城镇化带来流通业新机遇

本报记者 亢 舒

编者按 一幅清明上河图，繁荣的市场勾勒出市景生活百态。城市与商业密不可分，走城市化道路对我国经济、社会、文化都有深远的影响。中国的城镇化，是扩大内需、可持续发展的城镇化。目前，我国城市居民的消费需求明显高于农村居民。根据测算，城镇化率每提高1个百分点，就有1300多万人口从农村转入城镇，这对衣食等日用消费品、对住房和汽车、对城镇公共服务和基础设施，都会形成巨大需求，城市化给商业提供了新的发展机遇，流通业将如何应对，本报就此问题进行了深入探访。

党的十八大报告提出，坚持走中国特色新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化道路。城镇化在实现全面建成小康社会的实践中占据越来越重要的地位。未来几十年，我国发展的最大潜力在城镇化。可以想见，当大批的农民走向城市，他们对衣、食、住、用、行等各方面的需求都将随之提升。毋庸置疑，商贸流通的完善和发展将成为推动我国经济发展的重要力量，商贸流通的日益活跃将成为城镇化发展的重要依托。

城镇化将给商贸流通领域带来哪些机遇？商贸流通领域发展又将如何与城镇化相适应？该从哪些方面实现突破？

对此，我国著名流通领域专家、中国人民大学商学院教授黄国雄首先明确，中国的城镇化道路不同于西方的城市化，西方的城市化把人口集中到大中城市，使大中城市过分拥挤、不堪重负，影响了居民的生活。中国的城镇化应该走出一条有自己特色的道路，通过城镇模式促使人口向城镇集中，实现产业集聚。

黄国雄用一系列数字形象地说明了城镇化给商贸流通领域带来的机遇。他说，我国城镇化每年以1.5%的速度实现递增，如此算来，每年将有1500万人从农村走向城市。农民进城不只是户籍上的简单转化，它为城镇商业的发展带来了机会与挑战。

广大农民走向城市，客观上要求商业规模也随之扩大。按照国际惯例进行计算，城市当中每人需要的商业面积是0.8至1平方米，加之城镇化让农民走向城市之后生活水平提高，逐步从温饱向小康过渡，从小康向富裕过渡，对商业的需求量将会进一步提升。这样一来，预计我国每年需要新增城市商业面积1800万至2000万平方米。

农村人口向城镇集结的同时，该如何解决好他们的就业问题？黄国雄认为，他们当中相当一部分会进入商业流通领域，从事流通活动，一般说来，商贸流通领域点多面广、门槛低，能够吸纳大规模就业。然而，城镇化进程加快推进的过程中，也应对商贸流通领域进行统筹谋划，使得商贸流通的发展与城镇化的发展相适应。

首先，应该充分发挥传统集镇的优势，对传统集镇进行升级改造。“赶集”是我国农村尤其是北方农村居民购买商品的重要渠道。南方的集镇多设在码头旁。传统集镇可以更加规范，有固定摊位，基础设施也应该更加完善。

其次，充分发挥各类批发市场的作用。一方面要促进批发市场规模的扩大，同时应进一步完善批发市场的服务功能，完善批发市场的公共设施，形成固定店铺，在周边增建货物运输站点。还要进一步解决好从事商贸活动的人在周边的居住问题。

第三，在城乡接合部构建新型城镇接合点，让城乡附近居民在这里集聚，发展与新型城镇接合点适宜的商业。黄国雄说，发展卫星城的同时，也可以多发展这样的卫星集镇。卫星集镇通常在两万人口左右，发展卫星集镇的好处在于，能够摆脱城市生活成本高的问题。城乡接合部的新型城镇接合点可以发展成为城市打工者的后勤集合地，他们既可以安心在城市打工，也可以兼顾照顾家庭。

同时，可以在农村交通要道建立邻里商业中心，加强邻里农村社区建设。黄国雄认为，平均六七个村应该有这样一个邻里商业中心，通过商业的集聚作用形成邻里农村社区。不仅方便农村居民购物，缩小城乡差距，而且能够促使一部分农民完成原始的商业资本积累，同时还能推动农村产业结构的调整。

此外，根据工业产业的发展状况，可以在工业园区周围建立农村服务点。新建工业园区周围大多是农村，一方面，将有较大规模的农民走进工厂，成为产业工人；同时，在工业园区周围建立农村服务点能够带动周边农民从事商业活动，为工业园区提供餐饮、商品零售、美容美发等相关商业服务。黄国雄说，农村服务点能够通过服务功能的逐步完善实现农村人口的新集聚，同时解决农民的就业问题。

