

# 主动拥抱新技术,打造新场景新业态 传统商场加快

# 数字化转型

□ 人民日报记者 王珂

商场是繁荣市场、保障就业的重要渠道。日前发布的《关于恢复和扩大消费的措施》提出,“加快传统消费数字化转型”“发展即时零售、智慧商店等新零售业态”。当前,消费不断升级,对商场提出了更高要求。紧跟需求步伐各地不少商场主动拥抱互联网、大数据等数字技术,加快建设智慧商场,打造新场景、新业态,为消费者带来全新体验。

顺应实体零售转型升级和数字化发展趋势,今年1月,商务部公布了全国首批12个全国示范智慧商圈和16个全国示范智慧商店,为智慧商店建设提供了经验模板。各地建设智慧商店有哪些新做法?消费者有怎样的新期盼?记者进行了探访。

## 新技术带来智慧消费新体验

华灯初上,北京市朝阳区三里屯商圈游人如织。步入其中,各式各样的“智慧”元素与人群频频互动,数字光影在夜幕中愈发夺目。

记者在现场看到,正值就餐高峰,商场内多家餐饮门店内的机器人忙碌起来,提示排队进度,引导消费者就餐,让等待的消费者少了一份枯燥。

在停车场出口也不用排队缴费,消费者通过小程序可以智能停车,查询免费停车时长、停车费用等情况,还可实现购物自助积分、积分换礼、代客泊车等功能。

类似的消费新体验,在三里屯商圈还有不少。在太古里南区广场北侧的一家化妆品店,一些顾客正在彩妆区AR(增强现实)“魔镜”前试妆,可以自主选择各种品牌的化妆品,也可以随心搭配眼影、眼线、唇彩等。“魔镜”能够展示化妆前后对比图,更清晰地展现妆容效果,为顾客挑选购买合适的化妆品提供参考。

商场和商圈是城市商业体系的重要内容,也是促进流通创新、培育新兴消费的载体。很多实体店适应消费升级需求新变化,加快运用现代信息技术,建设智慧商店,创新消费场景。

商务部办公厅印发的《智慧商店建设技术指南(试行)》提出,智慧商店是指运用现代信息技术(互联网、物联网、5G、大数据、人工智能、云计算等),对门店商品展示、促销、结算、管理、服务、客流、设施等场景及采购、物流、供应链等中后台支撑,实现全渠道、全场景的系统感知、数据分析、智能决策、及时处理等功能,推动线上线下融合、流通渠道重构优化,以更优商品、更高效服务和更好体验满足顾客便利消费、品质消费、服务消费需求的商店。

走进江苏南京新街口苏宁易购旗舰店,在影音体验区,多个品牌的家庭影音产品同场展示、同台竞技,既方便消费者选择,也带来沉浸式购物体验。此外,门店还引入家居



大足区吾悦广场。(新渝报资料图)

产品和家装服务,结合门店直播、在线3D搭配等数字化场景,为消费者提供全套家庭场景解决方案。

智慧商场新体验有力拉动了消费。数据显示,7月28日至8月18日,南京新街口苏宁易购旗舰店客流同比提升56%,家电3C一站式智慧化以旧换新订单量同比提升七成,绿色智能家电成为消费者购物首选,智能扫地机器人销量同比提升165%,智能洗烘一体机销量同比提升118%,节能冰箱销量同比提升73%。

## 数字化助推服务精准化

商场开展数字化转型,推进智慧化运营;购物中心尝试线上线下融合,拥抱云商模式;美术馆探索沉浸式场景,打造全新体验……走访市场一线,智慧商圈、智慧商店建设推动消费场景不断创新,呈现一些新趋势新特点。

商场门店场景加速数字化。“专门带着孩子来体验商场的裸眼3D屏,感觉就像置身科幻世界。”在陕西西安京东MALL沉浸式综合类消费商业体,消费者李莉说。这家4万多平方米的购物中心,从整体设计到交互体验都充满潮流与科技元素,成为当地消费市场的知名打卡地。商场的外墙打造了一块巨型裸眼3D屏,逼真的3D效果令人感觉身临其境。店内配有全息投影、VR装备、智能机器人、虚拟直播间、电路透明机房等科技装置及设施,让人耳目一新。

新场景是智慧商场建设的重点方向之一。在全国,不少商场应用5G、物联网、大数据、云计算、人工智能、虚拟现实等新技术,推动线上线下融合,实施全场景、全链条、全用户、全品类的数字化,深挖信息数据分析,促进价值转化,改善门店经营,提升消费者体验。还有一些商场注重创新线下应用场景,推进智能导购、智能停车、电子结算、自助收银、电子价签、智能支付、个性化定制、虚拟试衣间等智能化、便捷化技术及其设施设备应用。

