**广州市番禺区第十七届人民代表大会**

**代表建议、批评和意见**

第六次会议 第 号

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 代表姓名 | 梁伟棠 | 所 在  代表团 |  | 邮政编码 | 511495 |
| 详 细  通讯地址 |  | | | 电 话 |  |
| 手 机 |  |
| 题目： **关于疫情防控常态化情况下振兴我区商品零售产业发展的若干建议** | | | | | |
|  | | | | | | |
| 请代表选中并打“√”注明  1、此建议是否公开 | | | | | | |
| √ 公开 不公开（不公开请填写理由）  不公开理由： 涉及国家秘密、商业秘密和个人隐私；  公开可能危害国家安全公共安全、经济利益和社会稳定；  其他原因（请填写）： | | | | | | |
| 2、此建议来源 | | | | | | |
| 视察 √ 专题调研 其他方式（请填写） | | | | | | |
| 3、建议是否属于多次提出，尚未解决的事项 | | | | | | |
| 是 √ 否 未详 | | | | | | |
| 4、是否希望承办单位在办理过程中加强与代表联系沟通 | | | | | | |
| √ 是 否 | | | | | | |

**注：提交书面建议时请附上电子文本。**

**内容:**

随着广州市南拓规划的大力推进，我区第三产业的增长势头较为迅猛，其中商品零售产业也相应得到提速发展。但是由于2020年初一场突如其来的新冠肺炎疫情，给正在积极拓展的商品零售业带来了前所未有的巨大冲击，而普遍元气大伤。尽管在2020年5月之后，一部分的零售行业逐步得以恢复经营，但受诸多因素的困扰，我区的商品零售产业目前在总体上仍发展疲软，不少企业的经营状况与以往的正常年份相比，仍差距甚远，并出现了后继发展乏力的问题。由于这个产业既关系到我区宏观经济的发展，也与群众的民生福祉和就业等需求息息相关，因此，我区政府的相关部门，对疫情防控常态化情况下我区商品零售产业的存在问题和发展走向，应该予以高度重视，尽快制定有针对性的扶持政策和措施，并给予科学、合理的引导，以促使商品零售产业能够逆势而上、重创辉煌。基于此，本人不揣浅陋，通过分析我区疫情前后实体零售业的经营格局，以及当前该行业所面临的困难，提出下一步我区振兴商品零售产业发展的若干建议。

一、关于疫情前我区实体零售业基本格局

番禺区的零售格局可以分为三个圈层。第一圈层，是以我区几个知名购物中心为主体，譬如：永旺核心商圈、万博核心商圈、易发商业街核心商圈、百越核心商圈等，这些核心商圈的消费者来自于我区全域，它属于各镇街居民（尤其是高消费群体）悠闲、娱乐和购物的重要目的地；第二圈层，是以各镇街的农贸市场、中小型购物中心、社区超市为主体，主要服务对象为周边3公里的消费者；第三圈层，是以村级夫妻店、地摊、农集以及居民小区便利店、社区小超市为主体，主要的服务对象为周边500米内范围，以经营刚需的商品为主；这三个圈层的零售格局，各有所长，近年都得到不错的发展，它们正慢慢走向规范化、电商化和精品化。

二、关于疫情常态化对我区商品零售业带来的影响

疫情期间，三个圈层的实体零售受到的冲击是不一样的，第一圈层主要受到消费者进出限制后，商圈外层的顾客大幅减少，而非必要消费（譬如衣服鞋帽、奢饰品、聚会餐饮、电影院等）也大幅减少；第二第三圈层主要受到农贸市场间歇性停业、外来工回流减少、电商外卖业务兴起等影响。而在疫情常态化之下，对实体商品零售行业的影响因素存在如下几个方面：