“推进商贸流通领域的发展与城镇化相适应，其目的在于提升一产，集聚二产，完善三产，促进农村产业结构的调整。”黄国雄进一步解释说，城镇化不断推进，一大批农村劳动力转向商贸流通领域，土地可以实现集中，有利于农业产业化和专业化的发展，此为提升一产。城镇化的推进，商贸流通的发展，能够成为工业发展的有力支撑，商业逐渐向工业园区周边聚集，也能客观上促使工业企业进一步向商业完善的区域集聚，此为集聚二产。城镇化的发展给服务行业带来了重大机遇，也只有更加完善的服务，才能够适应城镇化进程中日益提升的城乡居民物质文化需求，此为提升三产。

莫让节日变“劫日”

刘 瑾

最近可谓是节日云集。继“双十一”、“双十二”和圣诞之后，商家又积极备战到元旦和春节的促销中。节日促销本来属于正常的商家促销好时机，而随着近两年电商兴起的造节热，节日来得过于频繁，让商家和消费者似乎都陷入了“疲劳期”。

电商企业通过“造节”促销，从社会学的角度来说，和社会上普遍的商家热衷于借助一些所谓的节日来进行某种商业促销活动是密切相关的。从经济角度来看，消费、投资和出口是拉动经济发展的三驾马车，电商这种造节促销方式客观上确实能够促进、刺激网络购物的需求，也能部分拉动电子商务的发展，从经济成长的角度来说也是好事。然而，成功营销不应仅仅是追求节点销售量，这种简单营销模式对于商家来说往往得不偿失。

造节促销对电商企业的综合服务能力是一种挑战，如平台商的自律意识、诚信意识以及物流和售后服务产业链的整合等。“双11”促销就给网购留下了不少的后遗症。除了价格存在水分、热门商品缺货等问题外，由于物流配送压力激增，一些消费者抢购的折扣商品迟迟未能发货，退货和投诉数量居高不下。

经过几轮促销“洗礼”的消费者，也变得越来越理性，逐渐告别冲动消费。这也督促商家创新营销方式，做实服务，不能简单地靠抬价或“造节”来创造消费热点。当前，商家要造节造得圆满，就要真正从消费者的需求出发，多方位考虑，打造品牌，构建合理消费文化。

首先，要考虑消费需求和支付能力有一个积蓄和释放的周期。消费者收入总量有限，促销越频繁，平均每次促销中消费者购买力越小。商家要从顾客终身价值的视角来实现利润最大化，而不是从一次交易中实现利润最大化。商家应真正关心顾客价值，与顾客建立长期健康的关系，为促销做宣传造势也应与消费大众的情感联系和生活体验产生共鸣。准确把握顾客需求，注重顾客价值的塑造和传递，灵活运用促销这一价值沟通的手段，才能够长久获得消费者青睐。

其次，成功的营销应有多方位的考虑。人为制造销售波峰未必是好事。在平滑的销售曲线上人为地拱出一个波峰，由于蚕食效应未必真能带来多大的实际效益，还让商家在仓储、物流、客服等环节不堪重负。此外，还可能进一步强化了中国消费者“惟价格”是从的购买习惯，拖着中国的电子商务企业集体远离健康毛利。理性的商家应根据产品特性来决定营销方式的使用。不仅要考虑销售量，还应根据对商品的客户群的前期调查与消费需求评估，进行备货，要考虑物流、库存等一整套的营销流程。这意味着促销量越大，风险越大。商家往往盯着销售量，而忽略营销流程中其他必要环节的投资风险。

再次，企业和商家应通过打造品牌，来引领合理消费文化。企业经营者要沉下心来研究消费者群体的深层次情感需求，集中有限资源为他们服务，并根据目标客户的现实需求和潜在需求来确定产品的差异化，从而树立与众不同的品牌形象，形成鲜明的品牌定位。若一味地利用简单的时间节点造势，迟早会被消费者抛弃。

观潮

资讯速递

纽约惊现中国丝绸大片 丝绸业发力海外市场

本报讯 记者李予阳报道：日前，由商务部国家茧丝绸协调办公室策划推出的中国丝绸宣传片《锦绣中华》开始在纽约时报广场中国屏上全天候滚动播放，并在ICN电视联播网、BON蓝海电视台、WCTV华府电视台、香港TVB-8等境外主流媒体同步播出。

