



关键词

16
高质量

近年来,高品质化、多样化、个性化、便捷化已经成为国内消费最为突出的特点。尤其是党的十八大以来,改革开放进一步深化,供给侧结构性改革持续推进,新业态继续快速增长,新商业模式蓬勃发展,国内零售业市场发展的活力持续释放。

新时代 新动能 新消费 新体验

商贸服务业步入高质量发展

本报记者 陈 晴

新中国成立70年来,伴随经济的飞跃式发展,居民收入大幅增长,居民消费水平明显提高。人们的消费方式也随之发生改变,从“买不到”到“买得好”,从买商品到买体验,居民消费从注重量的满足转向追求质的提升。70年来,居民消费方式的转变见证了中国消费升级的历程,促进了零售业高质量发展。

从买不到到买得好

新中国成立初期,我国生活资料严重短缺,消费品实行调拨分配,大多实行定量供应。

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。

国家统计局数据显示,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%。

随着消费品品类的增加,消费者对开始对商品的质提出高要求。

以服装为例,居民穿着更加注重服装的质地、款式,名牌化、时装化和个性化成为人们的共同追求。

购买方式上,消费者不再局限于去

百货商场等传统零售场所买新衣。市场上陆续兴起一些租衣App、小程序及各类二手服装的线下门店,人们在服装交易上探索着更多可能性。

品牌商也不再急于开店扩张,而是尝试通过社交媒体、时尚资讯、短视频与直播等渠道让消费者更深入地认识品牌,促成消费。

从买商品到买体验

70年来,我国商贸服务业不断探索新的商业组织形式和经营方式,满足人们对品质生活的追求。

以现代服务业为主导,融合了商业零售、餐饮、休闲娱乐、文化、教育等多项城市功能活动并提供综合性服务的大型商业综合体数量逐年增加。有数据显示,2011年以来,城市商业综合体以每年新开业过百家的速度不断增加。

科技的发展,让移动支付、刷脸购物、无人店销售等模式出现,不断丰富消费者的购物体验。现在,网上订货、电子支付、送货到家等发展迅速,随时随地的网购,使消费者购物体验升级,足不出户就可以拥抱全球海量商品。

随着国家对农村地区网络建设的支持力度加大,网上零售持续扩容,成为消费增长的重要因素。国家统计局数据显示,2018年全国网上零售额90065亿元,消费连续五年成为我国经济增长的第一拉动力,对国民经济的发展发挥了

基础性作用。

从量到质的提升

70年来,满足基本生活需求的消费品零售额占全部零售额的比重明显下降。2018年限额以上单位商品销售类值中,粮油食品饮料烟酒、服装鞋帽针纺织品类商品占比分别为14.5%和10.1%,较1952年分别降低39.1和8.3个百分点。

近年来,高品质化、多样化、个性化、便捷化已经成为国内消费最为突出的特点。尤其是党的十八大以来,改革开放进一步深化,供给侧结构性改革持续推进,新业态继续快速增长,新商业模式蓬勃发展,国内零售业市场发展的活力持续释放。

服务性消费快速发展。大众餐饮、文化娱乐等服务消费成为新的消费热点。其中,餐饮消费方面,2018年社会消费品零售总额中餐饮收入超过4万亿元,是1952年的3029倍。

餐饮消费受到重视,人们在吃上也悄然“升级”,表现出了对个性化、多元化和品牌化的追求。为了满足消费者在餐品和服务的更高要求,国内餐饮企业也迈出了转型升级的步伐。当前餐饮行业融合趋势越发明显,包括线上线下结合、堂食和外卖结合、正餐与休闲结合。在创新上,餐饮的产品没有变,变的是流通的过程和服务的形式。

商贸服务业五次嬗变

改造旧商业

在计划经济时代,生活资料短缺,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。居民商品消费以满足吃、穿等基本生活需求为主,商品流通渠道也十分单一。

打破“双轨制”

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。上世纪80年代,大中型商业企业的经营承包责任制逐步全面推广,为各类“龙头企业”发挥引领带动作用提供了制

度保障,小型商业也通过“改、转、租、卖”等形式进一步放开搞活。

群雄争霸

改革开放进程中,一大批更具现代商业色彩的零售企业涌现出来。苏宁易购、大商集团、国美电器、永辉超市、物美集团、步步高集团等企业都出现在这一时期。在这些企业的经营理念中,服务被摆到了一个更重要的位置。

电商崛起

站在行业变革的风口,阿里巴巴、京东等电商企业迅速做大,给传统零售企业造成很大压力。不可否认,随着互联网

技术的飞速进步和网络覆盖范围的扩大,尤其是国家对农村地区网络建设的支持力度加大,网上零售持续扩容,正在成为消费增长的重要因素,但实体零售企业也开始转型。

智慧零售已来

借助互联网技术实现转型重塑,各类企业交织在一起,无论是实体零售企业,还是传统的互联网零售企业,大家都在追求零售要素的数字化、零售场景的互联网化、运营管理的智能化,并进一步探索两线融合的全渠道、全场景的发展。

欧芭集团创立于1993年,是最早从事高档专业美发连锁经营(名姿美发连锁沙龙)、专业技术教育(名姿美发学院)、品牌国际化运营(oba),三位一体的中国美发美容界知名集团企业。在全国多个省份与城市开设连锁学校和连锁店,是中国百强连锁企业之一。

欧芭oba,在西班牙马德里注册,全球112个国家及地区通用,连续多年代表中国的美发用品行业在意大利博洛尼亚参展,并作为亚洲代表参加每年在英国伦敦举办的FELLOWSHIP,发布下一个年度的潮流趋势作品。

欧芭使命:为中国美业在国际地位上有更高影响力而奋斗!

Established in 1993, oba Corporation is a well-known three-in-one company in hair & beauty industry, consisting of high-end professional hair salon chains, professional technical hairdressing education and brand globalization management. Having academies and salon chains in many provinces and cities all around China, it is one of Top 100 Chain Enterprises in China.

Registered in Madrid Spain, the brand oba is certified and approved in 112 countries and regions all over the world. For continuous years, oba has been the invited representative of Chinese hair products industry to attend the Bologna Italy Fair, and the Asian representative to attend the show of the Fellowship for British Hairdressing to release the trendy hairstyles of the coming year.

oba Mission: Strive to Develop International Influence of China Beauty Industry