

关键词
服务



从卖东西走向卖服务 不断为美好生活添彩 点滴服务升级带来更多惊喜

本报记者 付颖琬

商贸发展奏新乐,服务巨变谱新篇。新中国成立70年来,消费品从短缺匮乏、种类单一到供给充裕、品种繁多,商品流通经历了调拨分配、卖方主导、买方主导、双向互动等阶段。商贸服务业的每一次变革都离不开服务升级,从简单的“卖货”早已进化到更高层次——从卖东西走向卖服务。

服务理念逐步提升

改革开放以前,包括商品零售在内的服务业处于辅助和从属地位。1978年末,我国服务业增加值占国内生产总值比重只有24.6%,排在三大产业最末位,比第一产业、第二产业分别低3.1和23.1个百分点。

在那个消费品实行调拨分配、大多凭证定量供应的时代,服务的意识和理念还没有被放到一个很重要的位置。

典型的供销社体系反映了当时计划经济的生产、分配、交换和消费关系。“一有稀缺物品到货,供销社里总会排起长长的队伍”,据王女士回忆,当时的供销社,几乎所有东西都

要凭票证才能购买。

正是在这样的背景下,由北京百货大楼售货员张秉贵发扬光大的“一团火”服务精神,成了那个年代商业战线的一张“金名片”。除了令人称奇的“一抓准”和“一口清”技艺外,张秉贵最令人称道之处是他的服务态度。站了30多年柜台没跟顾客红过一次脸、吵过一次嘴,堪称行业楷模。

1989年5月6日,郑州亚细亚商场正式开业。当时,亚细亚商场给予人们全新的购物体验:商场提供“无理由退货”服务、撤销三尺柜台、服务员要有微笑服务、提供免费购物班车,让顾客真正体会到“上帝”的感觉。这是我国第一家提出对顾客微笑的零售百货商场。虽然亚细亚商场最终破产了,但对于我国零售业而言,服务顾客的概念已开始明晰。

全面推进不断升级

1978年以来,改革开放为国内商贸服务市场发展开辟了前所未有的广阔空间,不断出现的消费新形式也让服务理念加快升级。

1981年4月12日,广州友谊商店创办的自选超级商场正式对外营

业。这座仅有270平方米的小超市,成了当时全国首家采用全敞开放式无人销售、顾客推购物车自选商品、通过电子收款机一次性结账的购物商场,从此改变了人们的购物方式:不再是一手交钱一手交货,“不需凭票、不再限量”,货架上的商品任君选择。这一新奇的购物方式瞬间点燃了人们的购物热情,还刮起了一阵开办自选超市的春风。

在众多民营零售企业迅速壮大的同时,一批外资零售巨头从上世纪90年代中期开始进入内地市场,带来全新的服务理念。

1995年,家乐福中国在北京北三环东路开出首家门店。作为全球大卖场业态的首创者,家乐福的特点是“大而全”,商品琳琅满目应有尽有。

1996年,沃尔玛落子深圳,在这里开设了全亚洲第一家山姆会员店。在中国市场,这样的会员制仓储超市更是一种全新业态,人们对这种“赚钱不靠卖货而靠卖会员”的商业模式充满了好奇。而这种形式将客户服务置于最核心地位,独特的选品策略、严苛的成本控制、全球供应链管理等都围绕用户展开。

随着外资的进入,国内零售企业也不断地迭代升级。1996年,我国第

一个真正意义上的购物中心天河城广场在广州开业,这一年被视为中国购物中心发展元年,而后一批批具有代表性的购物中心不断出现。经过20余年的发展,天河城广场这个集购物、饮食、教育、娱乐等功能于一身的购物中心讨消费者欢心的花样也越来越多——不断更换装饰、增加母婴室等,让购物中心成为越来越多消费者的“假日天堂”。

除了大型的购物中心外,推动便利店发展也是我国一项重要的民生工程。在各项扶持政策的带动下,连锁便利店发展步伐加快,发展质量和服务水平持续提升。如北京鼓励在新建地铁站内开设便利店,对便利店经营早餐、销售蔬菜予以资金支持。厦门在24小时便利店内设置自助设备,提供办理临时身份证、交通罚款等多项政务服务。同时,积极推进企业智能化改造。利用信息技术对食品保质期进行管理,过期食品无法结账、系统自动提醒更换;一些企业大规模铺设自助收银机,有效减少排队时间等。

为美好生活添彩

从最早的微笑服务到售后“三包”,到免费送货、上门维修,再到1

小时配送、7天无理由退换,一点一滴的服务升级见证了理念的进化。特别是科技的发展极大推动了零售行业的变革,移动支付、刷脸购物、无人店销售等模式不断刷新国人的购物体验。

如今,“双11”等网购节“一小时成交额超上年全天”,在一些大型电商平台已不鲜见。来自国家邮政局的监测数据显示,今年11月11日各邮政、快递企业共处理5.35亿快件,再创历史新高。在这样的物流高压下,不少人也感慨“双11”的配送速度是一年比一年快,很多包裹实现了次日达甚至是当日达。

而这样的速度背后是物流企业为提升服务所做的努力——全行业临时聘用近40万人,临时租用12万辆汽车,新增360多万平方米处理场地和3000多套自动、半自动分拣设备。在城市中,全国已累计建设8.2万个末端公共服务站,布放38万多组智能快件箱;在农村设立5.9万个快递公共取送点,以更好地满足农村居民的寄递服务需求。

随着科技的不断进步,零售业的跨界融合、服务价值重塑都将一步步进化升级,而亿万消费者也期待着零售业在新的时代浪潮中能够带来更多惊喜。

中国邮政储蓄银行
个人有效客户突破

6亿

