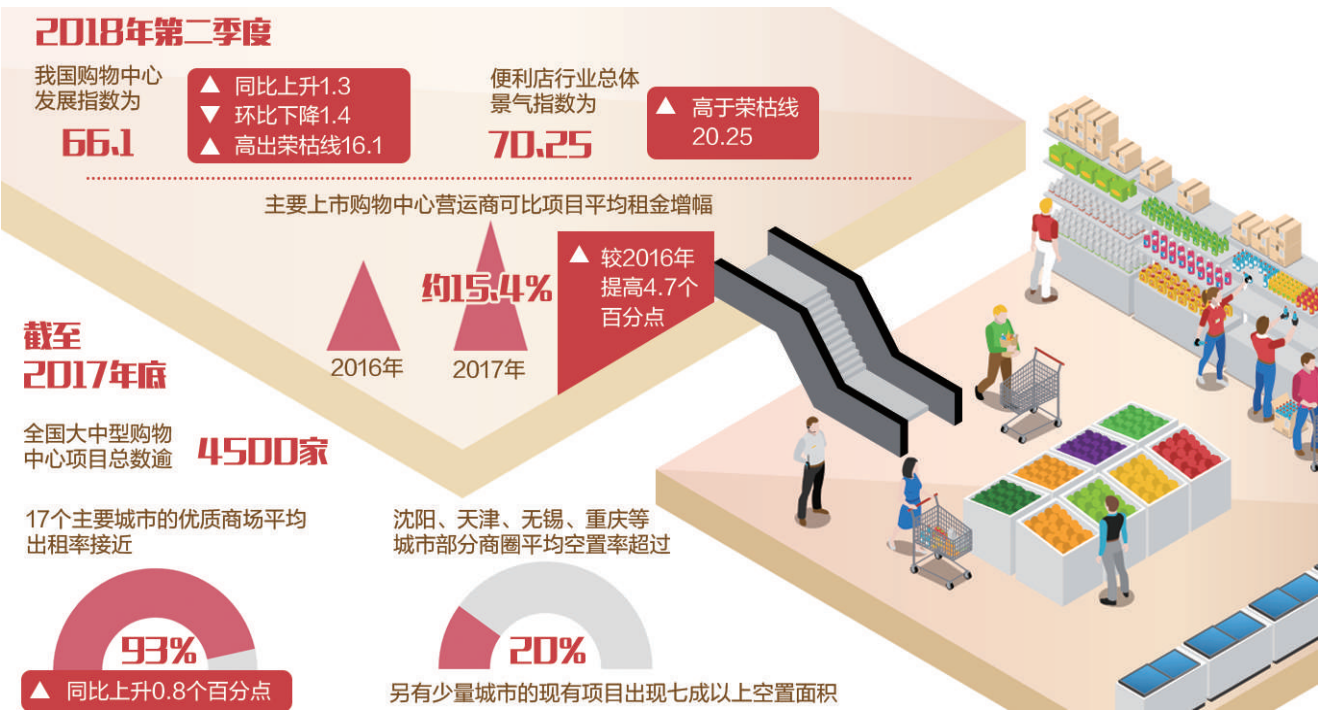
商务部报告显示，购物中心和便利店保持健康发展态势——

零售业转型需“内外兼修”

经济日报·中国经济网记者 冯其予 姚 进

透视

“来自商务部的报告显示，今年二季度我国购物中心和便利店均保持了稳定健康发展态势。不过，业内专家认为，在技术、资本和消费需求的推动下，实体零售转型已经成为必然趋势，需要零售企业不断夯实基础、练好内功，才能顺利转型——



日前，商务部发布的2018年第二季度《中国购物中心发展指数报告》与《中国便利店景气指数报告》显示，整体而言，2018年第二季度中国购物中心与便利店市场保持稳定健康发展势头。大数据、人工智能、物联网等新技术的运用，在给消费者带来全新消费体验的同时，也为购物中心、便利店等实体商业注入了新的活力。