**一是**顾客对疫情产生了安全上的顾虑，减少了出行。直接压抑了非必要性消费（比如美容、KTV、亲朋聚餐等）的欲望。

**二是**国内外人群普遍需求疲弱，造成我区很多生产性企业订单大减，工人失业或就业不足的情况日趋严峻，市民对预期收入顾虑重重，影响了消费信心。

**三是**我区很多实体服务行业，短期内其成本无法压缩，而预期经营收入不甚乐观，加上国内外疫情的反复，市场信心萎靡，个别服务行业经营者选择结业，反过来又推高失业情况，造成了恶性的循环。

**四是**缺乏专业技能的商品销售服务人员普遍存在新的就业困难。商品零售行业要振兴，人才是关键。由于商品零售行业工作时间长且普遍待遇不高、人员流动性本来就比较大，面对该行业的全面转营，必须有赖大量新型从业人员的不断补充，才能满足其发展的实际需要。然而，受退二进三的发展思维和这次疫情的直接影响，我区原第二产业的务工人员出现了大量下岗或就业不足的情况，而被迫转入第三产业去找工作，但这时传统的大型招聘会绝大部分都直接被取消了，结果，随着形势的发展变化，这些转岗的人员既缺乏新型的服务意识和服务技能，又缺乏足够的应聘渠道，使他们不得不面临着相对就业难的困境。

由此可见，这次疫情对实体商品零售业的创伤异常巨大，当中既有经济上的实际损失，也给经营者的投资心理和消费者的消费心理带来了阴影，客观上更大大加速了该产业的换代。一方面，消费者的消费信心有待恢复，并对新零售有更高的认知与期许；另一方面，零售业经营者业绩下滑、成本高企，看到互联网崛起，导致自身失去信心，茫茫然而不知所措。因此，本人认为，广大商品零售业从业人员和消费者信心的恢复，对于该行业的重新振兴至关重要！

三、对提振我区商品零售产业发展的几点建议

人们常说，拉动经济的三驾马车分别是“投资”、“出口”和“消费”。 面对我区当前严峻的经济形势，既然因国际疫情不稳造成的“出口”困难，我区在短期内难以把控，在“投资”方面，国家已经推出大量的政策与计划，我们地方政府只要认真落实就行，没有太多的主导权。那么，对提振“消费”这个选项，由于关系到民生保障与就业问题，区政府更应该高度重视，下大力气进行深耕细作。考虑到未来疫情进展的不确定性，商品零售业从业人员和消费者存在信心不足的现实，要振兴我区的实体零售业，将更加有赖于区政府和相关职能部门的大力扶持。在此，本人提出如下几点建议：

（一）建议政府加强对待业青年的培训和扶助，推动我区商品零售行业服务人员的充分就业。**1、**要加强新生代青年服务技能的培训和引导。应结合新时代特征，集中对年轻的第二产业下岗工人和应届毕业生，开展第三产业服务技能和互联网产业工作技能的培训。广东省人社厅早在2020年2月，就推出《关于开展企业职工线上适岗职业技能培训的通知》，该通知有多项技能补贴（广州每人每年1000元，深圳每人每年1500元）。本人认为，上级这些利好的政策，对于鼓励下岗工人再就业和提振经济都是非常有帮助的，区政府不仅要进行全面有力的推广和落实，而且还必须进一步追加投入，联动各镇街商会，加大补贴的宣传与执行。例如，对于一些志愿从事服装导购员的人员，我们不仅要培训其仪态和推销能力，还需要培训他们从事直播的基本知识，并且熟练掌握小视频制作和新媒体的使用等等，从而为他们在新形势开展相关服务打下基础。**2、**要切实抓好招聘途径的改革，以广开招聘的门路。建议在旧有招聘体系的基础上，借助互联网，放开与鼓励网上招聘工作，可以利用直播、小程序、服务号等更能迎合年轻人习惯的方式进行传播，这样能迅速解决劳动力供求失衡的问题。

