



以互联网为依托,运用大数据、人工智能等先进技术手段并运用心理学知识,对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造,进而重塑业态结构与生态圈,这就是新零售。新零售概念一经问世便迅速被各实体零售商追捧。但真正让新零售具有生命力和可持续发展,则需要不断进行科技创新和模式创新。

全国政协委员、杭州市政协副主席、民进浙江省委会副主委谢双成:

## 不断升级新商业模式 引领创造新消费需求



作为数字经济先发地,浙江在打造新型消费、创新数字生活消费场景方面一直走在前列。面对发展环境的深刻变化,如何支持并鼓励这些商业新模式、新业态健康发展是值得关注的课题。这几年,直播电商、生鲜电商、新零售等新商业模式不断升级,在线教育、互联网医疗、远程办公、在线观影等线上新业态也蓬勃发展。要让这些消费热点持续升温、成为拉动内需潜力的新动能,核心在于产品供给侧的创新。

新业态、新模式之所以新,是因为它们迎合了居民消费模

式、消费习惯的变化,引领、创造了新的消费需求。对这些内需市场的“风向标”,浙江应当不断研究、总结,在提升新型消费产品的供给质量、优化新型消费发展环境等方面下足功夫,以技术创新推进互联网和各类消费业态深度融合。浙江应发挥优势,把扩大内需与产业链升级相结合,加速打造一批国内国际双循环的战略枢纽,通过产业带数字化升级、跨境电商等新模式畅通产业经济大循环,做大做强国内市场。

对新业态、新模式的观察,我们应该放在未来五年、十五年的

时间窗口里,去思考还需要提供什么。浙江在新发展阶段更要构建新发展格局,从瞄准消费市场向瞄准规则市场转变,不断提升行业话语权。政府部门也应以包容审慎的态度,探索适合新模式、新业态生长的现代化市场运作模式和管理模式,打造品牌文化塑造的长效机制,让更多新业态、新模式走向成熟,成为浙江经济高质量发展的重要生力军。

党的十九届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》提出,要加快构建以国内大循环为

主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。这是以习近平同志为核心的党中央根据我国新发展阶段、新历史任务、新环境条件作出的重大战略决策。它着眼于我国的长远发展和长治久安,指引着我们今后五年、十五年乃至更长远历史时期前进的方向。

纲举目张。加快构建新发展格局,对于我国实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续、更为安全的发展,对于促进世界经济繁荣,都将产生重要而深远的影响。徒法不足以自行,战略落地需要聚众智、汇众力。

奥特莱斯(中国)有限公司董事局主席张瑞伦:

## 加强城市商业规划,实现奥莱发展的良性循环

2020年,中央多次提到加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,并将其作为“十四五”规划的指导思想之一。中央提出,除了增强国内消费对于经济发展的基础性作用之外,还要顺应消费升级趋势,鼓励消费新模式新业态的发展。奥特莱斯产业凭借自身的特点,在促进国内消费以及加快消费新模式新业态发展这两个方面都在扮演日益重要的角色。

### 吸引更加注重性价比的消费群体

在促进国内消费方面,奥特莱斯正在发挥三大方面的作用:

第一,随着收入水平的提升,国内居民消费升级趋势明显。但是由于供应链和门店限制等原因,国内很多升级消费需求外溢至国外。以国际名品为例,2019年中国消费者超过一半的消费金额发生在海外。虽然由于新冠肺炎疫情导致出境旅游受阻,但随着全球人员流动逐步恢复正常,中国消费者名品消费预计将会再次外流。一二线城市郊区奥莱凭借丰富的折扣名品组合,较高比例的餐饮、亲子、娱乐等配套业态,可以吸引这些外溢需求留在国内,特别是那些更加注重性价比的消费群体。

第二,近年来,中国购物中心新增开业数量保持高速增长,

但同质化问题明显,消费者线下体验社交等方面的需求无法得到满足。由存量购物中心改造而来的城市奥莱,除了众多折扣名品可供消费者选择外,凭借较大的项目体量可以容纳更加多样化的业态,为消费者提供最佳的购物体验。第三,三四线城市较富裕阶层近年来增长迅速,但是由于当地优质商业设施有限,这些群体的升级需求无法得到有效满足。而依托当地的资源,特别是旅游资源,在三四线城市开发文旅奥莱,通过提供丰富的折扣名品更好地满足这类群体的需求。

