

## 一刻钟“圈”出美好生活

# “一刻钟便民圈”带动社区服务提质升级

□ 本报记者 王旭光

锦绣社区位于宜昌市老国企葛洲坝集团生活区，辖区面积0.15平方公里，由锦绣嘉苑、锦绣华庭、锦绣华府3个物业型小区和机电小院、佳鸿缘2个老旧小区组成，现有居民3010户。社区通过科学规划业态布局，保障居民基础保障类消费业态供给，增加品质化智慧化服务，推动社区服务提质升级。同时，通过精准掌握辖区底数，补齐便民服务短板，现有基本保障类门店145家、品质提升类门店65家，满足了社区居民购物、医疗、餐饮、教育、文化等方面的需求，居民获得感和幸福感不断增强。

### 构建特色便利街区

社区凸显“以人为本，共同缔造”的服务理念，科学规划业态布局，构建特色便利生活街区，丰富群众生活。

一是打造锦绣华庭美食服务区。构建以锦绣华庭小区为中心，东南西北四条街道分别配备有早餐街区、24小时便利店、网红餐饮打卡店、宜昌特色美食店等。

二是打造锦绣嘉苑医养服务区。辖区三级甲等医院1家，综合型卫生服务中心1所，专科医疗机构2家、便民服务药店2家，充分满足看病就医需求，为辖区居民提供专业健康保障。

三是打造锦绣华庭便民服务区。辖区不仅

有多个面积达100余平方米的生活超市、生鲜超市，锦绣社区便民服务大厅还提供雨伞、老花镜、打气筒，以及打印、缝纫、充电等便民服务。同时，“葛洲坝街道锦绣社区金手指残疾人工作室”的设立也为残疾人提供了手工培训及就业帮扶服务。社区坚持大党委的领导，在小区大支部的配合下，按照“以人为本”的原则，坚持以群众需求为导向，在广泛调研的基础上准确把握社区居民需求，特别是“一老一小”的实际需求。

具体来看，一方面，社区全面准确把握辖区商业

□ 本报记者 李子晨

“自去年宣布加大助力商家数字化经营以来，支付宝活跃小程序数增长119%，商家经营成交额增长79%。第三方调研机构阿拉丁最新发布报告显示，目前支付宝小程序规模达400万个，吸引了零售、餐饮等主要行业近九成商家布局。”在日前举办的支付宝合作伙伴大会上，蚂蚁集团副总裁、支付宝数字商业事业部总经理何勇明分享了支付宝构建生态开放体的最新成绩单。

同时，为进一步助力服务业数字化，支付宝也将继续加码。支付宝目前拥有10亿真实用户，如何更好挖掘平台流量“洼地”一直是商家的关注焦点。经过长达一年半时间的打磨，支付宝商业推广平台“灯

火”在本次大会上正式发布，在给商家带来更多确定性的同时，也意味着支付宝公域流量商业化进入全新阶段。全域智投、搜索宝、品牌宝是灯火平台首发的三款产品。全域智投可以基于商家商品交易、品牌推广等不同营销目标，实现在支付宝全域超150个垂直服务场景的一站式投放；搜索是支付宝用户连接服务最重要的入口之一，每年通过搜索带来的商家GMV超千亿元，搜索宝作为搜索推广产品将支持商家获得更好的搜索位置曝光；品牌宝则会支持品牌商家参与“五福”“双12”等平台级活动曝光，提升品牌影响力。

### 提供品质化智慧化服务

同时，在会上首发的还有支付宝带货直播平台。据介绍，为满足平台上商家从服务到内容的多样化营销需求，今年以来，支付宝直播从内容直播进阶到带货直播，同时达人播选品中心“带货宝”同步上线，既支持商家品牌自播带货，也支持达人分销带货。

目前，结合支付宝App公私域联动的特点以及具备用户影响力的节庆营销IP，已有不少商家进行了尝鲜。支付宝直播产品经理祝勤致透露，目前已有19大行业商家在支付宝开播，最近三个月新增了26个超百万销量的直播间。

此外，支付宝小程序、商家群等核心产品也迎来升级。支付宝小程序产品经理何博文表示，作为商家在

火”在本次大会上正式发布，在给商家带来更多确定性的同时，也意味着支付宝公域流量商业化进入全新阶段。

全域智投、搜索宝、品牌宝是灯火平台首发的三款产品。全域智投可以基于商家商品交易、品牌推广等不同营销目标，实现在支付宝全域超150个垂直服务场景的一站式投放；搜索是支付宝用户连接服务最重要的入口之一，每年通过搜索带来的商家GMV超千亿元，搜索宝作为搜索推广产品将支持商家获得更好的搜索位置曝光；品牌宝则会支持品牌商家参与“五福”“双12”等平台级活动曝光，提升品牌影响力。

