自主调改 寻求增量
——重庆传统商超转型升级一线观察

■ 田金文

“做重庆最幸福的超市。”重庆永辉超市“学习胖东来”自主调改首家门店营业满一个月后，永辉超市在重庆第二家门店调改通知里如此写道。

进入互联网时代，传统超市受到了来自多方面的竞争冲击,闭店现象频发,谋求转型升级之路,超市“爆改”成为一股新潮流。永辉版胖东来“爆改”成果到底如何？能否适应重庆的消费市场？调改后是否有重庆特色？记者走进永辉超市南坪万达广场店,探寻答案。

数据显示,作为重庆永辉超市“学习胖东来”自主调改的首店,恢复营业一个月以来,累计销售额超4200万元,日均销售额较调改前提升近5倍,日均客流提升超2倍。

超市里的热闹程度堪比热门景点。记者经过10多分钟的排队，进入超市内看到,烘焙区、熟食区,人们摩肩接踵,一派热闹景象。“从开业到现在,顾客一直是这么多,我们累并快乐着。”一位超市员工告诉记者。

走进调改后的永辉超市，最直观的感受就是宽敞明亮,视野通透。“过去这家超市功能分区不清晰,买一件商品需要很长时间。”有消费者表示,“想买的商品不好找，体验就很差,时间长了就不想来超市。”

“以前我们会通过堆放货物和增加弯绕的方式让顾客多停留,促进消费,现在取消了强制动线,消费者再也不用走回头路了。”重庆永辉超市有限公司副总经理蔡矛盾告诉记者,调改后的门店将货架高度由2至2.4米调整到了1.6米,这样消费者就更容易看到超市分区。

●图为调改后的永辉超市重庆南坪万达广场店。 黄伟 摄

记者看到,调改后的门店整体呈暗色,通过光线引导让消费者目光更加聚焦商品本身。据门店负责人介绍,该门店重新规划单品数超12000个,新增商品数超7500支,新增单品占比60%，调改后商品结构达到胖东来商品结构的80%以上。

“现在改得时尚多了,商品的颜色排列得真舒服”“网红商品多了,甜肠、焦糖蛋挞都是我的最爱”……谈到调改后的超市,不少消费者表示认可。

记者实地体验发现,除了商场布局、商品结构发生了改变，调改后的永辉在服务细节上也下了很多功夫。超市入口处添加了宠物安置区,由专人照看;生鲜区送出了选购技巧和烹饪菜单；结账台为老年消费者配备了放大镜，还有微波炉加热和一小时免费充电宝等服务。

永辉调改成果不仅体现在销售额上,更带动了周围商圈整体客流量和销售额的提升。数据显示,一个月来,万达广场客流量同比提升158%,进店客流量同比提升192%,各门店销售额同比提升197%,创下了几年来客流人数的新高。

“调改前,日均消费人次3000左右,调改后,日均1万多人次,调改效果很明显。”重庆永辉超市有限公司采购经理田旭梅介绍,门店属于商圈门店,客群越来越偏年轻,有“新”才能吸引年轻人走进卖场里面。

“变化真大”,逛一圈下来,这是记者听到最多的一句话。

事实上，随着90后、00后等主力消费客群成长,消费需求日益多元化,如何留住追求个性、体验感的年轻消费者,传统超市正努力尝试新模式、新赛道,寻求增量空间。

自主调改就是通过重塑供应链、优化商品种类、改造购物环境等方式自我革新,在细节服务上下足功夫，以消费者为中心重新构筑市场竞争力。

记者了解到,除了永辉超市的调改模式,一批本土传统超市也在通过深度调整采销体系,加快转型升级。

“接下来,如何稳住经营效益,才是传统商超需要应对的挑战。”重庆大学经济与工商管理学院教授廖成林说道。

汾酒联袂五大名窑 共谱文化传承新篇

2024年12月30日,汾酒·五大名窑合作签约仪式在龙城太原盛大举行，众多行业权威与文化精英齐聚一堂，这一盛事标志着传统酒文化与陶瓷文化开启深度交融的崭新篇章。

在中国文化的历史长河中，酒与陶瓷渊源深厚。陶瓷作为酒的经典容器,自古便紧密相连于酒文化,它不仅盛装美酒,更是酒文化的关键外在标识，承载着人们对酒的钟爱和对生活品位的追求。五大名窑——哥窑、定窑、钧窑、汝窑、官窑,代表着中国瓷器制作的最高水平，蕴含着丰富的历史内涵与文化底蕴;而汾酒作为中国白酒的杰出代表,承载着中国酒魂的根脉,二者的融合相辅相成,构建出独特迷人的文化景致。

