

王府井加大首店网红店引入

疫情改变了消费趋势,全国商业正处于转型升级的重要时期。9月17日,作为第七届北京王府井国际品牌节的重头戏,首届王府井论坛正式在王府半岛酒店举行。北京商报记者在该论坛上获悉,在加速经济内循环背景下,北京将加大首店、网红店等特色品牌的引入,通过优质品牌资源集聚来激发城市创新发展活力。同时,王府井在论坛上与一批国际品牌进行签约,未来将加强文商旅一体化发展方向。

王府井商会长刘冰表示,王府井不仅仅是北京的地标,更是中国的金名片。为了将王府井打造成为国际一流商业街,王府井明确了加码潮流、文化、品质、智能的发展战略,未来将成为消费者的第三生活空间。

内循环改变消费方向

中国人世首席谈判代表、博鳌亚洲论坛原秘书长龙永图在论坛上表示,受疫情影响,全球二季度经济均有不同的下滑,很多国家经济增长下滑甚至可能是双位数的。对于全球贸易而言,世界贸易组织预计今年全球贸易将下降13%-32%。在这样严峻的形势下,中央提出“大循环”“双循环”经济新格局,不论经济规模还是经济总量,中国都有基础、有底气推动形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

当经济格局改变,新消费发展方向也有所变化。龙永图指出,目前,新消费发展以人们基本需求为中心,借助数字技术载体,促进线上线下一体化形成。此外,“质量为王”是新消费最重要的一点,中国消费者愿意为提供高质量产品和服务买单,高质量产品与服务成为消费者最大的需求。

同样,国务院发展研究中心市场经济研究所所长王微也指出,伴随城市化水平的提高和城市群的形成,消费资源日益向大型城市加快集聚,推动了城市消费市场的繁荣扩张,成为区域乃至全国领先的消费中心。如今,我国建设国际消费中心城市正当其时。

龙永图表示,只有在国内大循环基础上,才有可能参与国际的大循环。在中央双循环新的发展战

略指引之下,经济与消费才能双增长。而王府井作为中国历史悠久的商业街区,只有发展高品质的产品和服务,才能在中国新消费形势下满足人们需求,才能使中国更具有国际竞争力。

北京成品牌聚集地

随着中国建设国际消费中心城市进程的加快,北京发展也备受瞩目。王微表示,随着城市化进展,中国城市消费已经占到全中国消费总额的80%以上,尤其是一些中高端消费向中心城市加快集聚。其中,北京作为消费中心城市,带着大量品牌的进驻和聚焦,同时也成为品牌的展示分布中心,从而带动周边相关的消费品生产与消费服务业高度聚集。

首店经济已经成为北京商业的有利带动作用,北京将加大首店经济的发展。北京市商务局副局长刘梅英表示,今年以来,北京市研究成立了北京消费城市培育建设的实施方案,明确提出要加快创建国际消费中心城市,加速集聚国际国内优质商品资源,推动传统特色与时尚潮流的融合发展。同时,北京市商务局将推动促进首店经济发展相关政策20版出炉。

刘梅英指出,随着多元化消费市场发展,时尚品牌逐渐成为全球消费的风向标,促进经济增长的助推器,优质品牌资源集聚能够激发城市创新发展活力。北京作为国际化大都市,已经率先形成以消费拉动为主的经济发展新格局,接下来,北京会重点推进以王府

井为代表的商业街区转型升级,大力发展品牌经济。

正如刘梅英所说,王府井正加速品牌引入。在“王府井论坛”上,王府井管委会与新隆福公司签订战略合作协议,构建战略联盟,打造王府井北部文化艺术体验区。同时,NIKE全球首家新形象店、FILA全球品牌中心店、adidas全球品牌中心、全国首家兰蔻全球旗舰店等一批国际品牌首店也在论坛上进行了集中签约。

瞄准文商旅融合

除了发展品牌经济外,王府井正从一条商业街向文商旅一体化的区域转变。北京市城市规划设计研究院院长石晓东介绍,目前王府井更加强调以人为本,通过环境的打造来吸引消费者注意力,从而促进步行街以及整个王府井区域的整体繁荣。

石晓东表示,王府井在塑造独具人文魅力的步行商业街区定位上仍有一段路要走。随着王府井北延的完成,南北街区之间的联系应该加强,这样才能更加完整、系统地展现王府井地区多元丰富的文化类型。同时,王府井不仅仅拥有丰富的商业资源,还有三联图书馆、嘉德艺术中心等艺术资源,所以王府井需要推动功能优化,强化文商旅融合。

