

(上接11版)

商业企业纵论未来消费

北京苏宁易购副总经理王波：
线上线下融合才能了解消费者诉求



北京商报讯(记者 薛晨)北京苏宁易购副总经理王波在论坛现场表示，只有通过更好的线上线下融合才能直接了解消费者的诉求，让消费者有更好的体验。

王波在论坛上表示，针对于消费者需求，苏宁以一小时生活场景进行全业态布局，保

证在一小时内将商品送达给用户，并系统性一站式解决消费者所有需求和问题。第一，通过互联网手段，来实现消费者的更多需求。比如苏宁可以实现在线上下单到苏宁就近的门店快速提货，也可以通过快递员进行配送到家，来满足消费者一小时诉求。第二，通过更多互联网技术的应用和大数据的融合，苏宁在“双11”期间推出“苏宁随时”的项目，即通过后台数据精准的测算，挑选出顾客常用、常买的一些产品，并提前布局到北京的21家家乐福门店，以及70家苏宁店庆门店和700家苏宁小店。顾客可以通过线上苏宁App和小程序点击购买，并通过苏宁物流快速一小时送货到家。第三，通过更多业态布局来完善对于场景的深耕，打造不同场景业态，给更多的消费者提供服务。更多的互联网手段才能实现与消费者的沟通互动。同时，更多的互联网技术应用以及大数据的整合，能够让企业在后台对数据进行精准测算，提前布局到线下终端。

合生商业集团首席品牌官张西：
购物中心要有足够强的客群洞察力



北京商报讯(记者 王晓然 刘卓澜)合生商业

集团首席品牌官张西对“夜经济”这一关键词进行分享道，夜间消费离不开场景和空间的打造。张西指出，场景打造、空间利用不只在于发掘，还在于如何精细化地运营，需要足够强的客群洞察能力以及足够多、足够好的活动资源匹配。

张西介绍，在今年的5月，合生商业推出了“深夜食堂”2.0版本，该街区打造为一条充满趣味性的深夜市集，夜间小剧场、体育竞技、网红直播、场景零售等均在这一场区域展开。在“深夜食堂”这个大背景下，消费者不但有更多美食可以选择，还可以逛、买、玩。

张西指出，只有敏锐地嗅到消费者需求，及时调整营业时间和内容，才是市场真正需要的商业内容。

I Promise轻奢首饰品牌创始人王文钢：
实体店应千店千面



北京商报讯(记者 王晓然 刘卓澜)I Promise轻奢首饰品牌创始人王文钢对“新供

给”这一关键词进行分享道，如果想让商品持续开发，并提高动销率和周转率，需从客流量和客户需求两方面进行分析。客流量和客户画像的需求至少要保证数据的客观、准确、及时和完整。”

王文钢表示，如今绝大部分的珠宝零售企业的客户需求信息流尚未打通，所以物流和资金流多为盲目指挥或无效运作。珠宝业态对于场景需求较大，企业应针对客户需求和场景需求进行研发，因为不同的商品和陈列位置所组合出来的效率是完全不同的，实体店铺需要千店千面。

王文钢还表示，线下零售店铺必然会成为全渠道的服务体验终端，依托于全数字化的终端零售管理，未来必将会引发由数字化终端需求带来的全产业链效率升级。

中国移动北京公司系统集成运营中心副总经理盛凌志：
5G助实体商业变身高科技游戏场



北京商报讯(记者 王晓然 魏茹)中国移动北京公司系统集成运营中心副总经理盛凌志针对“5G”这一关键词进行分享道，目前C端消费者对体验的驱动力，远远胜过购买商品和服务，演出、比赛、旅游等纯粹体验性质的产业开始爆发。作为运营商，如何帮助实体商业打通线上线下客流，如何综合利用各种手段提升实体商业的运营效率至关重要。

