商品信息变得更加方便。“在融合的网点密度大幅度增加的情况下，就近配送就可以实行。对于消费者购物而言，不仅在信息获取的方面更加便利，取得商品的速度也会明显提升，从而进一步增强了消费便利。”

传统百货怎样走好融合之路？赵萍认为，创新是百货业走出困境的关键。她表示，目前线上线下融合大多是线上发起、主动布局线下。在互联网渗透率不断提高的背景下，线下的百货业也要顺应信息化社会消费变化的大趋势，加强线上投入力度，从而在产品创新、业态创新和服务创新方面为消费者提供其更需要的商品和更便捷的渠道。

传统百货商店还应聚焦消费需求的变化趋势。只有通过不断调整产品结构、场景搭建以及服务方式，才能更好地提升消费体验。“毕竟，无论零售业怎样发展，都必须以服务消费者为中心，这是零售业的本质。”赵萍说，“只有聚焦本质，才能有更好的发展前景。”

记者了解到，长安商场改造后将以“社区商业”为主，建成一个开放式生活中心；而百脑汇则将改造为一个家居卖场。传统百货的转型，仍在不断探索中。

中国成欧莱雅首个运营设施“零碳”市场

本报记者　**李　婕**

全球知名化妆品集团欧莱雅日前宣布其位于江苏省苏州市的尚美工厂实现“零碳”。同时，欧莱雅在中国的分销中心、研发和创新中心以及办公室先后达成绿色电能使用，中国成为欧莱雅第一个包含工厂、研发和创新中心、分销中心、办公室等在内的完整运营设施实现“零碳”的市场。

苏州尚美工厂建于上世纪90年代，是欧莱雅进入中国市场最早投资的工厂，也是其在亚太地区产量最大的工厂，主要生产欧莱雅旗下的护肤、染发、烫发以及洗发护发产品，工厂总建筑面积约6万平方米。目前，苏州尚美实现由太阳能、风能和生物质能供电供热，截至2019年5月，工厂在与2005年相比产量提升3.5倍的基础上，二氧化碳排放量减少了100%。

“如今，苏州尚美不仅生产最优质的产品，更以其坚持可持续的绿色理念走在欧莱雅全球工厂的前列。”欧莱雅新任中国首席执行官费博瑞说。

除运营设施之外，欧莱雅也在产品配方、产品包装、快递包裹等方面减少碳足迹。例如，在2018年“双11”期间，欧莱雅共有200万个绿色包裹送达消费者的手中，这些绿色包裹使用无塑料胶带、非塑料层压纸箱，箱内所有保护和填充材料都替换成可再生纸质材料，可以100%回收利用。

一系列绿色举措是否会意味着更高的成本投入？“最终来看，我们对于可持续发展做的一切都是有利于促进成本效益的，无论是可持续发展还是促进业务增长，两者能够并行不悖。”欧莱雅亚太区高级运营副总裁安东尼·旺莱斯以太阳能发电为例说道，2014年，苏州尚美工厂安装了太阳能发电系统，有了相关基础设施后，相关成本不断下降，他们认为最终太阳能发电将成为零成本的电力来源。

中国政府对可持续发展相关项目的支持力度也非常大。欧莱雅亚太区环境事务副总监谌振介绍，就太阳能光伏发电来说，在政府资金补贴和能源合作管理模式下，总电费可以和正常的电费持平；风力发电成本虽比正常电费稍高，但通过节能改造和措施，整体上也可以通过提高能源效率弥补费用问题；生物质能方面，则是在苏州工业园区管委会的促成下，达成了与当地生物质燃气工厂的合作，从而实现了苏州尚美工厂3种可再生能源的结合。

解决家政服务“不规范”“找不到”“不满意”难题

家政服务提质扩容

本报记者　**徐佩玉**

从保姆、保洁、搬家，到专业护工、育婴师、理财管家，家政服务业分工越来越细，专业化、规模化、品牌化程度不断提高，市场需求逐年增长。同时，“不规范”“找不到”“不满意”等行业发展短板依然存在。

