

2019年度北京商业高峰论坛即将启幕

谁是首都消费下一个新动能

“ 2019年度(第十三届)
北京商业高峰论坛
十大商业品牌老总话商业 ”

北京苏宁总经理郝嘉：
场景零售将是未来十年中国零售标配

2019年,创新、融合、大数据、人工智能等热词不断在零售行业涌现,各领域间无不谈论并亲身实践着融合变革,以勾画新的商业图景。消费升级仍然主导着当下商业领域的发展方向,并且出现新的高品质、高速度及新体验的趋势。在此背景下,“发现消费新动能”作为2019年度(第十三届)北京商业高峰论坛的聚焦主题,将于11月29日在北京王府半岛酒店展开一场精英之间的观点争鸣。

- 75.5% 的消费者日常时间进行夜消费
- 32% 的消费者夜消费选择看话剧、歌剧
- 45岁 以上人群爱去前门大街
- 35岁 以下人群爱去华熙商业区

(更多调查数据,敬请期待《2019北京商业发展蓝皮书》)

回首接近尾声的2019年,消费升级进入新通道,新零售步入新阶段,夜经济、新商圈、5G技术……首都乃至全国商业消费领域显示出新的势能,消费质量与消费速度成为新的博弈与互相支撑。根据北京市商务局10月底发布的数据显示,2019年前三季度北京消费市场运行稳健。1-9月,北京市实现市场总消费额19805.5亿元,同比增长7.7%,其中实现服务性消费额11015.6亿元,同比增长10.2%,占总消费55.6%,贡献率达到72%;实现社零额8789.9亿元,同比增长4.8%。此外,数据显示,夜间经济已经成为助力消费增长的新动力。

在此背景下,如何展开企业间的融合,如何盘踞上下游资源,如何选择转型方向,如何挖掘消费升级的下一轮潜力,都成为企业转型阶段的一个个难题。而企业也在近两年争相展开创新尝试。餐饮大鳄周黑鸭与美妆品牌御泥坊展开跨界合作,推出“美食口红”,成为吸睛焦点;网易云音乐与酒店品牌亚朵推出“云音乐主题酒店”,拉来一波流量;江小白与电影《后来的我们》联合营销,在年轻人市场成功引来讨论;而快递品牌顺丰与服装大佬耐克联手成功登上热搜排行。

首都商业风起云涌,时至年尾,未来政策走向也被各行业翘首关注。北京商业高峰论坛经过了12年的发展,被业界誉为“北京商业的指南针”,活动由北京市商务局指导,北京市商业联合会、北京商报社联合主办,是北京十大商业品牌评选活动的重要组成部分。每年论坛举办期间,北京市商务局等政府主管部门领导、行业研究机构和行业协会负责人及来自零售、电商、生活服务业、文化、旅游、金融等领域的300余名商界人士将到场参会。论坛得到战略合作伙伴杭州银行北京分行的支持。现场还将有来自北京商业领域主管政府部门、市场研究机构、知名商业企业的重磅嘉宾分享政策风向、市场前景、企业经验等话题。

历届北京商业高峰论坛都云集商界精英,展开思想碰撞与观点争鸣。在今天的论坛现场,将有来自知名购物中心、超市、电商、老字号、教育、餐饮、5G通讯、咨询智库等10余位来自商业核心业态的企业高管以“180秒分享”的形式畅谈“跨界融合”与“消费升级”策略,并分享案例故事与2020年趋势判断。

时光荏苒,北京十大商业品牌评选活动迎来了第十五届,作为评选系列活动之一,高

峰论坛现场将增加“时光隧道”环节,通过15年的视觉记忆,讲述北京商业乃至中国商业的发展历史,遥看品牌的壮大,铭记商业的辉煌。此外,现场还将以视频的形式展开一场来自消费者与企业高管之间的隔空对话。

届时,北京商报社联合北商研究院共同打造的北京商业发展年终报告《2019北京商业发展蓝皮书》也将正式发布,并推出“越夜越北京”夜经济系列调查。报告由数十名活跃在商业一线的记者经过逾半年的走访调查,以商圈走访、企业研究、大数据、专家访谈为基础,浓缩出北京夜经济的全貌,并集纳剖析了核心政策,给出发展难点的对策建议。调查报告显示,北京大多数商圈的夜经济供给处于比较成熟的阶段,消费主体是年轻人和家庭消费群,其夜间消费行为具有社交性、互动性和多元性的特点。不过,目前部分商圈夜经济的业态融合水平、公共管理水平有待提升。

