

用好产品和服务为消费者创造价值

回归商业本质 给未来更多可能

本报记者 彭婷婷

从自行车、缝纫机、手表、收音机等“三转一响”，到手机、电脑、智能家具；从凭票供应到网络购物、移动支付；从注重量的满足到追求质的提升……新中国成立70年来，我国商贸服务领域发生历史性巨变，消费品类更丰富，流通方式更多样，消费方式更灵活。

如今，商贸服务业已从一个交易的时代进入到一个关系的时代，这对商贸服务企业提出了更高更多的要求。其中，回归商业本质，以消费者为中心，借助人工智能、5G等新技术，最大程度地把控成本效率、提高产品品质、提升购物体验对企业的重要性不言而喻。

高品质供给不断增强

新中国成立初期，我国生活资料严重短缺，农副产品以统购统销为主，消费品实行调拨分配，大多凭证定量供应，市场处于全面紧张状态。从上世纪50年代到70年代末，老百姓家中常见的家电只有手电筒、半导体收音机等，小屏幕的黑白电视机已经算是“奢侈品”了。

1978年以来，改革开放为国内市场发展开辟了前所未有的广阔空间，消费需求强劲，购销活跃，消费总量持续扩大。2018年限额以上单位粮油食品饮料烟酒、服装类商品零售额分别为19689亿元和13707亿元，分别是1952年食品和服装类商品零售额的133倍和270倍，年均分别增长7.7%和8.9%。2018年末我国城镇居民平均每户电视机、洗衣机和电冰箱拥有量分别为121.3台、97.7台和100.9台，而1981年分别仅为0.6台、6.3台和0.2台。

社会生产力持续快速提高，丰富多样的商品不断涌入市场，融进人们的生活。特别是以信息技术为引领的各项技术迅猛发展，诸如智能手机、智能家电、新能源汽车等高新技术产品不断推陈出新，让消费者应接不暇，物质极大丰富，商品供给水平和品质实现大跨越。

随着居民生活水平的稳步提高和市场供给端的长足进步，消费热点由满足人民群众物质生活需求的实物消费向体现人民美好生活需要的服务消费转变。大众餐饮、文化娱乐、休闲旅游、教育培训、健康养生等服务消费成为新的消费热点。

消费体验不断优化

改革开放之前，人们要想买东西只能凭票购买，吃饭穿衣都需凭票购买。买粮食用粮票，买布匹用布票，一些贵重、大件商品还需要自行车票、手表

票、缝纫机票等。

20世纪80年代，国营百货商店是老百姓集中消费的场所；90年代，各类超级市场、大型综合超市、便利店陆续涌现，社会主义市场经济进一步发展，消费品市场基本摆脱了供不应求的局面，老百姓可选择的商品更加丰富。

进入21世纪，互联网兴起，淘宝、京东等电子商务不断成长，激发了新一轮消费动力。随着电商的普及与发展，网络选货、快递收货，网络购物成为大众消费新方式，彻底打破了时间、空间的限制，让消费者消费升级的需求得到了充分满足。

如今，商品和服务都可以私人定制，哪种商品更新潮，哪个网红小店适合大家去“打卡”，国潮来袭，引来消费者争相体验；“人在家里坐，货从国外来”的跨境消费，足不出户就能买遍全球商品；拍个短视频和朋友分享、交流心得，共同“拼单”完成消费……不管消费内容如何变化、消费场所如何变迁，消费者对幸福生活的期盼永远不变。

不过，新技术工具只是表象，新体验才是本质。互联网巨头们在新消费时代所获得的巨大流量红利让他们有更多的机会通过不断尝试新技术提升用户体验。原本以商品为中心的线下零售开始以消费者，而且是每一个具有鲜明个性的消费者为核心营造体验场景。对于商贸服务企业而言，要以消费者体验为中心，将数据与商业逻辑相结合，进行供应链端改革，打造“物联网+大数据+人工智能+全业态消费场景”四维一体的消费新体验。

零售效率不断提升

上世纪50年代初，全国知名劳动模范张秉贵刚成为北京市百货大楼糖果柜台的一名售货员。为了缩短顾客等待的时间，他钻研改进售货技巧，练就了称重“一抓准”、算账“一口清”的绝活儿。如今，电商的诞生，把零售从线下搬到了线上，与高效物流相配合，极大地提高了商品流通的效率，用户可以足不出户便买到自己想要的商品和服务。

对于今天的商贸服务企业而言，特别是在运用“互联网+”的思维和技术、推动商业业态和模式创新的过程中，智能化技术是企业实现高质量发展不可或缺的技术基础。比如，自助收银、刷脸入场、自助结账、场景互动装置快速推出，诸多智慧零售给消费者带来了全新的智能化消费体验和便利，从方方面面彰显着生活的便利和美好。

从根本上说，不管是线上的电商还是线下的实体店，高效率意味着更低的成本，而用户体验和好的产品本就是商业成功的本源。回顾过去，70年锐意进取，成就不凡伟业。展望未来，我国消费市场将更加兴旺发达，商贸服务业更加繁荣，人民生活更加富足美好。

4 安德利

活动时间：12月13日—12月22日

庐江县第29届服装节暨冬令商品交易会
12月13日（农历十一月十八）盛大开幕

主办单位：安徽省庐江县人民政府

承办单位：安徽安德利百货股份有限公司

新创意 新动能 新场景

新活力 新体验 新商品