对此，专家表示，实体零售转型已是必然，在企业练好内功、资本成为助推力量的同时，未来行业的可持续健康发展需要更加完善的政府配套政策来支持。

处于健康发展状态

《中国购物中心发展指数报告》指出，2018年第二季度中国购物中心发展指数为66.1，同比上升1.3，环比下降1.4，高出荣枯线16.1，购物中心市场仍处于健康发展状态。企业对下半年保持信心和乐观的预期。

“结合去年全年的数据看，租赁活跃度是一项关键指标，反映出供给侧的表现还是不错的，说明市场对购物中心的租赁需求进一步加大，实体零售品牌仍在寻址拓店。”中国连锁经营协会副会长武瑞玲告诉经济日报记者，同时全渠道零售催生的新业态和新品牌如生鲜电商超市、互联网健身房等也在寻求购物中心内的商铺，购物中心也是他们主要的实体渠道。

武瑞玲表示，消费者对好场景服务的体验需求较为强烈，因此娱乐休闲文化、儿童教育等业态表现比较活跃。以复合型书店为例，一些书店+咖啡店式的复合型店铺在购物中心不断涌现，呈现“量价齐升”现象。也就是说，租金保持上涨的同时需求也比较旺盛，甚至是呈现了一铺难求的现象。

从不同物业类型来看，奥特莱斯型物业继续走俏，百联、首创、王府井、砂之船等国内外经验成熟的运营商继续领衔奥特莱斯市场。地区型购物中心租赁活跃度下降，其辐射力不及都市型购物中心覆盖全市甚至全国的窗口效应。

《中国便利店景气指数报告》显示，2018年第二季度便利店行业总体景气指数为70.25，高于荣枯线20.25，便利店市场仍处于健康发展区间。

“整体来看便利店发展还是不错的，百强便利店企业2017年销售增长率达16.9%，门店数量增长18.1%，成为实体零售企业中增长最快的业态，门店数和销售额都是两位数的增长。”中国连锁经营协会副秘书长、便利店委员会总干事王洪涛告诉经济日报记者，作为最接近消费者的一种零售业态，“智慧零售”“跨界零售”等新概念的不断提出促使中国便利店行业迅速作出反应，在技术创新、运营模式方面不断调整，从而保证了便利店年度整体市场规模保持稳定而快速增长。

机遇与挑战并存

报告认为，我国购物中心机遇与挑战并存，一方面经济平稳、收入增长、消费升级为零售业发展奠定了基础，新业态、新模式、新主体的涌现又为市场持续注入新的活力，购物中心业主逐步累积经营经验并优化运营管理。但另一方面，快速的变革与发展也带来了短期内增量加剧、供需失衡等问题，购物中心市场阶段性供应过剩的问题犹存。

截至2017年底，全国大中型购物中心项目总数逾4500家。17个主要城市的优质商场平均出租率接近93%，同比上升0.8个百分点。“尽管整体市场出租率较好，但城市内不同商圈之间、商圈内不同项目之间出租情况和租金表现差异化程度进一步加大。”武瑞玲说，沈阳、天津、无锡、重庆等城市部分商圈平均空置率超过20%，另有少量城市的现有项目出现七成以上空置面积，阶段性供应过剩风险不容忽视。

空置率较高直接影响了购物中心的租金收益。究其原因，购物中心项目的位置仍然是影响零售物业租赁的重要指标。同时，营运经验越来越多地作用于项目的租金表现。在2017年17个主要城市内租金同比下滑的购物中心中，有64%的项目位于成熟度欠佳的非核心商圈，有三分之二的项目由非专业和缺乏经验的开发商营运和管理。与此相反，2017年主要上市购物中心营运商可比项目平均租金增幅约为15.4%，较2016年提高4.7个百分点。

值得注意的是，零售业的参与主体在数量上、类型上不断扩容，风险资本成为新生力量，持续推进线上向线下融合和拓展。统计显示，2017年285起零售娱乐领域风投案例中，有86笔资金将全部或部分用于铺设线下门店。

