

重庆最大零售巨头宣布关闭29家门店,企业回应将开新店、拓展新业态——

# 百货企业闭店背后的数字化转型

本报记者 李国

连日来,网传重庆最大的零售巨头——重庆百货旗下新世纪百货,今年将关闭南坪商都等29家门店,重庆百货正面临经营困境。6月5日,重庆百货就此回应称,关闭老店是正常的经营结构调整。未来,重庆百货还会快速开店,拓展新业态,实现传统零售的数字化转型。

记者了解到,近年来,传统百货不断传出闭店消息,引发了不少人对百货业发展的忧虑。但实际上,不少门店调整属于常规经营操作。在门店开关之间,一些百货企业已悄然加快了数字化转型的步伐。

## 老店关了,新店也开了

事实上,近年来,重庆百货每年在关闭老店的同时,也新开了不少店。公开资料显示,2018年,重庆百货关闭了18家门店,但同时又新开业和新签约网点共24个;2019年,其共关闭门店24家,新增门店22家。

“我们计划关闭的老店,都是扭亏无望或租约到期的店。这些店关闭后,我们往往会在附近开新店。”重庆百货董事长何谦表示,这是正常的经营结构调整,也是公司转型的策略。“我们对未来的发展充满信心。”

2020年一季度显示,今年一季度,重庆百货实现营业收入75.9亿元,同比下降24.26%;实现归属于上市公司股东的净利润1.73亿元,同比下降63.32%。数据并不亮眼,但在业

## 阅读提示

近年来,传统百货不断传出闭店消息,引发了不少人对百货业发展的忧虑。但实际上,不少门店调整属于常规经营操作。在门店开关之间,一些百货企业已悄然加快了数字化转型的步伐。

业内人士看来,这并不意味着重庆百货遇到了经营困境。

一方面,零售企业根据实际经营状况关闭老店、开新店,是常有的事,不能只看到其关闭老店而看不到其开新店。另一方面,由于受新冠肺炎疫情影响,今年企业的经营普遍受到较大影响。仅仅一季度的经营业绩下滑,并不能反映重庆百货真实的经营状况。

据何谦透露,未来,重庆百货将继续专注主业发展,拓展旗下各业态,实现传统零售的数字化转型。按照计划,重庆百货还会快速开店。2020年~2022年,公司计划新开160家店铺,加大在重庆的店铺密度,并辐射成渝经济圈。

## 要开新店,更要拓展新业态

6月5日,重庆百货大坪商都、沙坪商场、涪陵商都3家场店同时开通直播。此前,重庆百货通过事业部“重百云购”小程序累计直播带货达634场。从效果来看,其全渠道来客数为1118万人次,线上订单量达到33万单,市场和销售稳定。

记者了解到,目前,重庆已有5家综合性

百货卖场加入直播带货行列。近年来,因零售行业变革加速、市场竞争加剧,传统零售企业的市场份额进一步被挤压,面临着越来越大的经营压力。在此背景下,传统百货纷纷走上数字化转型道路。

2018年以来,重庆百货通过持续优化供应链、深入场店调改、优化网点开发、线上线下互动融合和发展新兴产业等举措,谋求转型发展,增强经营能力。重庆百货表示,未来,将通过重百创客、世纪通、微商城等多渠道扩大销售途径,建立线上线下吃喝玩乐购等多样化便捷家庭生态圈,为广大消费者定制个性化的品质生活。

据悉,目前,在直播带货、抢早市、个性化定制等新业态带动下,重庆百货业务全线飘红。其中,电器业态上月超额完成销售计划,同比实现两位数增长;百货、超市业态销售均已恢复同期水平;汽贸销售达到同期85%,汽车后市场发展向好,各板块销售均同比实现较好增长。

## 数字化转型有多“香”?

数字化转型势在必行,这不仅企业的

判断,也是政策关注的焦点。日前,国家发改委联合多家部门和企业、行业协会,通过线上方式共同启动“数字化转型伙伴行动(2020)”,旨在形成多方合力,推行普惠性“上云用数赋智”服务,培育数字经济新业态。

“借助‘数字化转型伙伴行动’,中小企业可打造数字供应链,在更高层次整合物流、人才流、技术流、资金流等传统生产要素,在转型升级中寻找增量突破。”中国社科院信息化研究中心秘书长、信息化与网络经济室主任姜奇平说。

据机构测算,数字化可使制造业企业成本降低17.6%、营收增加22.6%;使物流服务业成本降低34.2%、营收增加33.6%;使零售业成本降低7.8%、营收增加33.3%。

重庆百货等企业转型的阶段成效,印证了数字化转型背后的巨大发展空间。但数字经济新业态的培育发展才刚刚起步。据悉,目前中国仅有25%的企业开展了数字化转型,中小企业大多没有转型。

