



## 面对2022年“新考题” 北京商业下一步怎么走

从实体触网到数字场景落地，再到冰雪元素与年味交织向大众呈现，北京商业日新月异。

近日，由北京市商务局指导，北京日报报业集团与北京市商业联合会共同主办，北京商报社承办的2022北京商业品牌大会暨2021年度（第十七届）北京十大商业品牌揭晓活动线上举行。直播中，北京市商务局副局长郭文杰接受了北京商报的专访，北京培育建设国际消费中心城市成果几何？传统零售行业数字化推进到何种程度？新的商业模式中谁成为黑马？冬奥会与北京商业将擦出怎样的火花？2022年北京这座中国重要的消费城市将如何发展备受瞩目。

### 1.5万亿元 | 北京社零额恢复至疫情前水平

**数字经济是北京的优势，也是北京的未来。全力实施国际消费中心城市、数字消费创新引领行动。**

2021年，北京消费市场取得可喜成绩。郭文杰表示，北京消费不断扩大，预计2021年社零额将达1.5万亿元，较2020年实现双位数增长，同时消费规模恢复至2019年疫情前水平。北京社零额增长离不开商品、服务的优化。2021年，北京的16家商场完成了升级改造，22个商圈完成了提质升级。国贸商圈、三里屯商圈国际化水平在不断提高，SKP单店的销售规模将突破200亿元。环球影城落地开业，带动了外来消费超过15%，国际化品

牌也在加速集聚。前三季度落地了696家首店，其中国际化品牌超过了100家。

同时，北京新品牌也在加速崛起，像元气森林、泡泡玛特等北京的新品牌在快速地发展。

北京便利化的消费场景不断落地，提升服务内涵。北京市开展了生活性服务业数字化升级行动。在提升餐饮业数字化水平方面，依托美团建立数字化体系，提升餐饮商户数字化运营能力。大数据显示，升级行动开

展以来，近6000家商户单周交易额较开始前增长了近25%。在生活服务业网点数字化方面，发布生活服务业网点动态地图，对全市线上基本便民商业网点和6000多个社区（村），从消费、供给、便利性等维度动态监测，可以更精细地规划全市便民生活服务业务。

郭文杰指出，数字经济是北京的优势，也是北京的未来，未来将牢牢地把握，北京建设国际消费中心城市的重要机遇，全力实施国际消费中心城市、数字消费创新引领行动，整合新基建、新场景、新供给、新生态等关键要素，全力构建数字加消费的新范本，为总消费提升持续赋能。