《锦绣中华》宣传片是国家茧丝绸协调办公室“中国丝绸文化整体宣传活动”的重要组成部分。此次海外投放将历时58天，合计播放1160次，旨在西方社会宣传“丝绸源于中国”、“中国丝绸世界共享”的理念，是商务部提升中国丝绸文化国际影响力与中国丝绸产品附加值、增强我国文化整体实力和丝绸产业竞争力的重要举措。

近年来，我国茧丝绸行业实现了持续、稳定、健康发展。一是我国丝绸大国的地位得到进一步巩固，2011年，我国桑蚕茧产量、生丝产量分别占世界总产量的85%和75%以上，蚕丝、丝织物出口量分别占国际市场贸易量的90%和60%左右。二是丝绸产业集群建设初现成效，形成了以桐乡“蚕丝被、真丝毯”、南充“丝绸”、海安“茧丝”、嵊州“真丝领带”为代表的特色集群。三是丝绸产品结构得到逐步优化，除传统衣着类产品外，丝绸饰品、丝绸家纺、丝绸礼品等多元化产品不断涌现。四是本土丝绸品牌知名度逐步提高，涌现了一批“苏豪”、“凯喜雅”、“万事利”等品牌。

左图 1月5日，宁夏贺兰县中地生态牧场工作人员在为新入驻的新西兰荷斯坦奶牛喂草。近日，1500头新西兰进口荷斯坦奶牛入驻宁夏银川市贺兰县中地生态牧场，这批奶牛是中地生态牧场的首批引进，标志着贺兰中地万头生态牧场一期工程开始投入运营。 新华社记者 王 鹏摄

下图 1月1日，来自澳大利亚的3386头纯种荷斯坦奶牛乘船抵达江苏省南通市。这批奶牛是农业部为优化我国奶牛品种，提升奶业生产水平，特批引进5万头优质高产奶牛中的一批。 黄 哲摄 （新华社发）

洋奶牛来了

□ 祝君壁

画题

据相关统计数据显示，2012年1-11月份，我国累计进口种牛65571头。这个数字与上年同期水平相比，有所下降。但在国内牛奶需求持续上涨、乳品频现质量问题的背景下，依然有越来越多的国内乳企正试图引进“洋”奶牛。

国内乳企买洋奶牛产奶，主要还是看重其品种优良。有关专家表示，目前国内能产出高品质优生鲜奶的良种牛比例只有40%至60%，而在澳大利亚、新西兰、乌拉圭等国家和地区，这个比例高达98%以上。此外，国内消费者对高品质牛奶需求大增，以及对牛奶品质和安全要求的提高也是乳企争相引进国外优质奶牛的原因之一。

不过，值得注意的是，引进洋奶牛并不一定就能产出好牛奶。

据专家介绍，除了品种，包括养殖方式、养殖水源、饲料等方面在内的奶牛饲养条件，都会对牛奶的蛋白质、脂肪等指标产生影响。进口优质奶牛，在环境适宜，饲料搭配合理的情况下，确实能产出好牛奶。但是，由于生存环境不同，洋奶牛在中国“落户”也会遇到“水土不服”的情况，导致产出的牛奶品质受到影响。

因此，国内乳企虽然引进不少洋奶牛，但也要经过多年“适应”与改良品种，才能达到品质的稳定。

家具以旧换新能得到实惠吗

本报记者 冯其予

买房装修之后，选家具可是件费心劳神的事儿：不仅样式得好看、质量要过硬，关键价格还得合适。正因为如此，当2012年初，商务部和北京市商务委先后明确表态要推广家具以旧换新政策的时候，记者心中着实高兴：这次装新家看来能得点实惠了。然而如今回头一算，却发现家具以旧换新这笔账，算起来还真不容易。

先算算能省多少。年初有关部门表态之后，配套政策尚未出台之时，北京市就有家居连锁卖场抢先推出了家具“以旧换新”的活动。可是当记者年中逛过多个卖场之后，却发现并不如意。在西三环丽泽桥的一家家居城里，笔者看中了一款沙发，原价2800元，参加店面活动是直接打九八折，便宜56元，参加“以旧换新”可以打九五折，优惠140元，二选一。虽然后者多便宜了3个百分点，但5%的优惠幅度还是让人感觉没省多少钱。有意思的是，销售人员也不急于推销，而是友好地劝说顾客“‘十一’的时候再来看看，活动折扣会更大”。