对此,业界总结了中小企业数字化转型的3大痛点,即:转型能力不够,“不会转”;转型成本偏高,“不能转”;转型阵痛期比较长,“不敢转”。

“当前不少企业数字化转型中存在一些问题和挑战,特别是广大中小微企业,有的还面临‘转型找死、不转等死’的困境。”国家发改委高技术司司长伍浩建议,要搭平台、降门槛,加大对企业数字化改造的支持力度,更好培育数字经济新业态。



精心打造“五五购物节”,再启动一批重点活动

# 上海持续造节扩内需促消费

来新的消费体验。

6月6日启动的首届上海夜生活节,围绕“夜购、夜食、夜游、夜娱、夜秀、夜读”等主题,推出上海酒吧节、深夜食堂节、深夜书店节、购物不眠夜、夜上海LIVE秀等180余项特色活动,打造具有烟火气、上海味、时尚潮、国际范的夜上海新形象。

首届潮生活节则瞄准潮流文化资源,聚焦“潮品首发”“潮秀酷炫”“潮玩首店”“潮夜醉人”等4大板块,有19个本土潮牌和30余家国潮商户共同参与,共计首发或上新近500件

单品。

同时,上海还将开启“互联网青春生活节集市”,以国潮振兴为主题,推出一批有颜值、有品质、有趣味的热卖潮品。线上方面,上海也将开展“618”年中大促,拼多多、爱库存等各大电商平台将继续加力,掀起让利优惠高潮。

华源表示,“五五购物节”6月份的活动同样精彩纷呈,上海将在做好常态化疫情防控的同时,会同各方继续精心组织好、落实好各项促消费活动,持续放大“五五购物节”的带动效应,进一步唱响扩内需促消费的大合唱。

# 从余额宝收益率接连下跌看互联网理财得与失

## 经济观察

本报记者 杜鑫

继4月份7日年化收益率首次跌破2%之后,最近,余额宝的收益率一度跌至1.5%左右。这比银行一年期存款基准利率1.75%还要低。

尽管拿活期利率与定期利率比较不算公平,不过,相比2013年横空出世时“让理财不再是有钱人的专属”的豪迈以及6%左右的高收益率,余额宝收益率接连下跌还是让人唏嘘不已。

实际上,早在2014年,就有媒体质疑余额宝的“气球”是否会被吹破——余额宝本质上是货币基金,货币基金主要投资于协议存款之类的利率产品,各家金融机构

2013年底时比较缺钱,资金一紧张,市场资金利率自然会很高。然而资金环境一旦宽松,收益自然走低。

这种不讨喜的真相在当时的高收益率和宣传攻势之下,很难引起多数人共鸣。然而,业内认为余额宝最近收益率接连下跌的原因正是央行今年多次向市场释放流动性,银行不缺钱了。

这警醒人们:互联网理财本质上还是金融产品,纵使互联网技术再强大,终究还是要遵循金融产品本身的内在逻辑。

诚然,以余额宝为代表的“宝宝们”击中了传统理财门槛较高、操作复杂、流动性较弱、受时间和地域限制等痛点,利用互联网的流量优势,聚合个人用户的零散资金,增加了与金融机构的谈判筹码,进而提高了收益率。这让人们真正意义上认识到互联网理财带来的实惠。

由此开始,互联网理财产品品类不断丰富,众筹、基金电商、互联网保险等相继出现;新技术不断被引入改善理财体验,用户数也随之攀升。截至2019年6月,我国互联网理财用户规模达1.7亿,占网民整体的19.9%。也就是说,每5个网民里面就有1个在网上理财。

互联网让理财走进大众,而那句广为流传的“银行不改变,我们就改变银行”的口号,给互联网理财增加了某种使命感。然而,近些年的发展实践却表明,在一些时候,互联网理财过分夸大了互联网的能量和神化了技术的力量,反而让投资人蒙受损失,甚至是血的教训。

一方面,对于互联网技术的过分渲染,遮住了一些金融产品本身的风险,让人误以为互联网理财的高收益是技术驱动的必然,也给一些不法分子可乘之机。

另一方面,过分夸大互联网颠覆传统行业的形象和普惠的能力,让一些缺乏投资能

力的人,过早地加入互联网理财的队伍。尽管很多平台都致力于投资者教育,但是面对激增的数量庞大的用户,尤其是一些老年用户,教育的速度赶不上他们上当的速度。

今年初发布的《互联网理财行为与安全研究报告》显示,有42.93%的投资者认为在互联网理财过程中没有遇到过任何风险。但是,那些让投资人蒙受损失的个案还是让人们不断反思:互联网理财,互联网只是手段,本质是金融产品,而金融的核心是风险控制。互联网平台的宣传口径也显得对金融越来越敬畏:从颠覆变成了赋能。

繁华过后,脱去层层外衣的“宝宝们”还有最后一张吸引用户的底牌:身后“爸爸们”的品牌背书。而被吊起了胃口的互联网理财用户们,正在四处打听:余额宝收益率跌成这样了,零钱该放到哪里?

