

推动商业创新 驱动高质量发展

编者按

创新是驱动商业高质量可持续发展,开创中国商业新局面、新未来的重要因素。近年来,我国的商贸流通业把握新一轮科技革命和产业变革的历史机遇,通过持续创新,令消费者获得越来越多的消费新体验和新选择。如今,勇立潮头的商业创新为扩大内需带来更多可能,创新正在成为商业企业发展的重要支撑。8月8日,在第九届中国商业创新大会上,与会人士围绕创新畅所欲言,各抒己见。



商务部原副部长 张志刚

迄今为止,我国经济社会发展和创新又取得了前所未有的新进步,主要表现在以下几个方面:

第一,中国加入WTO后,到了2021年,我国GDP总量居世界第二。第二,今年我国夏粮生产喜获丰收,总产量2948亿斤,在质量上明显好于去年。第三,科技创新的

发挥政策合力引导创新要素集聚

步伐加快。2021年全年共授权发明专利69.6万件,每万人口高价值发明专利拥有量达到7.5件,几乎是2017年的两倍。第四,工信部数据显示,今年1—6月,我国的造船完工量、新接订单量和手持订单量在世界市场份额均居世界第一。第五,教育系统创新机构与人才队伍建设取得了新的成就。第六,自主发展成熟制程与先进制程的芯片。第七,中国企业积极拥抱量子通讯技术。

不过,我们也须清醒地认识到,在科技进步方面我们还存在不小的差距,尤其表现在基础理论和基础科学研究方面。以生物技术为例,我国是仅次于美国的世界第二大种子市场,但却是农作物种子的

净进口国。现在生物技术引领的生物经济正在加速来临,国家发改委5月10日发布了《“十四五”生物经济发展规划》,明确在生物医药、生物农业、生物替代运用及生物安全四大重点领域优先发力,尽快打造一批国家急需的国之重器。

但是在国际环境更加复杂严峻、新冠肺炎疫情防控形势下还是取得了超预期的成绩。在统筹疫情防控与经济发展当中,更要充分发挥消费在经济发展中的基础性作用,在巩固发展商品消费的同时,要密切关注一些新的发展趋势,紧跟时代前进的步伐,才能够干在实处、走在前列、永立潮头,创新永远是可持续发展的永恒动力。



中国商业联合会党委书记、会长 姜明

当前,世界百年未有之大变局和世纪疫情相交织,各种安全挑战层出不穷,世界经济复苏步履维艰,全球发展遭遇严峻考验。在疫情后时代,中国的商贸流通领域正在经历着一场特殊的变革。困难常常伴随着希望,挑战往往蕴含着机遇,应对困难的唯一出路是发展,

商业创新为流通业带来更多新机遇

迎接挑战的最佳选择是创新。

2022年,新冠肺炎疫情进入第三年。我国高效统筹抓好疫情防控和经济社会发展工作,取得显著成效。经济企稳回升的同时,中国商业和消费市场发展态势也更加引人关注。疫情防控期间,直播电商、“互联网+流通”等新业态新模式快速推进。中国商业的韧性彰显,应对挑战和创新好于传统行业,数字化、信息化、智能化转型态势持续。随着全球科技进步、各行业加速数字化和智能化的转型,商业竞争环境也在快速变化,商业创新成为企业能否跟上时代潮流的关键。充满活力的商业企业是市场的主体,也是商业创新的主力军,是构建我国双循环新发展格局的基

础。只有将创新的理念深深扎根,将步伐迈得更加坚实,中国商业发展的大树才能枝繁叶茂。

中国商业创新大会自创办以来,在各级领导的重视支持和广大企业共同参与下,逐渐成长为流通领域开拓创新、深化改革,彰掖先进、引领潮流的重要平台,受到广泛关注和各界重视,吸引了众多知名企业、优秀品牌参加。希望中国商报和大会组委会精心组织好会议的各项重要活动,围绕当前稳增长、扩内需、促消费的战略重点和商业创新这个时代主题,分享经验、交流信息、广开言路、献计献策,取得更加丰硕的成果。让我们共同努力,以商业改革创新的优异成绩,迎接党的二十大胜利召开。