盛凌志表示，今年6月工信部向三家运营商发放了5G牌照，5G以大带宽、低时延和高

并发连接特性，使得个人客户能够获得前所未有的多媒体和游戏体验。比如，中国移动与中央电视台合作基于5G的4K高清视频直播国庆阅兵，让观众可以获得电影院一样的观看体验。5G技术带动实体经济布局体验式消费，并拉动“90后”、“00后”等消费主力军进入实体门店，甚至营造现象级营销氛围，促进实体经济消费。借助5G的技术风口，在实体店面中引入基于5G的高清直播、VR游戏、体感游戏、3D虚拟影像直播等媒体新技术，将实体店面变成一个高科技游戏场，拉动实体经济的人气，留住了人也就具备了有效触达人群、促进个人消费者消费的机会。

目前，中国移动北京公司已经分别与SOHO中国、建设银行签署了战略合作协议，通过5G技术助力朝阳CBD、SOHO等商业地产的技术升级，并在建设银行清华园支行等地建设了三个5G+智能银行，打造了传统商业线下实体门店的演示样板。除了促进个人消费者消费，5G结合AICED也就是人工智能、物联网等技术，可以协助实体经济的降本节支，比如我们现在基于5G技术在做一些楼宇节能、机器人24小时巡检等业务，能有助于实体经济领域降低电费和人工成本。

侨福芳草地市场销售部总经理徐光磊：
“夜经济”是衡量城市软实力的重要指标



北京商报讯(记者 王晓然 魏茹)侨福芳草地市场销售部总经理徐光磊针对“夜经济”这一关键词进行分享道，作为拉动内需、促进消费导向的重要概念，“夜经济”逐渐被证明是衡量城市软实力的重要指标。侨福芳草地结合北京夜生活的地域性和独特性，通过城市的夜间文化展现北京具有人文关怀的丰富城市底蕴。未来，“夜经济”将成为北京不可或缺的城市元素。

夜经济的推行以良好的反响刺激着消费，同时将伴随着巨大的发展潜力，如何给消费者提供多元化、差异化的夜间消费场景，引领侨福在夜经济这一新道路上突出重围。作为购物中心，思考如何满足主力消费人群的需求，是公司每年都在做的事。通过对目标消费群体的调研，我们可以更好地把握什么是吸引消费者的重要因素。对于侨福芳草地来说，30岁以上的中产家庭逐渐成为了消费力可观的群体，

那么夜间经济的规划，也会结合我们自身的特点，不断挖掘并去满足主力消费人群的需求。作为北京的艺术购物中心风向标，侨福芳草地发展夜间经济的首要目标也会聚焦文艺青年生活方式，打造京城专属的文化文艺夜生活。

徐光磊表示，夜经济需要满足不同圈层消费者的差异化需求，适应千禧一代的消费习惯、创新消费模式，是侨福芳草地接下来发展“夜经济”时的重心。目前，侨福芳草地已针对“夜经济”开展多项准备工作，从交通、安全、环境以及消费者需求等方面完善夜间运营，并计划于12月启动“夜文化经济”，涵盖夜间艺术表演、夜间美术馆导览、夜间佳片赏析、助眠健身课程、文娱活动以及定制化餐饮等业态，联动商场的美术馆、电影院、健身房、超市以及餐厅等品牌，并联合外部艺术院校或者机构进行艺术赏析或曲艺表演等文艺活动，形成“商旅文体”融合发展的夜经济消费氛围，形成“商旅文体”融合发展的夜经济消费模式。尝试夜间消费升级的新领域，并推进北京夜文化经济发展，同时侧重文化交流空间的打造，以此形成“夜京城”品牌效应，并赋予“夜京城”名副其实的文化标签。

随着“夜文化经济”的到来，企业需要不断地自我完善以满足新时代人群的消费需求，打造高品质的夜文化消费环境成为了下一步重点的发展目标。侨福在落实政策实施的同时，也将会秉持夜间经济高品质的发展目标，避免同质化发展，以新意无限的商业理念来为消费者提供不一样的夜间消费环境。