5月末我国外汇储备规模为31017亿美元

国家外汇管理局8月7日数据显示

截至2020年5月末

我国外汇储备规模 31017 亿美元

较4月末 上升 102 亿美元

升幅 0.3%

国家外汇管理局新闻发言人、总经济师王若英表示

我国经济潜力足、韧性强、回旋空间大、政策工具多的基本特点没有改变,将继续支持外汇储备规模总体稳定



新华社记者 林汉潮 摄

打击骗取疫情防控税收优惠违法行为

# 1859户违法企业被立案检查

本报讯(记者周烽)近日,国家税务总局公布两起打击骗取疫情防控税收优惠违法行为典型案例。截至5月底,各地税务部门共对1859户违法企业实施立案检查;移送公安机关1658户,抓捕虚开发票犯罪嫌疑人734名。

据悉,税务总局于3月中旬组织开展了打击骗取疫情防控税收优惠等违法行为专项行动。其中,河北税务和公安机关针对疫情期间涉税违法活动新特点,采取有针对性的措施,成功破获利用疫情防控税收优惠政策虚开发票的重大犯罪团伙。该团伙控制企业97户,涉嫌虚开发票2331份,涉案金额2.1亿元,其中涉及虚开防疫物资口罩14.67万只、消毒液700万毫升以及若干数量的温度测量仪和酒精。

今年4月,深圳税务和公安机关联合开展“春雷行动”,破获了5个利用疫情防控税收优惠政策进行犯罪的团伙,67名犯罪嫌疑人落网。该案涉及虚开防疫物资价税合计333万元。

国家税务总局稽查局局长郭晓林表示,税务部门将深入推进税警合作,进一步依法严厉打击没有实际经营业务只为虚开发票的“假企业”、没有实际出口只为骗取退税的“假出口”以及没有具备条件只为骗取疫情防控税收优惠政策的“假申报”行为,切实维护国家税收安全,营造公平公正的税收营商环境,服务经济社会发展大局。

国家食品安全监督抽检:

# 总体合格率97.6%

本报北京6月7日电(记者蒋嵩)今天是世界食品安全日,市场监管总局食品抽检司有关负责人公布了2019年国家食品安全监督抽检情况:2019年市场监管总局在全国31个省、自治区、直辖市农产品和食品交易所依法抽取并购买食品样本,完成国家食品安全监督抽检24.4万批次,覆盖33大类食品,检验微生物、农药残留、食品添加剂、生物毒素、重金属等食品安全国家标准指标558项,检出合格产品23.8万批次,不合格产品5773批次;监督抽检的总体合格率为97.6%,与上年持平,较2014年上升2.9个百分点;监督抽检的总体不合格率为2.4%。

具体分类来看,日常消费量大的食品合格率继续保持高位,重点食品企业产品合格率较高,一些食品安全突出问题治理取得成效,其中,婴幼儿配方乳粉中“三聚氰胺”连续11年零检出。

值得重视的是,个别品类食品抽检不合格率仍然较高。从食品抽样品种看,冷冻饮品不合格率为6.1%,虽较上年下降1.1个百分点,但仍处于较高水平,主要是微生物污染问题;由于检测项目增加,蜂产品抽检不合格率较上年升高3.6个百分点,达5.7%,主要是禁用兽药残留和微生物污染问题。从食品抽样环节看,网购食品抽检不合格率为3.2%,比上年升高1.2个百分点,反映出网络平台销售食品仍需进一步加强监管。

限制生产销售和使用,推广替代产品

# 青海瞄准塑料全生命周期整治“白色污染”

本报讯(记者邢生祥)近日,青海省发改委、省生态环境厅联合制订《关于进一步加强塑料污染治理的实施办法》,强化政府监督管理,落实企业主体责任,建立涵盖塑料全生命周期的污染治理机制,加快形成政府、企业、行业组织、社会共同参与的多元共治体系。

从今年起,青海有序禁止、限制部分塑料制品的生产、销售和使用,积极推广替代产品,规范塑料废弃物回收利用,建立健全塑料制品生产、流通、使用、回收处置等环节的管理制度,有力有序有效治理塑料污染。特别是在塑料污染问题突出领域和电商、快递、外卖等新兴领域,形成一批可复制、可推广的塑料减量和绿色物流模式。

据介绍,结合国家公园示范省建设,青海将禁止使用不可降解塑料袋和禁止使用不可降解一次性塑料餐具的实施范围扩大到三江源国家公园、祁连山国家公园区域内的所有县城。同时,在其他重点城市的大型商场、连锁超市、大型集贸市场开展共享购物车试点,方便群众生活,提升绿色替代产品使用效率。

据悉,青海将综合考虑地区之间、城乡之间、行业之间的差异,区分省会城市、地级城市、县城、乡镇和生态功能区等,有力有序有效治理塑料污染。从塑料制品生产、流通、使用、回收、处置全过程和各环节出发,全面开展农村牧区人居环境、国省干道路域环境清理等5大专项整治行动,全面整治重点区域、重点领域。