

核心阅读

商场是繁荣市场、保障就业的重要渠道。日前发布的《关于恢复和扩大消费的措施》提出，“加快传统消费数字化转型”“发展即时零售、智慧商店等新零售业态”。当前，消费不断升级，对商场提出了更高要求。紧跟需求步伐，各地不少商场主动拥抱互联网、大数据等数字技术，加快建设智慧商场，打造新场景、新业态，为消费者带来全新体验。

顺应实体零售转型升级和数字化发展趋势，今年1月，商务部公布了全国首批12个全国示范智慧商圈和16个全国示范智慧商店，为智慧商店建设提供了经验模板。各地建设智慧商店有哪些新做法？消费者有怎样的新期盼？记者进行了探访。

## 主动拥抱新技术 打造新场景新业态

# 传统商场加快数字化转型

新技术带来智慧消费新体验

华灯初上，北京市朝阳区三里屯商圈游人如织。步入其中，各式各样的“智慧”元素与人群频频互动，数字光影在夜幕中愈发夺目。

记者在现场看到，正值就餐高峰，商场内多家餐饮门店内的机器人忙碌起来，提示排队进度、引导消费者就餐，让等待的消费者少了一份枯燥。

停车场出口也不用排队缴费，消费者通过小程序可以智能停车，查询免费停车时长、停车费用等情况，还可实现购物自助积分、积分换礼、代客泊车等功能。

类似的消费新体验，在三里屯商圈还有不少。在太古里南区广场北侧的一家化妆品店，一些顾客正在彩妆区AR(增强现实)“魔镜”前试妆，可以自主选择各种品牌的化妆品，也可以随心搭配眼影、眼线、唇彩等。“魔镜”能够展示化妆前后对比图，更清晰地展现妆容效果，为顾客挑选购买合适的化妆品提供参考。

商场和商圈是城市商业体系的重要内容，也是促进流通创新、培育新兴消费的载体。很多实体店适应消费升级需求新变化，加快运用现代信息技术，建设智慧商店，创新消费场景。

商务部办公厅印发的《智慧商店建设技术指南(试行)》提出，智慧商店是指运用现代信息技术(互联网、物联网、5G、大数据、人工智能、云计算等)，对门店商品展示、促销、结算、管理、服务、客流、设施等场景及采购、物流、供应链等中后台支撑，实现全渠道、全场景的系统感知、数据分析、智能决策、及时处理等功能，推动线上线下融合、流通渠道重构优化，以更优的商品、更高的效率和更好的体验满足顾客便利消费、品质消费、服务消费需求的商店。

走进江苏南京新街口苏宁易家旗舰店，在影音体验区，多个品牌的家电影音产品同场展示、同台竞技，既方便消费者选择，也带来沉浸式购物体验。此外，门店还引入家居产品和家装服务，结合门店直播、在线3D搭配等数字化场景，为消费者提供全套家庭场景解决方案。

智慧商场新体验有力拉动了消费。数据显示，7月28日至8月18日，南京新街口苏宁易家旗舰店客流同比提升56%，家电3C一站式智慧化以旧换新订单量同比提升七成，绿色智能家电成为消费者购物首选，智能扫地机器人销量同比提升165%，智能洗烘一体机销量同比提升118%，节能冰箱销量同比提升73%。

## 数字化助推服务精准化

商场进行数字化转型，推进智慧化运营；购物中心尝试线上线下融合，拥抱云商模式；美术馆探索沉浸式场景，打造全新体验……走访市场一线，智慧商圈、智慧商店建设推动消费场景不断创新，呈现一些新趋势新特点。

商场门店场景加速数字化。

“专门带着孩子来体验商场的裸眼3D屏，感觉就像置身科幻世界。”在陕西西安京东MALL沉浸式综合类消费商业体，消费者李莉说。这家4万多平方米的购物中心，从整体设计到交互体验都充满潮流与科技元素，成为当地消费市场的知名打卡地。商场的外墙打造了一块巨型裸眼3D屏，逼真的3D效果令人感觉身临其境。店内配有全息投影、VR装备、智能机器人、虚拟直播间、电路透明机房等科技装置及设施，让人耳目一新。