同时，在会上首发的还有支付宝带货直播平台。据介绍，为满足平台上商家从服务到内容的多样化营销需求，今年以来，支付宝直播从内容直播进阶到带货直播，同时达人播选品中心“带货宝”同步上线，既支持商家品牌自播带货，也支持达人分销带货。

目前，结合支付宝App公私域联动的特点以及具备用户影响力的节庆营销IP，已有不少商家进行了尝鲜。支付宝直播产品经理祝勤致透露，目前已有19大行业商家在支付宝开播，最近三个月新增了26个超百万销量的直播间。

此外，支付宝小程序、商家群等核心产品也迎来升级。支付宝小程序产品经理何博文表示，作为商家在

等线上功能，提供商品服务搜索、信息查询等服务，并接入全市统一的社区商业数字地图；创建社区微信小程序，通过手机可了解并掌握社区一刻钟便民生活圈便民服务项目；设置24小时银行自助网点3处、社区便民政务自助机1处，居民只需使用身份证即可完成房产、社保、医保等信息一站式查询打印服务。

在品质类业态方面，标准化建设童萌亲子早教中心，提供托育早教等服务，并建立社区童萌亲子园，打造15分钟可到达的惠民早教育儿机构；建设居家医养健康中心，让正规医养团队、养老机构入驻辖区，同时，社区养老中心提供助餐助洁、健康监测等居家

养老服务，满足老年群体及特殊群体生活便利需求；设立社区“幸福食堂”“盒子食堂”等便宜、便利的餐食店，解决老年人买菜做饭困难的问题；完善社区蜂巢建设，设立社区蜂巢品牌库，为社区居民提供优质商品和便民服务。

在业态改造提升方面，社区建设改造一批贴近居民生活、综合服务能力强的社区睦邻中心，引导辖区临近的传统商户向睦邻中心转型，推广“睦邻中心+便民中心”模式。同时，鼓励原有老旧小商店与品牌连锁便利店以直营或加盟的方式进行改造提升，辖区品牌连锁店数量占商业网点总量的比重达35%，社区服务不断提质升级。

## 开放更多服务功能 加大中小商家流量激励

# 平台助力服务业数字化再加码

支付宝平台最重要的经营载体，过去一年通过开发工具优化，小程序平均开发周期从2周缩短到10天。“为让小程序研发和运营更高效，我们新上线的支付宝小程序云可为商家提供低成本、免运维、高并发业务支撑的服务端解决方案，让中小企业的云需求成本降低30%。同时，围绕商家的生意增长，小程序也推出了一系列新功能。此外，支付宝首页‘我的小程序’自去年开放以来，已经成为了用户复访的重要入口，有超过7亿人次和商家小程序建立收藏关系。为满足商家对收藏用户精细化运营诉求，我们也正式开放了‘收藏盈客’功能。”

“如何高效地与用户建立关系、保持互动、达成转化？‘商家粉丝群’可助力商家连接支付宝生态更多场景、连接更多精准用户人群，测试阶段，商家通过群运营日均可带来12%的营销转化。”支付宝商家粉丝群产品经理宋奚森表示，经过一年多的打磨，商家粉丝群正式面向行业开放，且将继续免费。目前，商家粉丝群已经实现了与小程序、直播、搜索、IoT设备等主要入口打通，为商家提供了更多群经营场景。同时，为了降低运营门槛，商家群还支持免研发、自定义识别引导入群，奶茶品牌书亦烧仙草使用该功能运营学生群体，月复购提升13%。

何勇明表示，支付宝平台开放坚持三个“坚定”原则，即坚定技术创新和接口开放、坚定公私域联动和线上线下融合模式、坚定生态多方共建。平台的发展离不开生态参与者的支持，支付宝也将继续加码助力服务业数字化，如流量激励计划“繁星”将继续加大对中小商家的支持力度，提供超过400亿流量激励，服务商扶持计划在今年3月宣布百亿元级资金资源支持后，还将继续加大投入帮助服务商增加营收。

业内人士表示，自去年支付宝合作伙伴大会宣布加大开放以来，支付宝延续以产品力为核心的平台发展道路，在技术研发、平台治理和激励政策上深入耕耘。在互联网存量竞争的时代，此次产品升级为商家释放了更多利好。

以税收优惠、专项基金、扶持资金池为牵引，建立政府资金效应评价和追踪问责机制，使资金投入和使用效率最大化。建立数字化转型的财务核算体系，使其成本和本收益更为清晰，明确数字化投资的预算和风险，科学计算数字化投资回报周期和效果，从而使企业有决心投入更多的资金到数字化过程中。同时，通过清晰的数据，推动金融机构为数字化提供更多的资金支持。鼓励金融机构创新数字化转型专项金融产品。在算法算力等方面，要关注企业对这些基础资源的创新应用，通过平台企业与政府合作发放定向消费券、优惠券、专属券等方式，鼓励中小企业加大对这些基础资源要素的使用频率。

