



2020年对于苏宁易购来说是不平凡的一年。成立30周年之际，苏宁易购在积极谋划布局的同时，也在促消费方面持续发力，为行业复苏贡献出一份力量。

近日，北京苏宁易购举办“全北京看苏宁”年终发布会，活动期间将联合数百家知名品牌，开启年底最大规模促销，将以好产品、好价格、好场景、好服务作为四个维度，为全北京消费者献上一场压轴的消费饕餮盛宴，也为合作伙伴、北京消费市场的稳健发展贡献一点力量。

## “全北京看苏宁” 北京苏宁四大举措启动年终压轴大促

### 五大维度发力持续促消费

今年以来，北京苏宁易购已经多次发放消费券，充分激发了用户的消费热情。这次在年终收官阶段，北京苏宁在跨度、服务、价格、好礼、玩法五个方面更加给力。

活动跨度方面，此次活动包含感恩节、“双12”、年终大促、元旦重要节点，从11月末持续到明年1月初，与“双11”进行无缝衔接，能够更加彻底地释放消费需求。

价格方面，此次北京苏宁发放的消费券分为智能产品消费券和传统家电券。智能产品消费券满2000元享9折，最高优惠400元。针对传统家电发放3000元感恩基金，用户购买传统家电商品时会根据所买的商品价格进行自动适配和抵扣结算。

服务方面，苏宁推出专车接送、万件电器免费试用、家政服务、价保30天服务，苏宁物流、苏宁帮客为高效、便捷的服务保驾护航，让用户免去后顾之忧。

用户在享受好产品、好服务、好价格的时候还能享好礼。根据消费金额的不同，购买单件、多件商品都可享受好礼，会员还有专属买赠。

苏宁易购的玩法也够给力，用户可以通过北京苏宁公众号一键触达到苏宁易购、苏宁拼购和苏宁云店小程序，让购买更加方便快捷。

### 四大举措与合作伙伴共创价值

北京苏宁易购这次大促并不是苏宁易购的独角戏，而是苏宁易购搭台，全北京的品牌、合作联盟共同唱戏。

在走过专业零售十年、连锁零售十年和互联网零售十年之后，面向第四个十年，苏宁易购将其定义为“场景零售服务十年”，自身由“零售商”升级为“零售服务商”，专注好服务。

北京苏宁易购年终大促包含四个方面的内涵：品牌、价格、联盟、服务。这四点总结下来，无非

是“服务”二字，即对用户的服

务，对合作伙伴的服务。苏宁易购力推品牌套购活动，并加大力度助力明星品牌和明星单品销售。苏宁与品牌方整合多方资源，让用户以最大优惠购买、体验这些优质产品。

苏宁与合作伙伴不仅在促销活动中进行联动，双方还能进行资源共享，通过加大数字化对接、携手扩展线上线下全场景渠道等方式，共享资源、互利互惠，为用户创造更大价值。

### 场景零售时代更加专注好服务

随着消费市场强劲复苏，消费升级趋势更加明显。今年以来，苏宁平台上智能、健康等中高端家电增长迅猛，5G手机已经成为诸多消费者的新选择。

苏宁今年持续优化供应链，通过自建或合作的方式，不断为用户提供质优价廉的商品，年底大促将是对于苏宁成果的集中检验。

同时，苏宁不断拓展和优化各种服务场景，加速推动全场景融合，完善到店、到家服务。年底大促，用户同样能够在线上、线下进行消费。

针对消费领域的快速变化，苏

宁更加意识到了开放、合作的重要性。苏宁易购充分发挥好平台优势，加强零售基础能力的开放，不仅为用户，也为品牌提供好服务。

无论消费趋势如何变，用户对于好服务的追求没有变。“服务是苏宁唯一的产品”，北京苏宁易购总经理郝嘉表示，北京苏宁易购将通过全面升级的物流配送、到家服务、售后服务，实现消费场景的全覆盖，不断提升用户体验。发布会上，郝嘉还提出了北京苏宁易购2021年服务标准，致力于引领行业服务升级。