



广州现代商贸业“蝶变”升级法宝： 数字化 智能化 平台化

■希音智能化仓库。

目前广州市正进一步聚焦国家战略,发挥自身优势,加快推进“12218”现代化产业体系建设。广州作为千年商都、国际商贸中心,现代商贸业底蕴深厚、优势明显,是8个现代服务业中的龙头行业。

现代商贸业核心内涵主要包括批发业和零售业两大类,一头连着供应端、一头连着消费端。4月3日,新快报记者跟随“12218”现代化产业体系系列调研行活动,聚焦现代商贸、会展、消费,走访光亚法兰克福、名创优品、SHEIN希音三个企业,挖掘传统产业向数字化、智能化、平台化实现“蝶变”升级的新路径、新场景、新商机。

■采写:新快报记者 陆妍思 ■图片:受访者提供

光亚法兰克福:致力打造领先商贸平台

作为全球第一大展广交会的主场,广州一向是传统会展强市。据广州市商务局统计数据,2024年广州市会展业延续了前一年的强劲势头,全市10个重点专业展览面积合计超过1150万m²,展会规模再创历史新高,稳居全国城市第二位。尤其是龙头展会发挥了“顶梁柱”的作用,其中首次突破了20万m²的广州国际专业灯光、音响展览会正是由广州光亚法兰克福展览有限公司主办。

广州光亚法兰克福展览有限公司

由德国法兰克福展览有限公司与广州光亚展览贸易有限公司共同投资于2005年组建,是一家国际性展览及会议的组织机构。旗下扎根于广州的龙头大展包括广州国际专业灯光、音响展览会,广州国际智能制造技术与装备展览会,亚洲国际模具展、广州国际电线电缆及附件展览会等,多个展会规模达到亚洲第一甚至全球第一。

广州光亚法兰克福展览有限公司总经理胡忠顺表示,对比起传统的单一展览功能,公司的展会项目致力于打造

领先商贸平台,为参展企业及观众带来各种工业自动化的先进科技和解决方案,助力行业繁荣发展。

对于公司选择广州为大本营,胡忠顺特别提到,“近年更享受到政府真金白银投入的红利政策,同时也感受到政府促进广州会展业发展的真情实意。”广州市商务局近期印发《广州市关于加快会展业发展的若干措施》,不仅对本市举办的国际展会每届给予最高10万元奖励,还对符合条件的境外自主办展,奖励资金最高达50万元。

建设具有全球影响力的现代商贸之都 广州市商务局这样干

广州市商务局表示,作为现代商贸业的牵头部门,今年将重点推进四方面工作,以创新驱动和数智化、绿色化转型为动力,推动传统商贸转型升级与新兴消费业态协同发展,为广州建设具有全球影响力的现代商贸之都提供坚实基础。

1 完善产业发展体制机制

近日广州商务局印发《广州市现代商贸业高质量发展行动方案》,明确现代商贸业发展目标,将聚焦全面增强国际商贸中心功能,培育更多千亿级、百亿级现代商贸企业,强化现代商贸业和先进制造业、未来产业融合互促,推动千年商都向现代商都转型。下一步,广州通过系统性部署、专班式推进、清单式管理、常态化调度、动态化调整,全力推进现代商贸业发展。

2 持续推动商圈载体提质升级

围绕“5+2+4+22”商圈格局,推动一批商业项目落地,加快太古里、万象城、SKP等高端商业载体建设。今年广州正在筹备市内免税店落地,鼓励零售业商业模式、业态创新,利用大数据、人工智能等技术手段,打造业态融合、个性鲜明、特色突出的新消费场景,增加优质、差异化的商品和服务供给。

3 加强城市消费品牌塑造

用好“羊城消费新八景”城市消费IP,结合十五运会前中后阶段,以及240小时过境免签等政策做文章,办好精品消费月、国际购物节、精品美食周、直播电商节、“Young城Yeah市”等主题活动,创造IP消费、文旅消费、国潮消费、体育消费、夜间消费、首发经济、银发经济等多种消费新热点。