在文商旅融合发展的新模式中,数字新基建是必不可缺的载体。阿里巴巴集团副总裁常扬指出,传统商业升级最主要的方式是数字化新基建。在传统商业跟文化和旅游相结合时,互联网能够将线上线下场景结合,扩大客流覆盖范围,从而形成大的传播力量。

华高莱斯国际地产顾问(北京)有限公司董事长李志也提到,王府井应加强数字化来吸引年轻人来到王府井。同时,王府井北延塑造了新消费空间,发展“后街经济”对王府井转型提质也有带动作用。同时,王府井作为中国商业IP,未来,王府井要紧紧抓住文化消费,实现大国商街的优化提质,打造文化端口。通过文化端口,带动夜间经济的发展。

北京商报记者 赵述评 刘卓澜

并购魔方微猎 58同城造血成效几何

北京商报讯(记者 王维祎) 58同城不断寻觅新生机。9月17日,58同城宣布并购魔方微猎,即日起魔方微猎正式更名为58魔方。58同城CEO姚劲波表示,此次合作,标志着58同城的招聘业务正式从流量信息服务深入到招聘解决方案服务。58魔方计划年交付及外包人数提升至百万人服务量级。58同城、58魔方未来三年内还将在全国建设100个城市服务网点。58同城也将加大在招聘交付上的投入。

如果说流量是58同城的“白月光”,那资源交付便是它心头的“朱砂痣”。据悉,58魔方(原魔方微猎)成立于2015年,主要从事人力资源外包服务业务。姚劲波也提到,58同城与58魔方在招聘服务上有很强的互补性。

相较于猎头“一个萝卜一个坑”的找人模式,58同城在与58魔方的合作中,则是将精准匹配、交付能力两个环节效率进行一定提升。

58同城以流量起家,流量的盘子越做越大,也经历过长期亏损直到推出付费会员,才实现扭亏为盈。不过,招聘业务在交付一环“止步”,58同城没有流量暴增以撑腰,让招聘业务后劲儿不足,也让平台缺乏自我造血能力。58同城退市前的最后一份财报——2020年Q1季度财报显示,58同城一季度运营亏损0.558亿元人民币。

58同城也意识到了与付费用户之间的“弱绑定”关系,在今年

频频出招。今年5月,58同城与教育机构合作成立58同城大学,并计划在200个城市成立1000所职业技能培训与就业中心,求职者能力与职场需求的技能进行接轨。

今年1月,58同城宣布将组织架构调整为4个前台事业群,分别为汽车事业群、房产事业群、人力资源及职业教育事业群以及本地服务事业群。姚劲波同时官宣,58同城将从流量收入为主的时代迈进服务收入为主的新时代。

对于58同城的转型,互联网时评人张书乐表示,58同城通过对垂直行业平台进行收购,来达到流量更高效转化,并让自身口碑、质量成为入驻企业的标杆,是一步好棋。不过,这也让平台经营模式转变,管理也会随之转变。

张书乐进一步分析表示,58同城在招聘服务领域已成为行业翘楚,但真正的撮合能力尚不强悍,同时没有建立起行业竞争壁垒。平台的许多撮合生意有可能会被同行触及、抢夺,这使得平台本身陷入左右为难的夹缝状态。

58同城有着流量支撑,从流量输出转型搭配强化资源交付,有着便捷的优势。不过,张书乐也提到,在四五线城市,58同城的流量优势发挥或将受限,当地的人才服务公司和服务派遣公司更为熟悉业务。58同城更多会在长尾市场上收集碎片需求,部分企业偶有用人需求、与小微企业签订长期合约。

广告

信用上岗
我们在行动
信用上岗
恪守职业道德 守护诚信准则
行业标准规范严格自律
家政信用体系全面护航
以信取人 为爱守信
增强信用意识
建立信用平台
家政信用平台
以诚为本 诚信记录
服务员信用记录
包容信任
全民诚信共创美好生活

信用家政 守卫美好生活

登陆商务部“家政信用查”APP
查询企业、家政服务员信息,安心有保障!



商务部网站下载



腾讯应用宝家政信用查询
(服务员端)二维码



腾讯应用宝家政信用查询
(消费者端)二维码

北京市商务局