“拿到钱不是目的，如何更好地发展、夯实基础，这非常关键。”王洪涛认为，目前便利店行业还是面临着挑战，特别是本土便利店企业，虽说增长够快，但在运营、商品、信息化、供应链等方面与外资企业相比还有很大提升空间。

同时，店租及人力成本持续攀高，人才流失等问题也是便利店行业面临的挑战。“生产要素呈持续高企始终是影响行业可持续发展的潜在威胁，这对便利店行业的运营能力提出了更大的挑战。”王洪涛说，需要便利店行业不断创新，通过新技术运用进一步提高运营效率，以消化不断上升的运营成本。

便利店作为零售业态之一，属于劳动密集型行业。但从去年全年来看，从业人数指数连续三个季度出现下降，体现出便利店行业管理者对未来行业发展中人才流失与引进的担忧。未来，便利店行业管理者不仅要从人才引进方面加大力度，而且还需要通过内部培训积极地培养行业专业人才，为行业的可持续发展提供强有力的保证。

练好内功是关键

据赢商网监测，2017年超市闭店数量明显增长，沃尔玛、家乐福、永旺等7个超市品牌共关闭45家门店，同比上涨28.57%。

“实体零售转型已是必然。”中国人民大学商学院教授、博士生导师刘向东在接受经济日报记者采访时表示，因电商带来的冲击，一些过去发展很好的零售业态遇到挑战是显而易见的。不同形式的零售商都在尝试着突破转型，但也要辩证地看待，有些是企业按照市场变化正常的自发调整行为，有些是因为租赁合同到期，续签租金承担不起。当然，还有一些确实是受到了电商的冲击，经营遇到了困难。“其实各个业态都存在这样的问题，有市场竞争就有优胜劣汰。在看到闭店的同时，还要看到新开店的数据，这样比较才更加客观。”刘向东说。

从去年开始，“智慧零售”等新概念成为讨论的热点，而无人便利店也成为社会关注的焦点，继而各路资本开始关注和投入无人便利店的开发。

“尽管资本运营思路、技术选择和商业计划各有不同，但总体方向都是期望将传统线下便利店全面升级为无需人工值守的门店，以降低人工成本。这种新的技术应用与运营思路对于便利店行业的持续发展起到了积极推动作用。”王洪涛说。

在刘向东看来，“智慧零售”的概念，是指通过互联网的支持，用数字化的工具、基于数字化的决策来改变行业，这应该是一个渐进的过程，分为两个阶段。第一阶段是C端，即与消费者建立起链接，在渠道上实现融合，以方便消费者的选择，可以说这在前几年已经实现；第二阶段是B端，即通过数字化转型来提升企业内部运营、提高效率及完善供应链等，这个阶段可以说去年才刚刚开始，目前越来越多的企业都在做这方面的尝试，但因其更考验企业的内功，相应技术支撑和人才缺乏，也没有较为成功的案例可以效仿，所以还处于起步阶段。

一周点睛

钢材市场“淡季不淡”

新闻回放：入夏以来，钢材市场“淡季不淡”。8月份，螺纹钢期价节节攀升，主力1901合约一度升至4418元/吨，创下今年1月15日以来的新高。在现货市场上，钢坯价格也迎来上涨，8月20日升至4110元/吨，创下近3年高点。

点评：由于上半年环保力度不减，预计下半年限产会继续加强，钢材产量上行空间有限，或导致钢厂高利润持续；加上下半年房地产开工相对较旺，且地铁建设等项目获批，也将会对钢材需求起到一定拉动作用。不过，7月份新船订单、空调、汽车等数据均有下滑，或影响后期板材走势。总体来看，在传统“金九银十”旺季到来之际，钢材市场利好大于利空，预计下半年钢材价格或高位运行。