果然，“十一”期间再去的时候，商家推出了更多优惠，同时在这个折扣的基础上还可以加上“以旧换新”的5%折扣，总共优惠539元，这样算来还是不错。然而再一细问，这复杂的账里居然还有账。销售人员说，最后这个5%的优惠，需要在送新家具上门的时候，将一件旧家具运回才能享受到。“旧的还能用，就折这么多钱，不太划算”。面对顾客的顾虑，销售人员又支了个招儿，“您可以到收废品那里随便买个单人沙发或墩子啥的，花几十块钱就能享受这个折扣了”。按照这个说法，笔者自己算了算。原价2800元的沙发，参加“十一”活动折扣后是2380元，如果再打九五折只能省下119元钱，无论是把原来的家具抵换出去，还是从旧货市场上买个物件充数都不划算。不仅如此，旧家具还得先倒腾到新家等着上门回收，不然的话，“就只能您自己运送了”。无奈之下，笔者此番只好选择放弃“以旧换新”，继续等待。

也就是在那以后，笔者开始留心有关部门的补贴政策——原因无它，加上补贴，折扣力度总归能大一点吧？果不其然，到了10月底，《北京市家具以旧换新试点实施办法》推出，“购买人交旧购新补贴按照新家具实际销售价格的10%给予补贴”。看到这个消息，笔者又一次兴冲冲地跑到了参与试点的卖场，也希望这次能有所收获。可是去了一看，这次补贴价格倒是高了，可是限制条件更加严格，程序也更加繁琐，不仅限定必须是同一种类才能以旧换新， 领补贴的流程还特别复杂。再仔细逛逛，真正参加以旧换新，或是以此来招揽顾客的商家还真不多。加上有精明的商家同时直接给出九折的价格，两相比较哪个划算不言而喻。最终直到试点期结束，笔者也没有沾上“以旧换新”的光。

编辑点评：

记者这段买家具的经历和感受，相信很多曾经关注过这个政策的人都深有体会。消费者们对这项“以旧换新”的政策，是从最初的期待到慢慢了解，最终一笑了之；而很多商家也因为回收旧家具运输成本高以及补贴计算等问题不愿涉足其间。一个本来看上去很美的政策，为何如此草草收场？根本的问题还是在于政策设计过于大而化之，细节的可操作性不强。“以旧换新”虽然根本上是给消费者实惠，让利给消费者，但是不能设置门槛，先用实惠引来客人，再用门槛把人绊倒。试点之中暴露出来的种种不足，也为有关措施的调整提供了方向和动力。希望在这项办法正式出台的时候，能让普通消费者真正地获得更多便利，享受更多实惠。

市场发现

来自美国2013消费电子展

看点一

联想 智能桌面

本报讯 在日前举办的美国2013消费电子展上，联想集团携40余款创新产品参展。其中，最令人瞩目的是全球首款专为多人平面交互模式开发的产品——Idea-Centre Horizon，其开创了“智能桌面”这一全新电脑品类。

作为全球首款专为多人平面交互模式开发的电脑，联想智能桌面Horizon极致轻薄，厚度仅为27mm，拥有27英寸宽大屏幕和十点触控设计。它配备了大角度无法调节支架，屏幕可实现0°至90°的角度调节。当Horizon水平放置时，系统自动切换到联想独有的多人交互界面Aura；在该平面模式下，多位用户可通过触控，在同一屏幕上玩游戏、学习或浏览多媒体。当屏幕由水平调整至直立时，Horizon可自动切换到WIN8环境，变成一台性能强劲、外形靓丽的超薄一体台式机。 （冯其予）

看点二

中兴 4G终端

本报讯 中兴通讯正式宣布，Grand S智能手机在美国2013消费电子展上进行全球发布。这款具有多个世界之“最”、集纳多项获奖元素的手机刚一问世便在短短数天内引发了业界关注。

Grand S是目前全球最薄的四核智能手机，在设计上，它刚刚斩获素有“设计界奥斯卡”之称的IF国际设计大奖；在硬件上，Grand S不仅汇集了中兴最高规格配置，还植入了中兴通讯最新软硬一体化安防系统专利产品——掌心管家。

此次消费电子展上，中兴通讯向全球信息产业展示了其近年在第四代移动通信（4G）领域领先世界的研发成果。中兴的4G终端家族参展产品涵盖了从智能手机、平板电脑、数据卡到无线路由器等全系力作。中兴方面称，多产品综合运作是中兴的强项，大力推行4G终端将是公司未来的目标。中兴有信心成为4G技术设备的领先者。 （冯其予）

本版编辑 徐 涵 童 娜