当日,众多重量级嘉宾到场。中国收藏家协会工艺美术委员会会长毛增印，中国工艺美术大师、国家级非遗龙泉青瓷传承人徐朝兴,中国工艺美术大师、定窑非物质文化遗产代表性传承人庞永辉,中国工艺美术大师、钧窑国家级非物质文化遗产传承人苗长强,中国工美行业艺术大师、汝窑非物质文化遗产代表性传承人王振芳,浙江省工艺美术大师、官窑非物质文化遗产代表性传承人金国荣,汾酒党委书记、董事长袁清茂,汾酒集团党委副书记、副董事长、总经理武跃飞,汾酒股份副总经理、汾酒销售公司总经理张永踊及部分股份公司高管出席了签约仪式。

毛增印在致辞中称，中国的器文化和酒文化是独特的文化现象和审美体系，蕴含丰富历史内涵与文化底蕴,体现儒家中庸、道家天人合一思想,折射中国人的智慧与哲思。中国收藏家协会自成立以来致力于推动中国传统文化建设与传承,从多方面发掘、保护和展示华夏文明成果,工艺美术是其中重要部分。此次五大名窑与汾酒的结合，是对中国器文化和酒文化的致敬，也是传承中国传统文化的典范，为丰富当代器文化和酒文化注入新的灵感与启示。

●袁清茂(右一)为五大名窑传承人颁发文化创新中心专家聘书。

张永踊指出,汾酒站在时代前沿,以文化战略为指引，与代表陶瓷巅峰的五大名窑携手，将数千年沉淀的酒文化注入巧夺天工的陶瓷技艺,这是文化交融的结晶。汾酒将借助五大名窑的文化影响力拓宽文化边界，让更多人透过精美酒器感知汾酒深邃内涵。未来,汾酒立志成为世界品牌，依托合作成果拓展国际市场,联动线上线下,借数字化讲述文化故事,使中国白酒文化香飘四海,成为全球消费者的挚爱之选。

活动现场,徐朝兴、庞永辉、苗长强、王振芳、金国荣等五大名窑的大师们尽情分享五大名窑的产品特色与制作工艺，充分展现陶瓷文化的精湛技艺与独特魅力。随后的签约环节，汾酒与五大名窑大师成功签署合作协议，袁清茂为五大名窑传承人颁发汾酒文化创新中心专家聘任证书，标志着双方合作正式启动。

展望未来,双方合作规划全面深入。在文化交流方面,将共同举办各类主题展览、文化讲座等活动，向民众普及汾酒与五大名窑的文化知识,让传统瑰宝走进大众生活,唤起民众对传统文化的热爱;文创产品开发方面,会把汾酒元素与五大名窑瓷器特色相融合,打造兼具收藏价值与深厚文化底蕴的文创产品,为收藏和文化消费市场增添活力与亮点;在品牌推广和市场营销上，双方将深度整合资源与渠道，全方位提升品牌知名度与美誉度,携手打造中国文化产业的耀眼名片。

汾酒与五大名窑的此次合作，是传统工艺的精妙结合，也是文化传承与创新的生动实践，有望开辟中国传统文化在新时代的发展新路径，推动酒文化与陶瓷文化在全球范围内绽放光彩，让世界领略中国传统文化的醇厚韵味与独特魅力，书写中国文化产业发展的精彩华章。

(杨仁宇)

▶▶▶[上接P1]

初心与使命同行
——对农夫铺子集团石泉区域运营商的调研报告

▶▶▶[上接P1]

公告

四川蓝周商贸有限公司

跨年迎新,消费市场有何新看点?