商务部流通业发展司副司长 李刚

流通是创新发展最活跃的领域之一,党中央、国务院对流通创新工作做出了重要部署。商务部高度重视和研究机构、行业协会、广大企业一起持续优化流通创新环境,充分发挥新业态、新模式、新场景在引领流通创新方面的重要作用。

推动商业流通创新发展

第一,流通新业态、新模式、新场景不断涌现,是经济社会发展的必然。随着社会需求的日益细分,现在信息技术与流通行业加快融合,市场化、法治化营商环境持续完善,商业形态、组织模式和表现形式正在发生着深刻的变革。

第二,流通新业态、新模式、新场景不断涌现,深刻改变着流通方式和消费模式。当前,流通创新已成为促进产业升级、扩大消费的重要力量,商务部组织梳理了三个方面11种经过市场检验、行业普遍认可的流通新业态、新模式、新场景的典型做法。

第三,持续激发创新活力,推动流通新业态、新模式、新场景健康发展。在不断创新的同时,我们

也看到有的企业原创性不够,有的创新市场反馈不好、生命力不强,广大中小企业还存在创新资金不足、技术能力不够等问题,一定程度上减缓了流通创新的步伐。对此,商务部将会同相关部门进一步激发新活力,培育新动能,持续推动流通创新,服务保障国民经济高质量发展。

立足新发展阶段,完整、准确、全面贯彻新发展理念,构建新发展格局,在百年变局和世纪疫情相互交织的大背景下,中国商业发展面临的机遇和挑战都是前所未有的,需要大家充分交流、深入探讨、广泛凝聚共识,共同把握新趋势、分析新现象、破解新问题,为推动商业创新发展贡献更多力量。



中国商业联合会副会长、高级经济师 傅龙成

党的十八大以来,在中央确立的创新、协调、绿色、开放、共享的五大发展理念中,创新是引领各项事业发展的第一动力,在国家发展全局中位于核心位置。结合商业创新实践,与大家交流五个观点。

一、商业创新是新时代流通业高质量发展和更好发挥消费对经

为商业高质量发展插上创新之翼

济发展基础性作用的需要。流通体系在国民经济中发挥着基础性作用,必须把建设现代流通体系作为一项重要战略任务来抓。眼下,新冠肺炎疫情形势仍然严峻,需要更好地发挥消费“压舱石”“第一引擎”的作用。

二、中国商业创新成果不仅惠及产业,对全球流通业进步也具有积极意义。中国改革开放40多年,从工业化到信息化到互联网、移动互联网再到今天的智慧商业时代。商业企业家在应用技术开发、服务消费终端使用等方面,表现出高超的创新意识和丰硕成果。

三、商业创新为消费者提供了更多福祉。流通模式创新增加供给能力,提升消费质量。企业借助与

消费者直接接触的优势,提高在整个供应链的话语权地位。流通模式创新产生订单规模效应,促进消费品价格下降。流通模式创新降低交易成本,释放消费潜力。

四、商业创新前景广阔、任重道远。目前,我国已进入全面小康社会,居民消费结构发生深刻变化,因此提升供给质量对流通模式创新至关重要。中国商业联合会将进一步服务和引导会员单位和流通企业,进一步树立品牌意识。

五、加强对商业创新扶持的政策建议。我国商贸流通领域仍有许多薄弱环节。国内统一大市场尚不健全,商品市场配套程度和要素自由流动仍面临隐性壁垒,扶持政策的配套性与实施力度还有待加大。



物美集团COO、中国物流与采购联合会副会长 于剑波

物美创立于1994年,应该是目前中国最大的多品牌零售商之一。物美控股第一大股东全资的品牌有物美超市、麦德龙、百安居、新华百货、重庆百货、美廉美、浙江供

零售业全面拥抱数字化

销等。无论是于1994年第一家自主开发的POS和MIS系统,还是2015年物美开辟了物美+多点这一数字化新的商业模式,数字化的基因体现在了物美的方方面面。

从2015年开始,物美和多点联手打造了线上线下一体化,到家、到街一体化新的模式,对传统零售业的场景、模式和流程进行了全面的解构和重构,把物美从传统的卖场改变成一个数字化店仓一体化的运营商,这种改造已经使物美的店铺初步实现了人在线、物物在线和时时在线。无论从前端的收银台多点的支付,还是可视化的

