

实体零售业迈开“云”步伐

打造数字平台,开展线上卖货,运用智慧管理系统,提升物流效率,适应新的市场需求

□ 彭文文

近年来,面对电商冲击和消费者购买习惯变化,特别是受新冠肺炎疫情影响,一些传统商超、商场、百货企业加快数字化转型,如推出社区团购小程序、开展直播带货或者线上卖货、运用数字化管理系统提升全渠道经营效率等,取得明显成效。专家表示,实体零售业应将数字技术、业务和经营管理进行深度融合,围绕消费者创新增长模式,重构整体价值链和生态体系。

加快数字化转型

上海市民黄女士平时喜欢网购,不过她近来有一个新发现——离家不远的大润发杨浦店购物体验不错。在店里,家电、纺织品、生鲜、快消品等各类商品摆放有序,货架变低了,灯光更适宜。通过“云货架”屏幕能筛选商品,了解价格、功能等商品详情,还可以扫码购买。在结算处,她可以选择自助结账机,将商品条码对准扫码口,逐次扫码商品,然后进行线上支付。

上海杨浦店是老牌零售企业大润发近年来数字化转型的一个缩影。“我们店是大润发2017年决定数字化转型的第

一个门店,疫情大大推进了转型步伐。”大润发杨浦店店长程东介绍说,以水果为例,线下陈列比较有限,但线上可提供100多种,通过销量数据还能不断对商品进行淘汰升级。目前,该店每天通过大润发优鲜App等下单的数量近5000单,较疫情发生前增长了1倍。

实体零售分为百货店、大型综合商场、超级市场、便利店等多种业态。作为国民经济的重要组成部分,零售业与人们生活有着密不可分的关系。

实体零售业为何要向数字化转型?一方面原因来自其自身遇到的发展瓶颈。随着电子商务兴起和消费者购物方式变化,品类齐全、物美价廉的实体零售业优势逐渐减弱,转型成为现实问题。另一方面,疫情对实体零售业造成巨大冲击。出于疫情防控需要,顾客外出购物频次大幅减少,众多实体门店客流下滑明显。国家统计局公布的数据显示,虽然2020年限额以上零售业单位中的超市零售额比上年增长3.1%,但百货店、专业店和专卖店分别下降9.8%、5.4%和1.4%。

“在疫情冲击下,实体零售企业数字化转型和拓展全渠道的决心更加坚定。”中国连锁经

营协会秘书长彭建真说。

“云购物”成为关键词

“以前刚做导购时,就是摆弄一下衣服。现在每天除了上班,还需要直播卖货、搭配货品。”在北京银泰百货一家运动品牌店做导购工作的陈女士十分忙碌。直播活动中,凭着对运动品牌的较深入了解和个性化搭配,她在多个直播平台吸引了不少粉丝。现在门店为陈女士和其他直播导购设立了直播间,还采购了补光灯、场景道具等专业器材,进一步提升了直播效果,不仅线上订单增加,还导流到线下门店。

为满足顾客对快递时效的需求,银泰百货还在北京、杭州等全国26个城市的近50家门店推出“定时达”服务。顾客通过线上下单,在门店5公里范围内,快递员最快1小时将商品送达,5公里~20公里内半日或次日送达,这项服务受到很多顾客欢迎。

为消费者提供线上线下全场景销售服务,正成为很多实体零售企业的共识。中国百货商业协会今年初发布一份针对全国67家百货和购物中心企业的调查报告显示,以直播带货、社交媒体线上营销和小程序商城为主要形式的“云购

物”,成为去年实体零售业的关键词。数据显示,96%的受访企业已开展线上营销或销售渠道业务,其中进行直播营销卖货的达84%、搭建数字化商城的占76%、建立社群营销和卖货的占64%。

“防疫期间,数字化对实体商场的带动效果非常明显。”中国百货商业协会秘书长杨青松认为,通过数字化平台的宣传,实体零售企业扩大了知名度,不仅增加了到店客流、提升了交易额,还与顾客形成长期互动关系,使企业有望通过优化服务将普通消费者转变为忠诚顾客。