■ 杨思琪 白田田 王丰

冰雪经济火遍南北，冬日消费“热辣滚烫”;从“风景”到“场景”,传统业态“炫酷”升级;“China Travel(中国游)”持续火热,跨境消费成新亮点……记者在哈尔滨、长沙、深圳等地采访了解到,一系列新产品、新玩法、新业态,助推跨年迎新消费蓬勃生长。

冰雪消费“热辣滚烫”

元旦临近,距哈尔滨市区东南部约200公里,亚布力滑雪旅游度假区一片火热。尽管气温降至零下十几摄氏度，从五岁孩童到七旬老人,大批滑雪“发烧友”计划在雪道上迎接新的一年。

“‘尔滨热’溢出效应明显,近期来滑雪的游客明显增多。每天上、下午,我各带一组学员。”“85后”滑雪教练周金龙说,一节私教课价格在七八百元,不但自己收入增加,也让更多游客亲近冰雪。

“中国雪乡”景区位于黑龙江省大海林林业局辖区内,是冬季热门旅游目的地。记者到访时,“雪乡第一家”民宿经理徐淑娟正忙着整理房间。东北土布装扮着大炕,大红灯笼点缀着雪白“蘑菇房”,冰糖葫芦、冻梨、冻柿子、烤红薯……各色小吃摆满门外的货摊。

“10多年前,这里入住率还不到一半,而现在20间客房、50个床位都需要提前预订,元旦、春节的订单早就排满了。”徐淑娟说,民宿每年有几十万元的收入。

寒冬时节,南方“冰雪经济”也日益火热,冰雪运动成为跨年新选择。

“在北纬22度、几乎不飘雪的华南地区,室内滑雪场深受年轻人欢迎。”深圳卡鲁冰雪世界营销策划部经理何洁说，年轻人喜欢下班后滑夜场,每到下午6点半迎来客流高峰。

广东省冰雪运动协会统计数据显示,目前广东有室内冰雪运动场馆20多家,冰雪运动参与人数过千万，推动了冰雪装备市场的扩大。“2023年我们滑雪运动装备的销售额实现两倍以上的增长,预计2024年继续火爆。”迪卡侬深圳区域总经理弭希方说。

●游客身穿当地特色服装在“中国雪乡”景区合影。 杨思琪 摄

湖南湘江新区的“欢乐雪域”是一座建在矿坑内的冰雪乐园。元旦期间,这里打造了冰雪主题嘉年华,游客可与前来“做客”的南极企鹅和北极雪狐近距离互动，感受冰上碰碰车、冰滑道等“东北同款”玩雪乐趣。

科技赋能传统业态“酷炫”升级

沉浸式国风音乐会、国潮千灯会、跨年烟花秀……元旦前后,“网红”城市长沙推出53项主题文旅活动,覆盖文博展览、文艺演出、潮玩跨年、非遗体验等领域,贴合年轻人热爱传统文化又追求潮流时尚的趋势。

酷炫光影秀、身高两米的“悟空机甲”、结合传统乐器和电子音乐的国风乐队……在有着百年历史的长沙天心阁景区，当游客漫步古老城墙边和古朴阁楼里时，将体验穿越之感。

2024年底，多个大型购物中心在长沙密集开业,纷纷在差异化上做文章。首店、新品、特色活动吸引一大波客流，年轻人争相“打卡”。“现在的消费者不仅要买得便宜,还要玩得开心。”长沙观沙岭招商花园城企划推广部负责人杨灵江说,商场推出团券、互动抽奖等优惠促销活动,针对家庭设计“合家欢”元素,让购物更有“氛围感”。

“尔滨”冰雪游火爆出圈,当地招商引资助力“解锁”更多新玩法。在哈尔滨冰雪大世界室内场馆,全景奇幻舞台秀《王的战车》,演绎千年前女真部落的生活风貌；冰雪文旅元宇宙产品《冰龙寻珠·全感VR》,游客佩戴VR眼镜,便可“打卡”冰雪奇境……

跨年夜,深圳景点“世界之窗”举行“闪光迎新季”冬季特别节庆活动。“WoW迎新音乐会+浪漫气球雨+男团+烟花+无人机”的活动配置,融入创意联名元素,打造一场跨年视听盛宴,提升游客沉浸体验感。

“China Travel”点燃跨境消费

12月17日,过境免签外国人在境内停留时间由原72小时和144小时均延长为240小时(10天),新增21个口岸为过境免签人员入出境口岸。这为持续整个夏天的“China Travel”再添新活力。

