



# 北京商业十大业态体检报告将出炉

2012年,对于北京商业而言是非比寻常的一年,北京社会消费品零售额即将迈上新的台阶的同时,北京零售业包括百货、超市、电商、快递、家居、餐饮、酒店、专业店、市场、品牌各业态都经历了种种考验。为此,我们对上述十大业态进行了全方位的体检。基于过去一年取得的成绩展望新的一年,我们有理由相信,调整期过后,2013年将是北京商业全面提升之年。

## 百货篇

2012年前三季度,超过半数百货店出现了净利下滑、销售增速放缓的现象。购物中心也由于项目集中入市,在优质资源有限的大背景下,陷入两难经营局面;企业需要制定及实施新战略,包括将目标客群锁定为特定客群、打文化牌以及业态融合。

## 超市篇

受宏观经济影响,消费者消费意愿普遍不足。京城超市在2012年上半年出现了全线缩水的情况,客流量也有不同程度的减少;下一阶段企业经营的重点是抓增长质量而不是增长速度,包括开拓新业态、开发新商品和整合供应链等。

## 电商篇

“淘宝+天猫”1万亿元的成交额给2012年惨烈竞争中的电商一个充满希望的指引。生存压力下,开放平台、自建物流和精细化运营开始取代价格战成为新发力点;2013年,电商将迎来大开大合的局面。

## 快递篇

2012年,作为电子商务下游的重要环节,快递业从一个默默无闻的边缘行业站在了聚光灯下,甚至成为了电商大促的主角;未来五年是国内快递行业发展的关键时期,随着中邮速递上市,高端快递放下身段加入电商快件,民营快递加紧模式升级。

## 家居篇

2012年,家居行业在上游房产调控、需求有所缩减的大背景下,告别了前几年突飞猛进的大增长,开始平稳发展,甚至出现一定程度的下滑;2013年,真正能够获得发展的企业需要树立薄利心态,以优质的产品、创意的营销、下沉的渠道谋求突围。

## 餐饮篇

以往在百姓心目中被视为“暴利”的餐饮业,今年遭遇了滑铁卢。从北京餐饮业各领军企业今年的经营数据与往年横向对比来看,行业发展形势非常严峻。北京餐饮业要想尽快走出低谷,则需要靠政府、企业和社会一起发力。

## 酒店篇

2012年,北京酒店业进入快速扩展时期。无论是高星酒店还是经济型酒店,无论是国际酒店集团还是国内民族品牌,都加快在北京酒店业跑马圈地的进程。精品酒店作为细分酒店市场,从无人问津到成为行业里的香饽饽,亦经历了不小的变化。

## 专业店篇

2012年,整个零售市场整体出现增长疲软,各类专业店“集体过冬”。专业店在时间和市场的双重洗礼下,在商品专业度、服务、销售方面越来越成熟,但受品牌单一、顾客有限、销量低迷、成本上升的影响,专业店遭遇了发展瓶颈,亟待突围转型。

## 市场篇

在计算机、物联网、互联网三大信息浪潮的推动下,北京的批发市场都在谋求转型。作为零售行业的业态之一,进一步向线上发展成为越来越多实体批发市场的选择。同时,在电子商务的冲击下,向物流配送中心转型也成为批发市场业态的发展方向。

## 品牌篇

世界经济衰退导致国际贸易减少,国内外各大品牌的业绩也随之萎缩。但随着中国城市化进程的推进,市场扩容毫无悬念。面临更多的竞争和挑战,时尚品牌商在保住优势、坐稳江山的同时,要谋求商业模式及产品线的创新,制造更多的业绩增长点。



**业态创新 永动不竭**

燕莎奥莱作为国内奥特莱斯业态的领航者,打造具有国际水平的中国最好的奥特莱斯既是燕莎奥莱不断追求的企业目标,也是燕莎奥莱致力于与国际商业同步发展的企业责任和民族情结。引领都市生活新概念,为广大消费者提供更具品质的购物体验,更是燕莎奥莱回馈消费者,回馈社会的不竭动力。

地址: 北京市朝阳区东四环南路九号  
A座服务电话: 67395675  
B座服务电话: 67395800  
C座服务电话: 07386666

## 创始者

中国奥特莱斯业态的 创始人

### 燕莎奥特莱斯购物中心

打造具有国际水平的中国最好的奥特莱斯



名品+实惠



轻松+便捷



品类+规模