智能化管理提高效率

“以前,当多个线上渠道的订单涌来时,超市工作人员必须登录多个拣货后台、多头操作,不仅流程繁琐,拣货时间长,订单出问题的概率也很高。”江西九江联盛易佳数科公司总裁黄远华管理着50多家联盛超市门店。近年来,联盛超市通过自建数字化销售平台“易佳购”,并上线京东到家、美团、饿了么等多个平台,推进多渠道业务。在线上订单量增加的同时,门店也出现了全渠道履约和运营能力不足等痛点。

引入数字化、智能化管理系统,成为提升企业经营效率的新选择。去年4月,联盛超市试点引入达达集团研发的海博系统。黄远华说,通过不断探索和优化,企业目前在商品管理、会员运营、营销推广等方面的数字化能力大大提升,管理也更加规范,还降低了运营和履约成本。以拣货为例,现在工作人员只需要通过一个系统就能快速完成多个线上渠道的订单拣货、商品复核,且误差率很低。

为进一步促进流通企业转型升级,国务院办公厅此前发布的《关于加快发展流通促进商业消费的意见》提出,支持线下经营实体加快新理念、新技术、新设计改造提升,向场景化、体验式、互动性、综合型消费场所转型。对零售百货业说,这意味着数字技术、业务与经营管理需进行深度融合。

专家表示,零售百货企业应坚定数字化方向,利用平台工具提升实体店的服务能力,形成稳定的线上线下相结合的消费人群;利用多种技术手段形成沉浸式数字体验新环境,巩固线下服务和体验优势。同时,零售企业还应针对疫情影响,进一步优化供应链、提升物流效率,适应新的市场需求。

直播经济“带火”传统“京东第一大集”

河北省唐山市玉田县鸦鸿桥镇享有“京东第一大集”美誉,拥有小商品城、针织、建材等12个专业市场,临街门店和市场摊位1.3万个。近年来,鸦鸿桥镇依托产业优势,着力打造电商产业园,为企业搭建直播平台,营造常态化的直播商业氛围,以线上营销新渠道推动当地经济发展。图为玉田县鸦鸿桥镇“聚民惠”电商产业园的主播在利用直播平台推介商品。

新华社记者 牟 宇 摄



消费市场持续恢复态势未变

1月~8月社会消费品零售总额保持两位数增长

□ 汪文正

日前,商务部消费促进司有关负责人在谈及8月我国消费市场情况时表示,尽管受到疫情汛情等因素影响,消费市场增速总体放缓,但仍展现出较强韧性。

新型消费快速发展

今年8月份,全国社会消费品零售总额3.4万亿元,同比增长2.5%,增速比上月回落6个百分点,比2019年同期增长3%。1月~8月,社会消费品零售总额28.1万亿元,同比增长18.1%,比2019年同期增长8%。

“近期国内疫情多源多点发生,居民出行和消费减少,加上去年同期基数升高,今年8月份市场销售增速比上月回落。”国家统计局贸易外经司统计师张敏说,但从累计增速看,1月~8月社会消费品零售

总额仍保持两位数较快增长。总的来说,消费市场持续恢复态势并未改变。

商务部消费促进司有关负责人分析,具体来看,8月份消费市场有以下特点:

基本生活消费保持平稳。8月份,限额以上单位粮油食品、饮料零售额同比分别增长9.5%和11.8%。1月~8月,在实物商品网上零售额中,吃类商品销售同比增长22.4%。

升级类商品销售较快增长。8月份,限额以上单位金银珠宝、文化办公用品、体育娱乐用品零售额同比分别增长7.4%、20.4%和22.7%,家具、建材分别增长6.7%和13.5%。一些流通企业、电商平台绿色智能家电、家居产品销售增长20%以上。