我国东北地区的冷与东南亚地区的热，形成鲜明对比,吸引外国游客“一路北上”。在哈尔滨冰雪大世界，一座用冰复刻的“大皇宫”高21.5米,受到游客欢迎。“‘冰皇宫’晶莹剔透,灯光下流光溢彩,太梦幻了！”泰国游客金金说。

随着交通基础设施、跨境支付手段、通关模式不断优化，粤港澳大湾区跨境消费热潮持续升温。除了港澳居民,前来旅游、参加展会的外国旅客大幅增加。

据深圳边检总站统计,2024年以来,深圳单日出入境人数10次创全面恢复通关以来新高,累计查验出入境人员2.3亿人次。“‘通关流量’助力‘经济增量’,口岸中外旅客的增加让商铺的整体收入有了很大提升。”深圳市国有免税商品(集团)有限公司罗湖分公司总经理李德祥说。

有30年历史的深圳罗湖商业城，连日来人声鼎沸、一派繁忙景象。在一家烧腊熟食店前，来自香港的李女士说:“这边的烧腊又便宜又好吃,经常过来买。我们看牙、配眼镜,都有优惠。”

“如今的消费增长，不仅要挖掘资源存量,还得打造更多增量。”中国旅游研究院院长戴斌说,随着互联网、大数据、虚拟现实等新技术加速应用,我国消费市场正向智能化、绿色化、品质化转型升级,不断满足大众日益增长的消费需求,激发更多新潜力,创造更多新空间。

推动中小企业上云率超过40% 这些举措助力企业乘“数”而上

■ 张辛欣 张晓洁

工业和信息化部等四部门近日联合印发《中小企业数字化赋能专项行动方案(2025—2027年)》,明确了未来三年中小企业数字化转型发展的目标,提出到2027年,专精特新中小企业实现数字化改造应改尽改，全国规上工业中小企业关键工序数控化率达到75%,中小企业上云率超过40%。

数字化转型是增强企业发展韧性、提升竞争力的重要举措。未来三年,政策将从哪些方面发力,推动企业乘“数”而上?

“坚持分类推进、‘点线面’结合、向‘新’发力、因地制宜。”工业和信息化部中小企业局局长梁志峰用此概括推动中小企业数字化转型的政策导向。

分类推进，就是要根据不同企业数字化转型差异化需求精准施策。

行动方案明确，分类梯次开展数字化改造。其中,对专精特新“小巨人”企业全面“建档立卡”,“一企一策”靶向推动数字化水平系统提升;面向省级专精特新中小企业、规上工业中小企业实施重点场景深度改造；面向小微企业推广普惠性“上云用数赋智”服务,加快中小企业内外网升级改造，提升数字化基础水平等。

“点线面”结合,意味着在点上推动关键业务场景深度改造,线上大力推进“链式”转型,面上推动集群、园区整体转型。

身处产业链环节的中小企业，生存发展离不开上下游之间的合作与协同，在数字化转型过程中,同样需要大企业的牵引带动。

工业和信息化部明确,支持链主企业、龙头企业开放数字系统接口，促进供应链上下游中小企业实施标准统一的数字化改造。

接入工业互联网平台是企业获取数字化解决方案的重要方式。浪潮云洲工业互联网副总经理、首席技术官商广勇说,通过平台打造数字供应链服务模式，中小企业可以在前端实现供需实时匹配降低采购成本，在中端对生产、仓储等环节数智改造提升效率,在后端实现产品全生命过程可追溯。

赛迪研究院数据显示,2024年，我国平台企业、数字化服务商、信息技术企业等加快打造数字化转型解决方案，其中重点工业互联网平台APP数量已超过46万个。

工业和信息化部明确，将支持细分行业工业互联网平台企业打造产业链协同能力，面向中小企业推广行业共性数字化产品及系统解决方案,基于平台汇聚、组织制造资源,推动实现市场订单、研发资源、生产原料等与中小企业精准匹配。

产业集群是产业链供应链重要组成单元。“我们将完善集群支持政策,推动各地加强共享工厂、共享车间、工业互联网平台等建设,提升集群公共服务能力。”梁志峰表示。

“发布中小企业人工智能应用指引”“推动人工智能技术在研发设计、生产制造、质量检测、运行维护、经营管理等中小企业关键业务场景应用普及”“建设一批适用于中小企业的垂直行业大模型”……行动方案明确一系列举措，着力加强人工智能等在中小企业的应用推广。