近日，国务院办公厅印发《关于促进家政服务业提质扩容的意见》（以下简称《意见》）。发展改革委有关负责人日前指出，《意见》是十八大后国务院层面的第一个家政服务政策性文件，围绕“提质”和“扩容”两个关键词，提出了36条具体政策，为今后一段时期家政服务业的发展指明了方向。

家政服务业是“小切口、大民生”的体现。此时出台《意见》，既因中央有部署，也因社会有需求。

家政服务市场总规模持续扩大。该负责人分析，近年来，中国居民消费能力不断增强，全面二孩政策推进实施，老龄化程度不断加深，社会分工日益细化，新型城镇化加速推进，导致多样化的家政服务需求呈现刚性增长，家政服务市场总规模近年均保持20%左右的增速。

长期以来，家政服务领域积累的矛盾较多，群众多反映不知道去哪里找合适的家政服务人员，即使找到了也不尽如人意。

为解决现阶段家政服务业“不规范”“找不到”“不满意”问题，《意见》围绕“提质”和“扩容”这两个关键词，提出了36条具体政策，主要从五方面重点发力。

首先是支持发展员工制家政企业。《意见》明确员工制家政企业定义，把灵活就业但缴纳了居民社保的职工也认定为员工制企业员工，让企业享受员工制企业的各项支持政策。同时，推动北京、上海等重点城市率先发展员工制家政企业，形成示范效应。

其次通过培训提升服务质量。发展改革委政策研究室副主任孟玮指出，提升家政服务质量的关键在于人，既要加大对家政服务员的培训力度，形成完整培训体系，做到“无培训不上岗”，也要吸引更多高素质年轻人进入家政服务业，提升行业活力。《意见》要求每个省至少有一所高校开设家政相关专业，并着力培育100家以上产教融合型企业，支持家政企业举办职业教育，从而提高从业人员素质，从源头上提高服务质量。

三是降低企业运营成本。《意见》通过完善增值税加计抵减、扩大员工制家政企业免征增值税的适用范围、开展“信易贷”试点、支持家政企业发行社会领域产业专项债券等一揽子措施，让企业轻装上阵。

四是推动家政进社区。社区既是发展家政、养老、托幼等服务业的基本依托，也是长期以来有效供给的短板。《意见》明确支持家政企业在社区设置服务网点，其租赁场地不受用房性质限制，加大社区家庭服务税费减免力度，促进居民就近享有便捷服务。

五是加强行业监管。孟玮表示，家政服务业从业人员需要进入老百姓的住所里，这就有一个安全的问题。《意见》提出加大守信联合激励和失信联合惩戒力度，对信用好的企业降低监管频次，对失信企业进行联合惩戒，同时通过建立健全标准体系、推广使用示范合同文本、引入家政服务业人员持证上岗等方式，推动行业规范化发展。

家政服务业有其特殊性。从用工关系来看，家政服务人员处于提供日常生活服务的位置，不少人认为是属于弱势的一方，而他们服务的对象大多是老人和儿童，也相对弱势。如何做好双方的权益保障，备受关注。对此，《意见》给予了明确。在从业人员权益方面，《意见》明确提出保障家政从业人员合法权益，积极推动改善家政从业人员居住条件，规范和完善家政从业人员体检服务，畅通家政服务人员职业发展路径等手段，同时将优秀家政服务人员纳入各类表彰激励范畴，提升家政职业荣誉感和吸引力。在消费者权益保障方面，《意见》通过推广合同示范文本、“居家上门服务证”，健全纠纷常态化多元化调解机制，维护消费者合法权益，让消费者能够放心消费。此外，商业保险是保障家政服务员和消费者的权益的重要手段。今后将鼓励保险公司提供综合保险方案，开发雇主责任险、职业责任险等细分险种，同时支持有条件的地方组织家政企业和从业人员统一投保并进行补贴。

暑期第一课　垃圾分类我先行

6月30日，浙江省湖州市长兴县第七小学开展“暑期第一课　垃圾分类我先行”主题活动。学生通过亲身参与垃圾分类、成立假日宣传队入户宣传等方式，将垃圾分类活动，提高环保意识，养成垃圾分类的生活习惯。图为长兴县第七小学的学生们正在亲身体验垃圾分类投放。　吴　拯摄（人民视觉）