我国钾肥自给率接近60%

新闻回放：8月22日，2018钾盐钾肥大会暨格尔木盐湖论坛举行。经过60年开发建设，我国钾肥产业不断扩大，由完全依赖进口到目前自给率接近60%，大大提升了国际钾肥市场话语权，促进了我国的粮食生产。

点评：钾是农作物三大营养元素肥料之一，对保障农业生产、粮食安全具有举足轻重的作用，但我国是一个缺钾的国家，资源储量仅占世界的2%左右。特别是近10年来，我国先后突破了低品位固体钾盐、尾矿利用、深部卤水开采等技术，使得钾盐可采量成倍增加。60年来，我国钾肥工业形成了科研、设计、设备制造、生产、销售、农化服务等一套完整的工业体系，产品市场竞争力不断增强，钾肥生产技术和单套生产能力达到了国际领先水平。

我国已建成充电桩约66.2万个

新闻回放：8月23日，2018上海国际新能源汽车及充电设施产业博览会上透露，截至今年7月底，我国已建成充电桩约66.2万个，其中公共充电桩约27.5万个，私人充电桩约38.7万个。此外，未来5年国内电动物流车产销量的年复合增速有望超过50%，增量规模达百万辆，对应直接市场规模近2000亿元。

点评：充电桩是新能源汽车产业的基础设施，当前在使用、建设、运营等方面还存在诸多难题。除了政府出台政策措施加以扶持，也需要企业通过技术和商业模式创新加以解决。为拓展盈利渠道，充电设施企业纷纷将业务重心向运营转移，通过优化运营，以及租车、售车、广告等方式增加盈利点不失为好办法。

产业一线

主攻“数字创意”和“内容版权”

北京构建“高精尖”文创产业

本报记者 杨学聪

作为首都经济社会发展的重要支柱产业，文化创意产业对北京在新时期构建“高精尖”经济结构、推进全国文化中心建设进程中，具有重要支撑作用。日前，北京市正式发布《关于推进文化创意产业创新发展的意见》，指明新时期将构建数字创意和内容版权“两大主攻方向”和“九大重点领域环节”组成的文创“高精尖”内容体系。

数据显示，自2006年在全国率先提出发展文创产业以来，北京市文创产业一直保持高速增长。2017年，全市文创产业实现增加值3908.8亿元，文化企业超过25.4万家，规模以上法人单位实现收入1.6万亿元。今年1月份至6月份，文创产业继续呈现良好发展态势，规模以上法人单位收入达8493.4亿元，同比增长16.6%，文创产业已成为首都“高精尖”经济发展的重要引擎。

北京市委宣传部副部长余俊生表示，《意见》立足首都实际，坚持问题导向，聚焦重点推动产业结构升级，凝聚力量优化产业发展环境，协同联动完善服务保障体系，推动文创产业高端化、融合化、集约化、国际化发展，力求为北京文创产业的未来发展锚定方向、指明路径，推动文创产业实现高质量发展。

新时期北京应当发展什么样的文创产业?《意见》中明确构建了由“两大主攻方向”和“九大重点领域环节”组成的文创“高精尖”内容体系。其中，“两大主攻方向”分别指“数字创意”和“内容版权”，一者强调科技创新的功能支撑，一者突出文化内容的价值引领。在明确主攻方向的基础上，提出重点打造创意设计、媒体融合、广播影视、出版发行、动漫游戏、演艺娱乐、文博非遗、艺术品交易和文创智库等九大重点领域及其重点环节。

“内容是发展的核心，版权是转化的基础。”北京市国有文化资产监督管理办公室主任赵磊表示，为全面激发北京文创产业发展动能，《意见》还提出九大产业促进行动，从文化空间拓展、重点企业扶持、重大项目引导、文化消费提升、文化贸易促进、文化金融创新、文化品牌集成、服务平台共享以及文创人才兴业等方面，提出各类激励引导措施，为文创产业的高质量发展提供全方位支撑。

记者在采访中了解到，《意见》是近年来北京市首个以市委、市政府名义发布的文创产业政策，明确了新时期首都文创产业发展的目标定位，为构建“高精尖”结构体系、推进全国文化中心建设提供了新的着力点和增长点。