（二）建议政府积极引导商品零售企业开展“实体零售+互联网”的营销方式改革。本人认为，实体零售与互联网销售并不是替代关系，而是相生的关系。事实上，疫情改变了很多人的生活习惯，也深刻的改变了零售业的经营逻辑，这是不可逆的，在疫情期间，我区互联网商品销售的方式得到了很大发展，其变革的新亮点，集中反映在以下的两个方面：其一，是信息传播方式的改变，诸如政府发放“消费券”，以及直播的冒起，便属于此类；其二，是实现场景的改变，诸如在线教育、送货上门就属于此类。“商品销售行业+互联网”已经日益深入地渗透到各个年龄段的消费者中。随着社会的发展进步，每一个产业的兴起和更迭，都会伴随着大量企业的淘汰潮和员工的失业潮，在这新一轮的社会变革中，我区的商品销售行业要么积极拥抱变革、主动适应形势的发展，要么就在改革的大潮中被时代所抛弃。鉴此，本人认为，经营者在当前社会变革的大潮中，自身固然应该积极探索，但任何个体都难以避免短视与局限，此时政府就应该举起大旗、指引方向，为了让我区更多的商品零售企业都能赶上时代发展的步伐，就唯有通过政府的主导，对那些落伍的零售企业和下岗年轻人进行培训和引导，让更多年轻就业者、创业者获得互联网时代的红利，只有这样，我区未来的实体零售企业才会更有生机和更有竞争力。然而，反观目前我区零售业的经营者（特别是老一辈的经营者），大多对互联网销售仍然处于一知半解或者道听途说的阶段，加上消费者的消费信心还没有完全恢复，结果导致我区服务业的整体表现不温不火，且大多处于盈亏的临界点。在这种情况下，如何帮扶本地的实体服务性行业都用上互联网、用好互联网，将是我区政府当前工作一个重要改革课题。例如，深圳市在这方面就做得比较好，腾讯公司每年都会举办6场以上面向经营者的大型培训会，用以辅助实体企业善用互联网进行商品的营销。而广州市委宣传部、文明办也从2020年6月22日起，也专门举办了《广州市定点扶贫新媒体训练营》，帮扶600个企业提升互联网营销能力。基于以上考虑，本人建议区政府要积极主动引导一些新媒体、策划公司、MCN机构，及时举办一些讲座，鼓励实体服务业的经营者参与学习，好让他们都能尽快了解互联网环境下的营销与经营方式，从而为这些企业营销方式的成功转型升级提供助力。同时，要大力鼓励我区商品零售企业参与大数据、云计算、人工智能、物联网、区块链，以及5G背景下的数字化平台建设，利用大数据、云计算的数据平台去改造传统的营销项目，抢抓数字经济的布局发展，让网络科技为我区商品零售企业的后续发展注入新的动能。要鼓励这些企业结合本行业的特征，加快数字化转型，培育效益新增长点。要深入推动电商平台向深度和广度发展，创新“网格+”模式，助力保障资源的有效对接，以推动其产业链、供应链的“满血复活”。

（三）建议区政府精准施策，有效刺激商品销售和群众的消费。疫情期间，各地政府都有刺激商品销售和消费的政策措施出台，但从实际效果却是参差不齐的。本人认为，政府的刺激政策必须精准实施，才能真正做到事半功倍，否则就会造成不必要的资源浪费。因为对于不同的商业圈层，刺激的方式与效果都是不同的。作为第一商业圈层，受疫情的冲击后，他们所面临的主要矛盾，是消费的必要性问题，原因是大多数的乡镇居民在疫情恐慌之下，觉得没必要再去我区的几大商业中心消费了，为此，他们减少非必要消费或者转投网络消费就自然成为了趋势。其实，到购物中心消费，更多承载的是社交、家庭乐、节庆庆贺、一站体验等功能。鉴此，在疫情风险许可的状况下，政府刺激商品销售和消费的政策措施，可以让一些学校、敬老、义工、妇联、民间协会（例如书画、园艺、曲艺）等，联合购物中心组织一些活动，这样能大大活跃气氛，增加第一圈层商家的客流，慢慢恢复顾客到购物中心的习惯。对于第二圈层的商家，他们都是以镇级、街道的3公里商圈为主，本人认为，政府刺激商品销售和消费的政策措施，以发放“消费券”的方式进行拉动，其结果可能会更为有效，本人通过对周边地区政府刺激政策成败经验的观察，觉得“消费券”的设置必须非常讲究，有些地区发放的“消费券”设定了太多的限制条件，令顾客对此十分反感。为此，本人建议我区在“消费券”的发放方面，要经过深入论证，在不铺张浪费的前提下适度、精准投入，多与一些龙头企业合作形成氛围，研究清楚技术载体，联动各类型服务企业参与，达到公平、普惠、不重复的效果，以更好地达到促进对消费的刺激作用。而对于第三圈层的商家，他们就像是城市的毛细血管，应该保证其畅通且有序，政府刺激商品销售和消费的政策重点，在于给它们相对灵活的经营环境，这是已经最大的帮助了。目前，我区的新零售产业正处于变革的重要关口，希望我区政府不失机遇，捕获这个关键的、重要的新增长点，通过精准施策，由政府搭台、企业唱戏，在投入不多的情况下，有效地活跃低迷的消费氛围，通过持续推动，努力提振消费经济向更高的层次迈进，使之成为我区一个重要的经济增长点。