新型消费快速发展。1月~8月,实物商品网上零售额6.6万亿元,同比增长15.9%,占社会零售总额比重达23.6%。8月

份,新能源汽车销售32.1万辆,同比增长1.8倍,创单月历史最高纪录。

消费价格总体平稳

消费价格方面,商务部新闻发言人束珏婷介绍,8月份,消费价格总体平稳。全国居民消费价格(CPI)同比上涨0.8%,环比上涨0.1%。分结构来看,食品价格同比下降4.1%,其中猪肉、鲜菜价格分别下降44.9%和1.5%,非食品价格上涨1.9%;消费品价格上涨0.3%,服务价格上涨1.5%。1月~8月,CPI同比上涨0.6%。

中国贸促会研究院副院长赵萍分析,8月份,受猪肉价格下降等因素影响,在CPI中占据较大比重的食品价格下降4.1%,影响CPI涨幅回落。未来,CPI有望保持温和走势。

中秋、国庆节日,如何做好重要民生商品保供稳价工作?国家发展改革委价格司

副司长、一级巡视员彭绍宗表示,“两节”期间,围绕保供稳价主要有4个方面的安排:

一是加强市场价格监测预警。以群众生活必需品为重点,密切关注市场供需变化,及早发现苗头性、倾向性、潜在性问题,尽早预警处置。二是保障市场供应。对米、面、油、肉、耐贮蔬菜等重要生活必需品,提前充实储备规模,根据市场形势及时精准投放储备。三是加大市场价格监管力度。严厉打击捏造散布涨价信息、哄抬价格、囤积居奇、串通涨价等违法行为,规范市场价格秩序。四是及时足额发放价格临时补贴。鼓励有条件的地方根据部分商品价格上涨情况,适当提高临时补贴标准,向困难群众发放一次性生活补贴。

向好态势仍将延续

接下来,消费形势怎么看?

赵萍分析,后期随着疫情得到有效控制和促消费政策进一步发力,加之传统消费旺季来临,住宿餐饮、文化旅游等消费需求将得到释放,消费有望继续保持恢复性增长。

“下阶段,随着就业保持稳定,居民收入增加,居民消费需求有望不断释放,消费市场恢复向好发展态势仍将延续。”张敏说。

国家发展改革委有关负责人指出,从长期看,我国加快构建新发展格局,实施扩大内需战略,扎实推进共同富裕,扩大中等收入群体,新技术新产业新业态新商业模式快速发展,这里面孕育着巨大的消费潜力和升级需求,将有力支撑消费总量扩大和质量改善。下一步,国家发展改革委将充分发挥完善促进消费体制机制部际联席会议制度的作用,与有关部门一道,统筹生产、分配、流通、消费各个环节,考虑不同领域、不同层次、不同群体消费发展需求,系统全面促进消费供给体系、需求结构、流通网络和发展环境提质升级。

中欧班列助“广货”卖全球

本报讯 通信设备、家电、灯具、家具……如今,越来越多粤港澳大湾区的优势产品和特色产品,不是经大家熟悉的水路装船出海,而是通过中欧班列这条通道,源源不断运往中亚、欧洲。

自2016年广州首开中欧班列以来,5年间的发展呈快速上升趋势——广州中欧班列共从广州大朗站发运班列387列、标箱35,932个,申报进出口货物总值超140亿元。

粤港澳大湾区是全球最重要的制造业基地之一,也是全国外贸进出口的重要始发地。2016年8月28日,首趟广州中欧班列“穗满俄”(广州大朗—满洲里—俄罗斯沃尔西诺)顺利发车。

受新冠肺炎疫情影响,从去年开始,部分海外订单需求向我国转移;在海运需求增长的同时,海运费用也大幅增长,这增加了本土出口企业的物流成本。而中欧班列有着覆盖地域广、运输承载量大、运输成本较空运低、运输时间较海运短等诸多优势。今年以来,截至8月

27日,广州大朗共开行出口班列85列,发运标箱8498个,货重4.18万吨,货值26.24亿元,同比分别增长54.55%、67.15%、63.92%、43.39%。

