

京津冀商业环初步形成

作为刚刚闭幕不久的中央经济会议的重点，京津冀协同发展在未来很长一段时间内都将成为三地最重要的经济发展刺激政策。国家层面也传递出通过改革创新打破地区封锁和利益藩篱。

在这样的大背景之下，作为北京范围内影响力最大的综合类经济日报，北京商报联合北商商业研究院，派出20位记者深入京津冀

三地14座城市和地区进行深入调查采访。

不同于此前的地毯式报道，北京商报记者组成的京津冀采访团队，向当地居民进行问卷调查，深入政府部门了解城市最新规划，对话企业家了解最真实的改革期待，走进商圈、超市、开发区、批发市场等，挖掘最鲜活的市场动态，为企业和政府搭建沟通和投资的桥梁。

北商商业研究院调查发现，在京津冀三地商务部门“京津冀共同推进市场一体化进程合作框架协议商务行动方案”推动下，围绕北京的京津冀商业环已初步形成。固安、燕郊等“卫星城”的特质尽显。然而，随着商业环的扩大，北京对这些地区的影响力在削减。不过正是这种差距，提供了成长空间。

趋势1 产业带动经济发展

此次调查样本选取的京津冀三地14个城市中，拥有鲜明产业特点的城市或地区，具有更好的现实基础与成长潜力。其中，位于北京的通州就将迎来一波商业建设高潮。

经过了13年的选址筹备，全国首座环球影城确定落户通州。按照规划，这一项目每年会吸引2.5亿左右游客，直接创造1万个就业岗位。更重要的是，该项目将带动文化创意、制造业、酒店、餐饮等配套建设。通州也将加速成为北京商业发展的核心。

比通州特点更鲜明的是位于天津的武清。地处北京、天津中间部位的武清，凭借成功引入欧洲品牌佛罗伦萨小镇一举奠定了产业特色。按照武清的商业规划，到2020年将入市的20余个商业项目都将围绕“购物游”展开，吸引京津地区的消费者。

同时，辛集和涿州也依托皮革和医疗产业优势，不仅盘活了地区经济，还找到了可行性发展道路。

然而依靠核心产业带动经济发展的同时，也暴露出不少地区配套环节的短板。曹妃甸、白沟等地具有鲜明的产业特征，但当地医疗、教育等资源尚不能满足需求。

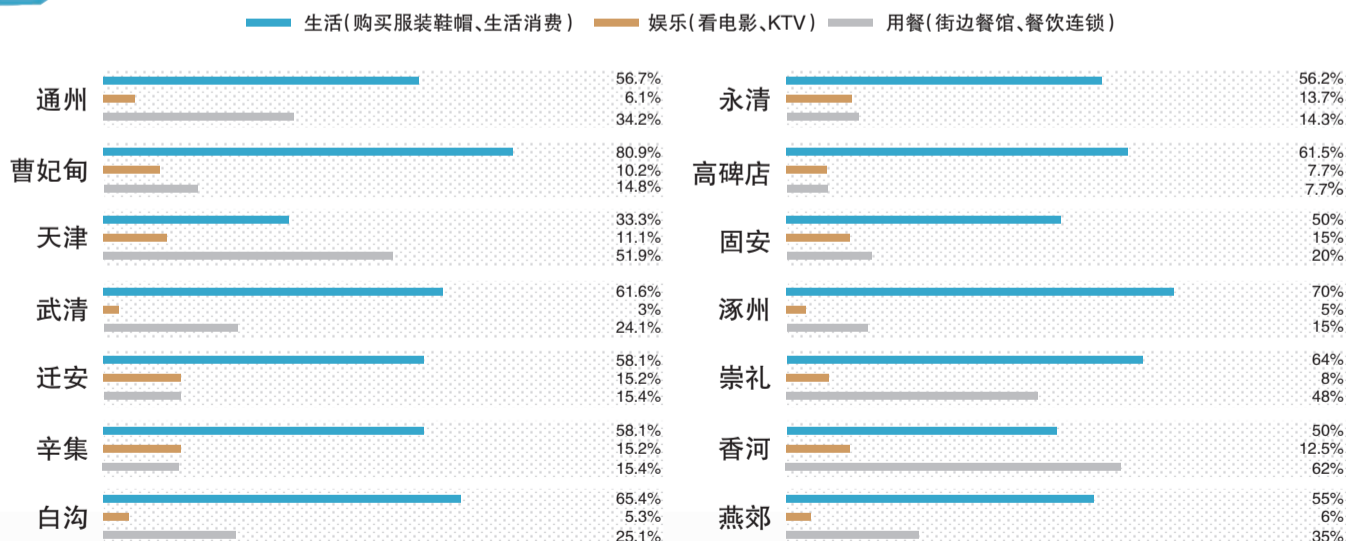
趋势2 生活配套地位凸显

北商商业研究院对调查报道进行综合分析的结果显示，京津冀14个地区对于生活配套业态的呈现有巨大需求。根据北商商业研究院的调查问卷，42%的消费场所集中在超市业态。

在调查的14个地区中，58%的居民消费集中于日常的刚性需求（服装鞋帽、生活消费），27%的花费用于餐饮。由此看来，这些区域的消费者的近九成消费都集中于最基本的生活配套服务。

在北商商业研究院看来，相比于百货、购物中心等零售企业，销售生活基本用品的超市业态更容易在新入驻的地区站稳脚跟，这一业态也更容易吸引知名品牌连锁。这一现象在通州、燕郊等地区都颇为明显。在大型超市连锁站稳脚跟后，更多的品牌连锁开始加速布局。

京津冀14地居民消费构成(多选)



新常态

新征程