商场供应链加速智能化。

在重庆来福士购物中心,智能控电、智能环境监测、能耗管理监测等智能运维系统的投用,极大降低了商场管理成本,提升了管理效率。“仅仅是空调和灯光的智能调控,就节约了30%左右的能耗。”重庆来福士相关负责人说,商场还搭建了客流分析系统和会员管理系统,通过消费行为画像和分类,实现对几十万会员的数字化管理和

服务。作为流通环节的重要一环,提高效率、降低成本是智慧商场建设的重要考量。不少商场在数字化转型过程中,注重推动零售流通渠道重构,推广集采集配、统仓统配、反向定制等新模式,利用数据助力降本增效和价值转化。同时,强化物流支撑,推广自动订货、组货选货、智能盘点、前置仓、无人仓库,促进降本增效。

商场服务更加精准化。在上海豫园,打开“乐游豫园”微信小程序,就能一键获得导航、信息、互动、营销等综合服务。该程序上线以来,已整合几十个文旅点位和消费场景,涵盖游园导览、便民服务等板块,让市民游客更好享受“城市微旅行”的游览体验。

智慧商场建设,本质在于通过优化服务,提升消费体验,赢得消费者的认可。在调研走访中,很多商场通过运用小程序、App等营销工具,为消费者提供卡券线上发放、全渠道兑换及活动发布、智能推送、积分兑兑等数字服务,提升服务水平。有的商场通过线上引流、线下体验,线上线下流量共享,统一即时送达服务,给消费者带来更多便利。

## 新供给激发市场新活力

智慧灯杆、虚拟试衣镜、智能货架……来到广东广州天河路商圈,随处可见智慧消费场景。走进广州北京路,新大新百货大楼上的户外超高清曲面屏裸眼3D引人注目,炫酷的视觉体验营造了满满的

科技感。

作为广州传统商圈之一,天河路商圈也曾面临同质化竞争。面对挑战,商圈主动迭代升级,不断调整优化经营业态,目前,从改造前的零售业态占70%、餐饮占30%、文化艺术等业态基本空白,调整为零售业态占57%、餐饮占24%、商务配套占9%、休闲旅游占8%、文化艺术占2%。如今,在商圈购物中心,游客能看新品首发、观美术展、看音乐会,体验更加丰富。

智慧健身镜、智能LED触摸互动屏、自助停车查询系统、停车位监测大屏……天河路商圈的数十种智能公共设施,创新了消费模式,也带来新的吸引力。

中国贸促会研究院市场研究部副主任张继行认为,实体零售发展面临经营成本上涨、消费需求结构调整、网络零售快速发展等诸多因素影响。但背靠中国大市场,实体店的未来仍充满希望。和线上购物相比,商场有独特的优势。随着消费需求的多样化、个性化,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。围绕需求发力,商场定能激发新活力。

“智慧化是商场转型的主要方向,创新是智慧商场建设的重要动力。”商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇说,近年来,我国实体零售规模持续扩大,业态不断创新。下一步,应进一步加强互联网、大数据等新一代信息技术应用,提高流通效率和服务水平,给消费者提供更多新供给。

商务部相关负责人表示,各示范商圈、示范商店要把握新形势新任务新要求,进一步加强探索和创新,持续促进消费恢复和扩大。要充分运用现代信息技术,持续优化智慧设施、智慧服务、智慧场景和智慧管理,引领行业转型升级。要发挥智慧商圈、智慧商店的平台作用,发展新业态、新模式、新场景,满足居民品质化、多样化消费需求。

## 牵住大宗消费这个“牛鼻子”

□ 刘志成

大宗消费作为消费中规模最大、产业带动能力最强的部分,既是拉动消费增长的主引擎,也是以消费升级引领产业升级的主战场。扩大居民消费,必须牵住大宗消费这个“牛鼻子”。

中央高度重视提振大宗消费工作,近期多次释放积极政策信号。7月24日召开的中共中央政治局会议就提振汽车、电子产品、家居等大宗消费作出重要部署,8月16日召开的国务院第二次全体会议再次强调要提振大宗消费。大宗消费已成为促消费的重要政策着力点,相关职能部门也出台了一系列支持大宗消费增长的政策举措。例如,7月底,国务院办公厅转发国家发展改革委《关于恢复和扩大消费的措施》,稳定大宗消费就是其中的首要举措。随着政策环境和体制机制不断完善,大宗消费潜力持续释放的条件不断改善。促进汽车、家电、住房和家居等大宗消费,既推动了各地消费恢复,也为相关产业健康发展奠定了更加坚实的基础。

