

北京市商务局局长闫立刚：

共享消费升级 共建国内国际双循环格局



“为了提振消费信心，加快恢复生产生活秩序，全国消费促进月即北京时尚消费月活动于9月8日在前门步行街启动。商业联合会等12家行业协会将共同发起倡议，倡导防控预警、厉行节约、诚信经营、惠民利民等理念。”

——闫立刚 北京市商务局局长

北京市在政策引导下，消费市场逐步平稳回升。

9月7日，在2020中国国际时尚高峰论坛上，北京市商务局局长闫立刚表示，北京将以建设国际消费中心城市为目标，不断吸引国际优质品牌、顶尖设计机构和人才聚集，加快释放原创品牌市场活力，大力培育时尚消费新业态新模式，为稳定产业链、供应链提供新机遇，为满足多元化、个性化需求创造新供给，为加速消费回补和潜力释放注入新动力。北京市邀请全球时尚品牌、机构和企业来京开设全球首店、举办新品首发活动，互利共享消费升级新机遇，协同共建国内国际双循环新格局。

实际上，时尚潮流能刺激消费，更能丰富一座城市的色彩。近年来，时尚品牌潮流逐渐成为引领全球消费的工作目标，促进经济增长的助推器。闫立刚直言，成熟的时尚产业链和优质资源集聚能够吸引世界各地的消费者和创意人才，能够激发城市创新发展活力，推动时尚消费持续繁荣。

“作为国际化大都市，北京消费市场规模不断扩大，在全国率先成为商品消费跨入万亿元的城市，率先形成以消费拉动为主的经济格局，率先建立了市场总消费统计体系和增长促进机制。”闫立刚表示。

闫立刚强调，受疫情影响，国内消费市场也受到了较大冲击。从北京来看，百货、购物中心、专业店、专卖店等线下业态受影响尤为严重，服装、化妆品类经营、珠宝类时尚消费也受到不同程度的影响。为此，北京市

出台了促进消费引领品质新生活的行动方案，布局重点消费领域，促进消费新环境持续回暖，为消费市场加快复苏注入新的动能。

关于2020年疫情期间消费情况，北京服装纺织行业协会会长吴立称，从疫情前后的消费情况来看，零售与餐饮消费恢复速度要快于文娱体育。具体来讲，零售业受冲击最小，方便线上销售，恢复最快；其次是餐饮业态，对卫生条件要求高，但客流量少，随着广大商户开始尝试线上销售半成品和积极打通外卖业务，销售额缓慢回升。而文娱体育业态重视线下体验，一方面开业受到影响，另一方面线下体验到线上变得难度最大，因此整体恢复速度较慢。

从具体商场来讲，社区商业的消费恢复速度快于大型商场。社区商业以周围3公里为主要辐射范围，满足线上免费配送标准，在疫情初期，方便居民购买生活必需品，因此最先恢复客流。大型商场具备品牌号召力，对于数字化有一定的积累，能快速拥抱变化，发力线上，因此客流恢复情况也较为理想。

吴立进一步解释称，经历疫情的考验，典型商业品牌调整率平均在30%左右，餐饮业态品牌调整率最高，其次是零售业态；各购物中心调整更注重时尚、国潮和跨界。零售业态调整品类中，服饰品类调整最多，女装、潮流服饰、鞋包调整较多；调整方向以时尚、国潮为主，同时价格上注重性价比。餐饮中正餐调整最多，尤其是网红餐厅引入，对于分食正餐、宠物餐厅等需求更为旺盛。

北京商报记者 赵述评 刘卓澜

“首店经济”引领北京消费升级

无论是想当个“孤独美食家”一人吃烧肉，还是想边看着鼓楼边和朋友餐前一聚，或者是想买身潮服，这些想法在北京都更容易实现了。

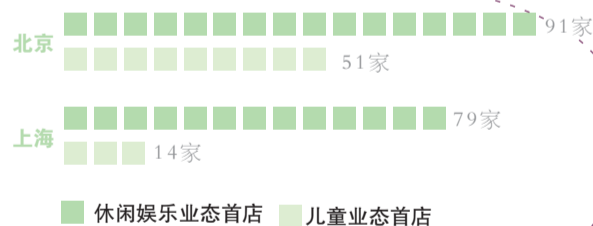
自2019年起，北京市“首店经济”加速发展，各业态商业创新如火如荼。

首店对于品牌或者一类产品爱好者具有强大的号召力。毋庸置疑，首店是所有商圈和购物中心争抢的资源，如果一个商业项目能将某个品牌首家门店、具有产品特色的独家门店引进，那就意味着项目运营者拥有强黏性的消费者。

当下，“首店经济”正引领北京消费升级，北京首店规模仍有增加空间。

京沪首店PK

北京首店业态丰富度较高，以餐饮业态最为丰富，其次是零售业态。



2019年北京引入首店数量

878 家



数据来源：《北京时尚消费报告》



扫描二维码观看视频