消费升级、跨界融合究竟能否让企业找到新的发展空间?新技术的出现能够带来哪些行业质变?消费者的生活又能发生怎样的新体验?这些问题都将在2019年度(第十三届)北京商业高峰论坛中——找到答案。

北京商报记者 王晓然 陈韵哲

北京商报讯(记者 闫岩)2019年度(第十三届)北京商业高峰论坛将于11月29日上午召开,在这一北京商业盛事举行之前,北京商报记者专访到了北京苏宁总经理郝嘉。郝嘉透露,2020年苏宁将在北京再开两家规模、模式类似于苏宁生活广场慈云寺店的综合性购物中心。他认为,场景零售将是未来十年中国零售标配,也是世界零售的探索方向。

“这是我们明年最重要的工作之一。”郝嘉表示,希望能在2020年再开两家将苏宁影城、苏鲜生、苏宁易购电器店、红孩子、家乐福及百货业态整合在一起的商业综合体。

7月26日,北京苏宁首家智慧零售广场慈云寺店重装开业。慈云寺苏宁易购广场是苏宁智慧零售在京的重要战略布局,内部通过多产业多业态资源的整合,实现了全场景零售。”郝嘉称。

在谈到本次北京商业高峰论坛的主题“发现消费新动能”时,郝嘉谈到,体验消费是该主题的题中之义,体验消费是苏宁一直在做的事,无论是苏宁实体电器店,还是我们百货业态及家乐福、苏宁小店,其实苏宁一直把体验这个词放在最前面,如何让消费者进店之后能够感觉到购买的商品符合他的诉求,是苏宁一直在做的。

郝嘉表示,当前,中国经济正处于从高速增长向高质量发展转变的关键时期,在拉动经济增长的“三驾马车”(投资、消费、出口)中,消费是经济增长的主

要驱动力。

消费趋势在升级,消费市场在下沉,消费人群在细分。面临日新月异的市场环境,只有洞察消费新需求,不断创新求变,才能够立于不败之地。苏宁提出的场景零售,打造的1小时生活圈,可以说重新定义了新消费。

场景零售,简单来说,是一个五力模型。第一是场景力,核心是好产品、好价格;第二是用户力,那就是无限场景,一个会员,让所有会员权益都打通,不管苏宁有多少场景和业态;第三就是服务力,讲究的不仅仅是服务的快捷,更是有温度的交付,苏宁服务在身边;第四个谈到的是科技力,主要是对外的赋能和开放。以零售云为例,我们通过科技的开放和赋能服务了两万多个农村的创业者,从拼购角度来看,我们上线一年多,通过拼购村、拼工厂、拼基地的建设,给千千万万的农民和商户带来致富的机会。第五个就是链接力,就是我们要打造的1小时生活圈,让消费者和我们的距离更近。

其实总结起来就是要做五件事,第一件事,就是要有完整的、全业态的布局;第二,做渠道全链路,1-6级市场,线上线下融合的布局;第三,全域全时的覆盖能力,从农村到城市,从商品到服务;第四,强大的零售OS的后台支撑;第五,场景布局上给消费者更好的体验,做到四位一体。

场景零售在未来十年,甚至更长时间内,不仅是中国零售的关键词和标配,也是世界零售的探索方向。



2019年度(第十三届)北京商业高峰论坛

发现消费新动能

谁是首都消费的下一个新动能? 商圈夜经济、商场新升级、跨界新尝试、科技新赋能……商业精英、政策决策机构、大数据内容商云集,共话未来!

2019.11.29 北京·王府半岛酒店
活动组委会联系方式 010-64101823



活动官方网站



活动官方微信

指导单位 北京市商务局

主办单位 北京市商业联合会 北京商报社

支持单位 中国商业联合会 中国经济传媒协会 中国商业文化研究会

智库 北商研究院 北京商业经济学会

战略合作伙伴 杭州银行 北京商报社