（夏杰长系中国社会科学院财经战略研究院副院长，刘维刚系中国农业大学经济管理学院的副教授）

# 平台+SaaS赋能服务业数字化拓展新型消费

□ 夏杰长 刘维刚

近日，国家发展改革委颁布的《关于恢复和扩大消费的措施》明确提出要拓展新型消费，鼓励数字技术企业搭建面向生活服务的数字化平台，推动新一代信息技术与更多消费领域融合应用。互联网平台汇聚技术、流量、人才、商客等要素，向第三方SaaS（软件即服务）服务商提供技术支持、接口开放、流量开放等支持，针对不同行业提供低门槛、个性化的数字化解决方案，促进中小微企业数字化转型。平台+SaaS协同共建可有效赋能服务业数字化，平台的流量效应和本地生活服务能力也将有效助力商家拓展新型消费。

### 解决服务业数字化两大难题

当前，中国服务业数字化面临成本和适用性两大难题。首先，数字化技术要求前期投入大量数字基础设施，成本高、周期长且风险大。数字化需要强有力的技术能力，包括数据库建设、云计算技术、风控能力等，单纯中小微企业自身无法满足技术需求。其次，服务业企业特征决定了数字化技术个性化需求强，差异性大。服务业的一大特征就是差异性，不同商家需求多元化且差异性大，单一企业和单一标准方案不能满足数字化转型需要。平台+SaaS协同共建本质上是优势互补、专业分工，最终形成以平台为枢纽，链接商家、服务商和消费者等多主体的协同创新模式。互联网平台可以集中于底层技术建设，持续开放普惠的数字产品技术，为商家数

字化转型降低技术门槛，降低交易成本。第三方SaaS服务商基于平台，针对不同服务细分行业特征，提出个性化数字化解决方案。平台+SaaS深刻影响商家、平台和服务商的运营管理，可有效解决这两大难题，并激励商家从传统消费向新型消费转型。

商家通过数字化工具降低了成本，这部分成本可用于降低服务产品价格，吸引更多消费者。调研数据显示，平台集合了小程序、直播、中心化聚合频道等经营载体、工具和商家经营阵地，并向服务商开放技术和产品接口以集成行业解决方案满足商家经营诉求。平台+SaaS显著降低了多类型商家的数字化转型成本，对有较好基础的企业直接实现全链路的数字化，对有一定能力的企业可进行数字化深度运营，对于基础差的企业，以接近零成本实现0到1的数字化跨越。以支付宝平台为例，2022年，支付宝平台帮每个小程序商家节省最高60%的技术开发投入成本，免费的流量激励帮接入商家每年省20万营销费用。

平台+SaaS协同共建可充分发挥平台和SaaS服务商的比较优势，赋能商家数字化转型拓展新型消费。第三方SaaS服务商深度耕耘服务细分行业，提供共性和个性化服务产品。平台+SaaS已经渗透到知名商圈、商超便利店、品牌专卖店、街边小店等数十万零售业态，通过支付宝小程序、生活号、IoT刷脸设备等经营阵地，为用户提供会员服务、预约下单、优惠券、直播带货等多元化服务。大型企业和商圈开展数字支付、会员服务和小程序、直播等方式，实现线上线下全

链路运营数字化经营；零售小店依靠数字大管家，实现“支付+会员+发票+对账+分账+场景服务”全链路数字化经营，再小的街边小店也可以用数字化武装自己。

平台+SaaS赋能服务业数字化还有效改变传统消费模式，催生新型消费业态。互联网平台依据用户“信用”基础，改善商家和消费者互信环境，改变传统消费模式。比如，押金消费以及预付式消费是典型的传统消费模式，经平台背书后可实现免押金或免充值、免办卡消费。一方面，可以解除消费者对商家“跑路”的担忧，从而放心消费；另一方面，可以吸纳交付押金或者一次性预付大笔资金能力不足但有消费意愿的消费者。平台背书，让消费者可以根据实际消费按次或者按月付款，甚至先享受服务再付款，从而撮合更多消费。作为支付宝平台给商家提供的特色经营工具，芝麻累计服务超7亿用户，提供4000余种服务，帮全场景资损下降11%。这意味着商家有足够空间调整服务产品价格，吸引更多消费者。同时，芝麻先享还推出“大额阶段付”，帮健身、美妆等服务商家提供按次、按月付费服务，降低消费者决策成本、提升消费者的消费意愿。目前，教培、健身、宠物等行业已有超万家线下门店新接入，为消费者提供更多选择。

### 仍存优化空间

平台+SaaS赋能服务业数字化拓展新型消费方面取得了一定成绩，但仍需要进一步优化：