（四）建议政府充分发挥政策的导向作用,为商品零售企业的又快又好发展，注入一副高效的“强心剂”。**1.**要全力推动中央政策的尽快落地。近期中央为抗击疫情和复工复产提出了进一步改善营商环境、扩大开放的要求，为此，我们建议区政府把疫情期间中央政府的纾困政策用足用好，制定我区商品零售企业复工复产、帮助中小企业减税降费、开展金融支持、阶段性减免企业社保缴费和公积金等方面的细化扶持方案，全力以赴帮助这些企业降本减负，切实为他们排难解困。**2.**各级政府部门要靠前服务企业，主动帮助他们渡过难关。要做好调研摸排工作，强化政策执行的监督，全面贯彻“放管服”改革的各项举措，优化政务服务，完善网上办事服务功能，实现“线上办”，为我区的商品零售企业提供高效优质的政务服务，更好地将各项惠企政策配套落实到位。

（五）建议区政府着力推动生产要素和资源的有机整合，帮助我区的商品零售企业共同抱团取暖、抵御风险。这次疫情打破了商品零售产业分工的平衡，信息出现阻断，物流陷于停滞，而通过商品零售产业链集群的建设，就能够有效地减少自然灾害或人为破坏所造成的产业链断裂。为此，我们建议区政府充分发挥社会组织形式灵活、资源整合能力强、专业优势突出等特点，利用商品销售行业协会、商会等基层组织的影响力，通过外引内联，在业内引导成员单位合理谈判等方式，互通有无、互补余缺，帮助商品零售产业建立和发展产业链集群，将生产要素和资源进行科学的整合，实行优势互补，努力完善其的产业链结构，既为商品零售企业的复工复产解决“堵点”“痛点”“难点”问题，又切实地增强他们抵御风险的能力。

（六）建议区政府广泛推介番禺品牌,为企业的优质商品卖力“吆喝”。这次疫情，也让我区很多的商品零售企业都明显意识到传统的营销渠道所出现的瓶颈和脆弱性。为此，创新销售手段，尝试电商直播，通过“名人直播带货”为卖点和突破点，政府、媒体携手搭台扩大影响力和塑造品牌力，可以为企业尽快走出疫情的负面影响，解冻“冰封”的消费潜力提供了一个良好的选择。事实上，番禺区集聚了全国最优质的龙头直播机构、电商经纪公司、电商平台，容易形成行业的集群效应，基于此，我区要逐步培育一批特色突出、示范性强的直播基地，做大业务规模，丰富网红资源，提高网红服务能力和运营能力，带动当地商品零售企业“触播”，用好新业态新模式进行促销，让“直播带货”成为一种新的潮流，成为疫情影响下商品零售产业发展的一匹“黑马”，并以这种接地气的方式，打通本地商品与外界需求的双向链接，从而有力推动我区商品的旺销和达效。