能实现贸易额逆势上涨,除了中欧班列的优势外,通关便利化也起到了助推作用。广州海关全面推广便捷通关措施,发挥智慧海关监管优势。除了现场设立中欧班列服务专窗,提供“一站式”服务外,广州海关同时开展舱单归并、简化申报手续等举措。目前各线路从确认需求到抵达目的地平均仅需15天,比海运节约50%以上的运输时间。

“为助力中欧班列业务发展,5年来,广州海关实施以铁路运输为核心、多式联运为纽带,水运、陆运监管点为网点的物流监管模式,促进信息共享、互联互通,建立了跨关区通关协调机制。”广州海关副关长许广安说。下一步,广州将继续支持广州中欧班列提高业务覆盖面,进一步拓展欧洲方向班列线路,提升竞争力。(贺林平)

文旅产品博览会聚焦文旅新业态发展

本报讯 以“共话百年 共同富裕 美好生活 美丽中国”为主题的第16届中国义乌文化和旅游产品交易博览会将于9月25日~27日在浙江义乌举行,推动文旅新业态高质量发展、打造满足美好生活的“智慧新图景”。

从长城的“万里雄关雪糕”到秦始皇兵马俑的“点赞将军俑”,非遗文创、VR体验等多业态融合将是本届博览会的一大亮点。多位国家级非遗代表性传承人将现场表演柳编、木雕、京绣、宣纸制作等非遗技艺。

据悉,本届博览会由文化和旅游部、中国贸促会和浙江省人民政府主办,会上各类文旅新兴业态和产品将集中亮相,囊括非遗文创、旅游装备、文化设计、数字科技等多个领域的产品和服务。

我国工业机器人自主研发提速

本报讯 在世界机器人大会闭幕式上正式发布的《中国机器人产业发展报告》显示,2021年,我国机器人市场规模预计将达到839亿元,其中工业机器人市场规模将达到445.7亿元,预计2016年~2023年的平均增长率达18.3%。

近年来我国制造企业数字化、智能化转型建设步伐日益加快,有力推动了工业机器人市场快速发展。受疫情影响,2020年在全球机器人市场出现下滑时,我国工业机器人市场已率先开

始复苏。预计到2023年,国内市场规模进一步扩大,将突破589亿元。

市场规模不断扩大的同时,研发水平也在持续提升。报告显示,当前我国工业机器人自主研发进程提速,应用领域向更多行业拓展,工业机器人核心零部件自主化步伐明显加快。作为我国高端制造业的代表之一,近年来工业机器人核心零部件自主化率不断提升,正逐步形成自主可控的产业链生态。(韩 鑫)

第二十届长春农博会现场交易额2.6亿元

本报讯 第二十届中国长春国际农业·食品博览(交易)会日前落下帷幕。据悉,本届农博会观展人数达到82万人次,线上观展点击量达5100万人次。展会期间现场意向性签约金额7亿元,现场交易额达到2.6亿元,线上交易额766.54万元。

本届农博会会期10天,共有1500余家企业参展,展销农产品600余种。拖拉机无人驾驶技术、播种机电脑终端数据采集、植保无人机、工业焊接机器人等技术 and 产品集中亮相。精品畜牧展区共展示6400余头(只)优良畜禽及经济动物品种,其中无抗猪、无抗鸡等动物首次参展。

本届农博会聚焦智慧农业和乡村振兴等主题,通过搭建设施装备展览、品牌推介、贸易洽谈、产销对接等平台,展示现代农业产业发展成果,并与涉农企业、专家、农民共商乡村振兴发展大计。

本届农博会荟萃了来自吉林省内各地的名优农产品、地标性农产品和绿色有机食品。吉林大米、吉林玉米、吉林杂粮杂豆、长白山人参、长白山食用菌、吉林优质畜产品、吉林梅花鹿等越来越多的“吉字号”农产品强势出击,深受国内外消费者的信赖和喜爱,为吉林省乡村振兴注入新动力。(关思聪)