新场景是智慧商场建设的重点方向之一。在全国，不少商场应用5G、物联网、大数据、云计算、人工智能、虚拟现实等新技术，推动线上线下融合，实施全场景、全链条、全用户、全品类的数字化，深挖信息数据分析，促进价值转化，改善门店经营，提升消费者体验。还有一些商场注重创新线下应用场景，推进智能导购、智能停车、电子结算、自助收银、电子价签、智能支付、个性化定制、虚拟试衣间等智能化、便捷化技术及其设施设备应用。

商场供应链加速智能化。

在重庆来福士购物中心，智能控电、智能环

境监测、能耗管理监测等智能运维系统的投用，极大降低了商场管理成本，提升了管理效率。“仅仅是空调和灯光的智能调控，就节约了30%左右的能耗。”重庆来福士相关负责人说，商场还搭建了客流分析系统和会员管理系统，通过消费行为画像和分类，实现对几十万会员的数字化管理和服务。

作为流通环节的重要一环，提高效率、降低成本是智慧商场建设的重要考量。不少商场在数字化转型过程中，注重推动零售流通渠道重构，推广集采集配、统仓统配、反向定制等新模式，利用数据助力降本增效和价值转化。同时，强化物流支撑，推广自动订货、组货选货、智能盘点、前置仓、无人仓库，促进降本增效。

商场服务更加精准化。

在上海豫园，打开“乐游豫园”微信小程序，就能一键获得导航、信息、互动、营销等综合服务。该程序上线以来，已整合几十个文旅点位和消费场景，涵盖游园导览、便民服务板块，让市民游客更好享受“城市微旅行”的游览体验。

智慧商场建设，本质在于通过优化服务，提升消费体验，赢得消费者的认可。在调研走访中，很多商场通过运用小程序、APP等营销工具，为消费者提供优惠券线上发放、全渠道兑换及活动发布、智能推送、积分通兑等数字服务，提升服务水平。有的商场通过线上引流、线下体验，线上线下流量共享，统一即时送达服务，给消费者带来更多便利。

## 新供给激发市场新活力

智慧灯杆、虚拟试衣镜、智能货架……来到广东广州天河路商圈，随处可见智慧消费场景。走进广州北京路，新大新百货大楼上的户外超高清曲面屏裸眼3D引人注目，炫酷的视觉体验营造了满满的科技感。

作为广州传统商圈之一，天河路商圈也曾面临同质化竞争。面对挑战，商圈主动迭代升级，不断调整优化经营业态，目前，从改造前的零售业态占70%、餐饮占30%、文化艺术等业态基本空白，调整为零售业态占57%、餐饮占24%、商务配套占9%、休闲旅游占8%、文化艺术占2%。如今，在商圈购物中心，游客能看新品首发、观美术展、看音乐剧，体验更加丰富。

智慧健身镜、智能LED触摸互动屏、自助停车查询系统、停车位空位监测大屏……天河路商圈的数十种智能公共设施，创新了消费模式，也带来新的吸引力。

中国贸促会研究院市场研究部副主任张继行认为，实体零售发展面临经营成本上涨、消费需求结构调整、网络零售快速发展等诸多因素影响。但背靠中国大市场，实体店的未来仍充满

希望。和线上购物相比，商场有独特的优势。随着消费需求的多样化、个性化，线下购物能满足集购物、娱乐、休闲、饮食、出游于一体的社会性需求，以及消费者面对面选购、拥有和使用商品的即时性需求。围绕需求发力，商场定能激发新活力。

“智慧化是商场转型的主要方向，创新是智慧商场建设的重要动力。”商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇说，近年来，我国实体零售规模持续扩大，业态不断创新。下一步，应进一步加强互联网、大数据等新一代信息技术应用，提高流通效率和服务水平，给消费者提供更多新供给。

商务部相关负责人表示，各示范商圈、示范商店要把握新形势新任务新要求，进一步加强探索和创新，持续促进消费恢复和扩大。要充分运用现代信息技术，持续优化智慧设施、智慧服务、智慧场景和智慧管理，引领行业创新转型。要发挥智慧商圈、智慧商店的平台作用，发展新业态、新模式、新场景，满足居民品质化、多样化消费需求。(据《人民日报》)