### 奥特莱斯业态抢先迎来商业复苏

疫情影响下,品牌正面临在百货商场、购物中心的店铺被迫关闭,2020年开店计划延迟甚至退出市场的局面,相较之下,各大品牌在奥莱渠道铺设店铺的重要性也随之增加,奥特莱斯渠道重要性凸显。虽然消费信心受挫,消费者在进行购买决策时将更加重视性价比,奥莱的核心优势更为凸显;同时对许多外贸服装品牌而言,海外订单骤减、大量外贸产品只能转为内销,销售压力巨大。奥莱相较而言更为高效的库存去化速度,无疑会吸引各个品牌商的目光。伴随国内疫情走势的逐步平稳,消费者出门的欲望将被释放。而由于

目前疫情尚未完全结束,因此消费者对于购物场所的安全性存在考量。相较于市区内空间较为密闭的购物场所,尤其是开放式街区型的奥特莱斯,将更符合消费者当前的诉求。

作为中国奥特莱斯行业规范的协会组织奥特莱斯产业发展委员会,致力于建立与完善奥特莱斯行业标准体系,整合全产业链资源,搭建国际交流平台,促进行业健康发展。2021中国奥莱产业发展峰会将于2021年3月31日在上海新国际博览中心举行,今年的主题是“融合奥莱产业,共赢商业未来”。

### 智能管控助力奥莱服务品质升级

“奥莱中国”打造的奥特莱斯名牌折扣店为龙头新型现代产业模式,更好地激发出奥特莱斯产业的活力,形成更高效、更优化的奥特莱斯生态商业模式。旗下芭蒂雨奥特莱斯产业园不断丰富应用场景,深耕运营与用户体验,最终为消费者提供更多实惠和更好的服务,创造更大的经济社会价值。在加快消费新模式新业态的发展方面,“奥莱中国”打造的芭蒂雨奥特莱斯产业园的作用已经凸显。

奥莱产业园区新零售理念,创新体现在三个方面:绿色生态——以绿色环保园林城市的建设理念,

打造花园式街区的靓丽风景线;智慧城市——通过5G智能商业建设,融入人工智能创新体验,提高城市居民现代化服务的体验;文化特色——结合当地文化元素,建设独具特色风情的国际时尚商业街区。

随着移动互联网的普及,中国消费者越来越将实体店的沟通体验与线上购物和研究结合起来。奥特莱斯项目通过线上实现海量商品SKU的展示,线下则作为展示和销售功能,消费者可以根据需要灵活选择消费方式,以更人性化的购物理念,结合互联网及新媒体营销多种手段,使创造更多销售成为可能。同时智能身份识别、商品搜索、询价交流、刷脸支付、跨境物流配送、售后服务等销售闭环的打造,彻底实现并充分展示新零售的未来模式。

奥莱在中国出现较晚,在整个奥莱业态,没有相应的行业标准或国家标准,因此有必要在奥莱业态也建立相应的标准体系。有两个建议:一是加强商业规划。中国商业地产在奥莱业态方面总体上需要加强规划,尤其是需要加强城市商业规划,特别是城市人口与商业体量的关系上没有明确的指导原则,导致个别城市发展过剩,存在无序竞争的情况,有些项目仓促上马,由于资金不到位或管理不善,导致烂尾或闲置;有些项目勉强开业,



存在品牌资源不足的问题,导致其品类结构和经营方式已不再是奥莱模式,无法实现奥莱发展的良性循环。二是加强人才培养。为解决奥莱行业人才短缺的问题,建议政府相关部门出台办法或要求,充分利用协会的力量,开展某些岗位的系统化资质培训。

奥莱已来,心筑未来!奥莱产业在中国经过近20年的发展,已经成为一个重要的零售领域,但是奥莱产业在国内的潜力才刚刚被激发出来。

(本版文字由本报记者朱晨辉整理)