陈列、逐级解决实时在线的数字化运营,物美实现了店端的全面整合。

在店铺的改造中,多点的物联网技术和工具也给物美提供了智能解决方案,也就是基于物美全面拥抱数字化,对传统的零售业用数字化的方法、技术与工具进行了全面的解构和重构,使物美创造出了在疫情期间数字化的抗疫保供模式。因此,在战“疫”过程中需要用数字化重构商业模式,要有长期作战的思想准备,更要全力探索解构重构我们的商业模式即建构商品和服务的创新模式。



伊利集团副总裁 赵昕

“不创新,无未来”,是伊利始终坚持的理念。面对消费市场日益多元化、个性化的新消费趋势,伊利坚持以消费者为中心,强化创新,与时俱进,不断打造满足消费

新消费新时代 创新助力美好生活

者需求的创新产品。

近年来,伊利乘着数字经济时代浪潮,全面启动数字化战略,持续构建“全周期、全流程、全渠道、全链条、全域运营”的消费者数字化平台。为了精准洞察消费者需求,伊利借助数字化创新手段,搭建了消费者体验平台。通过数据的实时更新,伊利能随时倾听消费者的声音、实时洞察消费者需求,也让伊利成为消费者的“知心人”。

乳制品产业链条漫长,碳足迹覆盖种植、养殖、加工、物流、销售等众多环节。为加强各环节的绿色管理,伊利运用数字化、智能化技

术建设智慧牧场、零碳工厂,并发起产业零碳联盟,发布零碳路线图,带动全产业链共赴零碳之约。

在创新活动中,伊利不断完善科技创新体系,在业内首创“三级研发平台”。通过开放式创新平台,持续整合全球创新资源。依托集团创新中心,打造了涵盖基础研究、应用开发、研发支持“三合一”的国内顶尖研发平台。与此同时,伊利还建立了事业部应用创新平台,深耕产品个性技术研究。这三级研发平台通过相互赋能与紧密协作,使伊利在行业内持续保持领先的创新性。



匹克集团董事长 许景南

创新是企业长期发展的关键因素,企业要想做百年企业,就一定要转型。经过三十多年的努力,

全产业链的创新布局提升品牌价值

我们的产品设计从用户需求出发,更能够保护老百姓这双脚。所以,创新的作用一定是根据需求。

匹克创新的经历是很长的,它是长期坚持的工作,是光明伟大的事业。我们的产品目前卖到一百多个国家和地区,这就是一种成功。产品确实需要创新。创新是一个思维问题、需求问题,这是很重要的。创新需要用心维护。大环境下,这几年的创新受到一定影响。现在更多的是提倡线上线下一体化,要融合发展。这是对的,不然如果都向

电商倾斜的话,线下实体就会受到巨大打击,企业就没有盈利,对创新也很不利。目前的商业机会比原来更多。因为改革开放40多年,我们的制造业、我们劳动者的素质、政府治理能力都提升了,这一轮发展要向高端产品发展,去占领国际的高端市场,包括国内的高端市场。现今很多的产品都逐步走向高端化了,都可以满足我们老百姓高端需求。需要我们的相关部门跟企业、消费者一起共同努力,把创新再向前推进。



陕西五族实业集团有限公司董事长 吕卯源

我们从哲学的逻辑上来分什么是创新,为什么要创新,如何去创新。既然有了“新”,那什么是

科技创新与文化创新赋能美好生活

“旧”?如果没有“旧”的基础,怎么会有创新的方向?“新”未必绝对就是对的,只有正确地认知“旧”,才能有新的创造。一味地创新,没有灵魂赋予的创新并不一定是好事,唯有生命和灵魂完美结合的强大创新,才是我们创新的必由之路。

如果把责任、修行、胸怀、我们的根、信仰这五个问题解决好了以后,我们的创新是必然成功的。“居天下之广居,立天下之正位,行天下之大道。”这是在告诉我

们,做人要心存仁念,做事守义。其实道理很简单,但是我们在日常生活中能不能按照这个要求去做好,显然是很难的。

孔子说:“生而知之者,上也;学而知之者,次也;困而学之,又其次也;困而不学,民斯为下矣。”所以人是往上走的,就像我们今天的创新大会一样。

我们做人要有信仰,像我们做文化研究也要有信仰。文化是一个民族的灵魂,人应当崇尚光荣与梦想的精神世界。