汽车是促进大宗消费的重头戏,也是提升国内产业竞争力的重点领域。近年来,我国新能源汽车产业蓬勃发展,新能源汽车消费如火如荼。为进一步促进汽车消费,各大中城市通过发放汽车消费券、给予汽车置换补贴等方式引导汽车消费,带动家庭汽车消费潜力释放,促进了消费扩容升级。各地车展也为汽车企业推广品牌、宣传新车提供了舞台,带动了汽车销售。新能源汽车消费表现尤其亮眼,今年前7个月,全国新能源汽车销售突破450万辆,同比增长超过40%。新能源汽车消费势头强劲,为大宗消费和汽车产业发展注入了新的活力。

家电消费事关居民生活方式改变、生活便利度提升,是生产生活方式实现绿色转型的重要领域。为促进家电消费,各大中城市联合线上线下平台发放节能家电补贴,举办绿色智能家电消费季、家电家居消费节等活动,主要家电品牌也纷纷举办家电促销活动。家电更新升级步伐加快,家电消费热度不减,冰箱、空调等大家电消费持续扩张,特别是绿色智能家电销售额快速增长。商务部数据显示,今年上半年,主要电商平台绿色智能家电下乡销售额同比增长12.7%,家电以旧换新销售额同比增长67%。促进家电消费的各项政策效果持续显现,对大宗消费的支持作用显著增强。

住房消费事关居民福祉,也事关经济发展。近日,国务院及有关部门结合市场形势优化了房地产调控政策,主要城市也因地制宜作出政策调整,通过降低首付比例、降低房贷利率、提高公积金贷款额度等方式更好满足居民刚性和改善性住房需求。随着相关政策落地,预计住房消费将有明显改善,也会带动家居消费逐步回暖。

大宗消费快速增长能够稳定居民消费增长的基本盘,为经济持续增长提供坚实支撑。令人欣喜的是,在保持量的增长的同时,大宗消费也实现了质的提升,消费的数字化、智能化、绿色化转型成为一种潮流,高端化、品质化消费占比持续提升。随着大宗消费对需求和供给两侧的拉动作用持续显现,将有力推动消费升级与产业升级耦合互动,实现消费扩张与产业提质互促共进,不断激发新动能,推动我国经济行稳致远。

## 推动家装行业规范有序发展

□ 齐志明

加快推动家装市场信用体系建设,形成有效的行业自律机制,增强高品质产品和服务供给能力,营造更加安全、放心的消费环境

家装消费是居民消费的重要组成部分,舒适的居住体验是人民对美好生活需要的重要内容。商务部等13部门日前发布的《关于促进家居消费的若干措施》提出,“大力发展绿色家装、装配式装修”“健全家装标准规范”“引导家装企业加强从业人员培训,组织职工积极参加职业技能竞赛,提升服务质量”。这些措施进一步明确了家装行业的发展方向,有助于引导企业增强高品质产品和服务供给能力,推动家装行业健康发展。

也要看到,由于家装工程涉及多个环节,再加上一些装修公司管理不规范,装修工期延误、家装材料以次充好等市场失范行为时有发生,侵害了消费者权益,影响了人们的装修体验。中国消费者协会近日发布的《2023年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》显示,家装领域消费纠纷有所增加。在家装过程中,消费者往往举证难度大,消费维权成本高。进一步健全家装标准规范,营造更加安全、放心的消费环境,需要各方共同努力。

今年6月,住房城乡建设部发布《关于进一步加强城市房屋室内装饰装修安全管理的通知》,进一步明确装修活动中的各方责任。相关部门要通过定期开展专项治理行动,切实增强对行业的约束力,压实装修各方主体的责任,减少违法违规行为的发生。对于投诉数量居高不下的家装公司要列入“黑名单”,加大处罚力度。

要更好发挥社会监督的力量。为帮助消费者更好规避消费陷阱,消协等社会组织要做好家装消费投诉信息的搜集与发布,对违法违规行为及时曝光,可通过典型案例开展公益诉讼,提升行业自律水平,为消费者合法权益护航。

打铁必须自身硬。家装公司应恪守诚信经营的从业准则,苦练基本功,切实提升服务质效。家装消费涉及领域多、链条长,采取针对性措施提振家装消费,有利于带动居民消费增长和经济恢复。为此,家装企业要充分认识到本行业对促消费、惠民生、稳增长的重要作用,把目光放远,大力提升供给质量,积极创新消费场景,有效改善消费条件,不断迈向高质量发展。

家装质量关系到亿万家庭的生活品质。希望在各方共同努力下,加快推动家装市场信用体系建设,形成有效的行业自律机制,培育一批具备良好职业道德和专业能力的从业队伍,增强高品质产品和服务供给能力,推动家装行业更加规范、健康、可持续发展,让人民群众住得更加安心、舒心、放心。