在因地制宜推进中小企业数字化转型方面,行动方案提出,发挥中央财政资金引导作用，分批支持100个左右城市开展中小企业数字化转型试点,更新发布《中小企业数字化转型城市试点实施指南》,细化实施要求和流程规范。

赛迪研究院有关负责人建议，要进一步强统筹、育工具、优标准、强生态,持续完善中小企业数字化公共服务，构建中小企业数字化转型长效机制。

全年上新15个品种! 期货市场品种体系持续完善

2024年已经过去。这一年间,期货市场“上新”了多少个品种？涉及哪些重要领域？我们一起来盘点。

聚焦有色金属领域,9月,金属铅、镍、锡和氧化铝期权4个品种在上海期货交易所上市交易,加上此前已上市的铜、铝、锌以及黄金白银期权产品,有色金属类期货基本实现期权产品的全覆盖;

聚焦新能源领域,12月，多晶硅期货和期权在广州期货交易所挂牌上市,这是继工业硅、碳酸锂品种后广期所上市的第3个新能源金属品种;

聚焦农产品领域,郑州商品交易所推出红枣期权,大连商品交易所推出鸡蛋、玉米淀粉和生猪期权,这些期权品种与相对应的期货品种一起,为相关产业提供更为完整健全的衍生品工具链条,更好服务乡村振兴;

此外,玻璃期权、瓶片期货、瓶片期权等品种陆续上市,进一步丰富相关行业风险管理工具箱，助力相关产业企业稳健生产经营;原木期货和期权挂牌交易,有效拓展期货市场服务木材产业链的深度和广度……

2024年以来,我国上市了15个期货、期权品种,期货市场的产品生态不断丰富。

截至目前,我国上市期货、期权品种累计达到146个,覆盖农产品、金属、能源、化工、建材、航运和金融等多个国民经济重要领域。成熟商品期货的期权覆盖率超过80%，围绕场内品种开发的商品指数产品、场外衍生品不断涌现,多元联动的产品生态加快形成。

从交易数据看,2024年1至11月,期货市场累计成交金额561.99万亿元,同比增长7.98%。截至11月底，全市场有效客户数248.98万户,资金总量1.73万亿元,较年初分别增长12.86%和14.97%。

业内人士表示,随着国内期货、期权产品矩阵不断扩容,衍生品市场可服务的实体经济领域更为广阔,可服务的产业链更趋完整,为相关企业提供更全面多样的风险管理工具。

期货市场服务实体经济质效不断提升,“中国价格”在国际贸易定价方面的影响力也越来越强。

如今,大部分期货品种价格已成为境内贸易定价基准。原油、橡胶、PTA(精对苯二甲酸)、铁矿石等开放品种在亚太地区具有较强的价格影响力,已被广泛用于跨境贸易定价参考。

目前上期所正加快推进铸造铝合金、液化天然气、胶版印刷纸、瓦楞原纸等绿色品种研发上市。此外,郑商所也表示,2025年将做好丙烯期货期权上市准备,推动上市葵花籽油期货,稳步推进鸡肉、大蒜、马铃薯等农产品期货研发……

期待未来,随着期货市场品种发展持续扩面、提质、增效,中国期货行业迈向高质量发展的步伐将更加稳健。 (刘羽佳)

安徽芜湖:奇瑞汽车出口忙

最近,2024年度安徽企业百强榜发布,奇瑞凭借2767亿元营收,首次排名全省第一。同年8月5日,《财富》公布了2024年世界500强企业榜单,奇瑞首次登榜,位列第385位。近年来,芜湖市狠抓首位产业发展,形成以奇瑞为“链主”的世界级汽车产业集群，已集聚汽车及零部件产业链上下游企业2000多家,形成整车、零部件、后市场“三位一体”的汽车产业新经济生态。目前,芜湖市汽车产业规上企业达907家,其中整车、零部件、后市场企业分别为11家、677家、219家。

图为2024年12月28日,安徽港口集团芜湖港朱家桥港区，准备出口的奇瑞汽车整齐地集中停放，等待装船销往海外市场。

王玉实 摄影报道

从“岭表南来第一州”到珠三角新增长极
——广东肇庆推动高质量发展见闻

■ 肖文峰 吴涛 钟焯

山更绿,水更清。在广宁县横山镇罗锅村……