4 加力扩围消费品以旧换新

充分用好国家政策,推动更多广州优势产业以及高能效绿色产品纳入以旧换新支持范围,联合汽车、家电、家装以及更多广州优势产业的企业,持续开展以旧换新进机关、进企业、进园区、进社区、进小区“五进”团购活动,通过不断地创造新消费场景和需求,赋能文旅、家居、养老等,推动消费结构优化升级,同时推动广州优势产业转型升级。

名创优品:全球最大自有品牌零售商

提起广州连锁零售行业标杆,名创优品是一个不能绕开的名字。2013年由中国企业家叶国富创办的名创优品集团,现已成为全球规模最大的自有品牌综合零售商,全球门店数量达到7780家,为全球10亿消费者创造高品质的生活体验。

名创优品在短短11年间迅速成长为参天大树,离不开与广州这座城市的相互成就。名创优品集团公关总监陈畅表示,依托大湾区世界级制造业集群优势,名创优品在全球有超过1400条优质供应链,其中珠三角的供应商占比约50%。

而每年两届在广州举办的广交会,更让名创优品“无心插柳”开拓了巨大的海外市场。“我们最早一批海外经销商正是来穗参加广交会的境外采购商。”陈畅透露,截至目前,名创优品集

团已在全球112个国家和地区构建了庞大的零售网络,其中海外市场超3000家,遍布纽约、洛杉矶、巴黎、伦敦、迪拜、悉尼、新加坡等全球知名城市核心商圈,海外营收占比接近四成。

“广州对名创优品的支撑还有源源不断的优秀人才。”陈畅表示依托于强大的设计创新团队,目前名创优品正向兴趣消费、品质零售转型。目前公司拥有全球150+的顶级IP资源,并有多个中国独家/首发IP授权,过去一年打造了Chiikawa中国联名首发、哈利波特全球快闪、黑神话悟空独家联名线下主题店等标志性IP事件。

陈畅透露,基于创新能力及全球零售网络,未来10年名创优品立志带领100个IP走向世界,致力于成为世界第



■名创优品北京路旗舰店。

一的IP设计零售集团,成为全球“兴趣消费”的第一心智品牌。

SHEIN 希音:超越ZARA、优衣库,成全球第三大时尚品牌

近日,知名咨询机构GlobalData发布数据显示,从2024年全球时尚市场的市场份额来看,SHEIN以1.53%的市场份额,超过ZARA、H&M和优衣库,仅次于耐克和阿迪达斯,成为全球第三大时尚品牌。

SHEIN的高增长,源自“自主品牌+平台”双驱动战略,而这一战略又基于其开创了数字化柔性供应链,既能为消费者提供极具性价比的产品,也降低了库存压力,推动自身与行业可持续发展。

在今年的广州市高质量发展大会上,广州市委书记郭永航在关于

“12218”现代化产业体系建设的讲话中提及,“在时尚产业,通过数字技术赋能,催生了SHEIN等现象级产业互联网平台,带动整个产业链跃升。”

“像我们这种‘大老粗’开的工厂,以前只知道搞生产,但不了解精益管理的流程和理念。”SHEIN的童装供应商谢双涛是在珠三角的服装制造业摸爬滚打了近30年的“老服装人”,自从2018年接触SHEIN后,他陆续新开了4家分厂,月出货量从此前的五六千件上升到了高峰期的40万件。通过建造标准化厂房、添置自动化裁床设备、采用精益创新工具提升生产效率的同时,也

让工人的收入实现稳步上涨。在SHEIN的全方位赋能支持下,像谢双涛这样曾经的外贸“小白”,成为了广州以“SHEIN模式”链式改造推进现代化产业体系建设的一个范本。

SHEIN相关负责人表示,SHEIN近年来持续投资超百亿元加码打造以广州为中心,辐射肇庆、佛山、江门等城市,集“绿色、智慧、自动”于一体的供应链基建。其中,位于增城的广州希音湾区供应链一期项目已于去年正式开工,三期项目总投资将超百亿元,全部达产后年出口额预计超千亿元,预计引进产业人才高峰期可达约10万人。