自去年起，北京市陆续发布《关于保护利用老旧厂房拓展文化空间的指导意见》《北京市文化创意产业园区认定及规范管理办法》《关于支持实体书店发展的实施意见》等政策支持文创产业发展。

余俊生表示，下一步，北京市有关部门将加紧出台提升文化科技融合水平，促进影视、音乐等重点行业领域发展的具体政策，各区也将结合实际研究制定相应的配套措施，在《意见》指导之下，形成以行业政策为支撑、各区配套政策为基础的“1+N+X”政策体系，并完善落实各类保障措施，推动《意见》尽快落地实施、释放效能。

云服务产业已向平台化、生态化演进——

上云推进企业数字化进程

本报记者 黄 鑫

行业观察

随着云计算、大数据、人工智能等新一代技术的发展，数字化和智能化正在不断改变企业的发展方式。越来越多的企业选择适合自身的云平台、云服务，进而转变自身的生产和管理方式，追求可持续发展

在用友网络日前举办的“2018全球企业服务大会”上，用友网络董事长兼CEO王文京表示，数字化、生态化产业平台是企业数字化的重要运行方式，企业上云是实现数字化的基本途径。

随着云计算、大数据、人工智能等新一代技术的发展，数字化商业的新浪潮已经到来，商业运行的方式和场景出现了巨大变化，全新的商业范式正促进企业加速向数字化、智能化发展。

“企业数字化、智能化将推动数字经济的发展。”中国科学技术协会党组书记、中科院院士怀进鹏在大会上表示，科技革命和产业变革催生着巨大的新兴市场，要加强数字经济学研究，加快推动实施数字经济领先战略，抓住重大机遇，推动数字经济的快速发展。

什么是企业数字化？对此，王文京认为，企业数字化是运行基于新一代数字与智能技术的各类云服务，通过网络协同、数据智能，连接资源、处理交易，重组流程、赋能组织，融入数字经济，推进企业业务创新、管理变革，从而转变生产经营与管理方式，实现更强竞争力、更高经营绩效、更可持续发展的进步过程。

多位业内专家在大会上表示，在数字化、智能化的主旋律下，未来所有企业要么是数字化原生企业，即成立之初就按照数字化模式建立和运营的企业；要么成为数字化转型企业，即通过数字化实现转型的企业。

大会上，多家企业都表示正积极开展数字化转型。传化集团董事长徐冠巨认为，供应链服务体系不完善削弱了中国制造的竞争力，所以传化集团的数字化转型从供应链体系创新出发，通过传化网，打造服务制造、物流、商贸企业和园区覆盖全国的供应链服务生态化平台，实现集团生产制造与生产服务的协同发展。

中化集团董事长宁高宁认为，数字化转型已无处不在，世界正在走向第四次工业革命，数字技术的角色已转变为推动根本性的创新与颠覆。中化集团将在智能制造、模式创新、数字化运营方面打造“数字中化”，并表示力争5年至10年全面转型为科学技术驱动的创新型企业。

数字化和智能化为企业带来的改变不仅体现在系统升级上，更重要的是，将产生对企业业务创新、管理变革以及金融服务嵌入的价值，让企业经营变得更加敏捷，管理变得更加轻松，金融服务更容易获得。“今天已经有越来越多的针对企业服务的云服务平台、云服务产品，选择适合企业自身的云服务上云，就可以比较快捷地实现企业的数字化、智能化。”王文京说。

工业和信息化部日前发布的《推动企业上云实施指南（2018—2020年）》，要求到2020年广泛普及云计算在企业生产、经营、管理中的应用，全国新增上云企业100万家，形成典型标杆应用案例100个以上，形成一批有影响力、带动力的云平台和企业上云体验中心。

可以预见，企业云服务产业正在向平台化、生态化演进发展，除了计算级大平台，还要呼唤业务级大平台来支持和促进整个企业云服务产业的大发展。