

## 北京国际商贸中心研究基地成立

北京商报(记者 崇晓萌 实习记者 耿嘉俊)机遇与变革已成为当今传统零售企业最为重视的议题。第八届京商学术论坛已于日前召开,北京市哲学社会科学北京国际商贸中心研究基地宣布正式成立。会上,多位传统零售领域专家及传统零售企业代表在机遇、变革等方面,阐述了自己对未来零售业发展的看法。

据了解,北京市哲学社会科学北京国际商贸中心研究基地,主要集中研究的领域包括国际商贸中心的城市建设、产业建设以及软实力的建设,同时还向对接行业企业进行实证性研究。基地还将整合首都相关学术资源,协同政府部门、行业组织和企业等部门,为北京商贸中心建设提供理论支持、政策参考、案例借鉴和实践路径。此外,研究基地2014年将重点围绕北京国际商贸中心实现模式、北京国际商贸中心流通软实力、北京商业品牌发展开展研究。

## 银泰网CEO廖斌被传离职

北京商报 国内公认传统零售触网的最佳样本银泰网,出现了重大人事变动。有消息称,银泰网CEO廖斌已于日前离职,原银泰网COO林琛将接任CEO。据了解,廖斌离职后将选择个人创业。此前,廖斌除担任银泰网CEO外,还从今年初开始兼任银泰商业集团CIO(首席信息官)一职。这被业界看做是银泰集团信息化建设和发力O2O业务的重要信号。

作为国内店商最成功的触网案例之一,银泰网为银泰商业集团旗下B2C购物网站,于2010年1月正式上线。2012年银泰网销售收入接近6亿元,同比增长281%。最新数据显示,银泰商业集团上半年销售所得款项总额为77.88亿元,较去年同期增长18.2%;公司净利润为7.325亿元,同比增长33.8%。

目前,包括王府井、西单、百盛等在内的国内老牌传统零售都斥巨资开展了网上商城。不过,这些传统零售的网店大多仍处于摸索阶段。

## 新世界收购欧洲酒店管理集团

北京商报(记者 王瑾一)新世界中国地产有限公司及新世界发展有限公司联合发布公告称,已经完成对欧洲酒店管理集团PHHL集团的收购。据悉,此次收购是由新世界中国地产旗下的新世界酒店管理与周大福旗下的CTF控股签订的交易协议。根据协议,新世界酒店管理同意收购及CTF控股同意出售PHHL集团的全部已发行股本,代价为1353万欧元(约1.123亿元人民币)。该金额将由新世界酒店管理全数以现金支付。

在此次交易中,周大福是新世界发展的大股东,持有新世界发展全部已发行股本的42.54%。后者为新世界中国地产的主要股东,持有新世界中国地产全部已发行股本的69.74%。因此周大福是新世界中国地产的关联公司,CTF控股为周大福企业全资及实际拥有的公司。

资料显示,PHHL集团主要在欧洲从事酒店管理业务,在德国、英国、比利时、捷克共和国及奥地利的24家酒店提供酒店管理服务。

## 调查中75%社区居民呼吁连锁餐厅布局

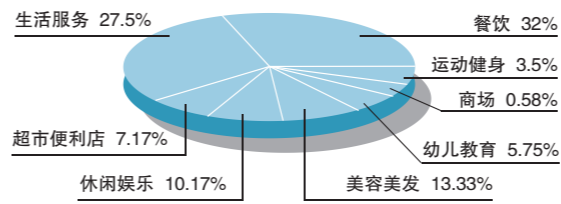
## 餐饮成北京社区最大需求

北京商报(记者 邵蓝洁)传统商业与电子商务深度合作,知名连锁品牌加速进入,让社区商业4.0时代到来。2013年度(第七届)北京商业高峰论坛发布的《2013北京商业发展蓝皮书》(以下简称《蓝皮书》)显示,原本多以自发式生长的社区商业,在商业品牌化的推动下,正成为处于转型期的北京零售业发展的新动力。

通过对北京12个社区居民的调查采访发现,有9个社区的第一需求是连锁餐饮,7个社区对家政服务的需求较高,其次是菜店。由此可以看出,目前社区商业整体品牌化程度低,美容美发、洗衣、家政、便利店等都存在杂牌军的问题。

市商务委发布的数据显示,在2011年,北京市的社区商业消费已经占到社区零售总额的一半,这个数据在最近两年里得到了快速提升。北商商业研究院副院长江丽介绍,北京社区商业经历了以夫妻店为主的1.0时代、

十二大社区商业业态配比



围绕大型商业综合体而生的2.0时代,以及小品牌的便利店和生活服务项目遍布的3.0时代。社区商业4.0时代就是传统社区商业服务与电子商务深度合作,同时连锁品牌加速扎根社区。在4.0时代最明显的特点是电商送货上门的服务,让消费者在家里就可以享受到便利服

务,并且已经开始实现了对优质商品的需求。此外,像7-11、肯德基等一些传统连锁企业的身影也开始出现在社区商业当中。

《蓝皮书》显示,在调查选取的有代表性的12个大社区里,餐饮在社区商业各业态中占比最高,平均占比达到32%,其次是生活服务类(包含家政、洗衣等行业),占比为27.5%,位居第三的是美容美发行业,占比为13.33%。值得关注的是,在包括天通苑在内的新兴社区当中,第一代居民已经进入了育龄高峰,幼儿教育需求在增加,幼儿教育正在快速扎根社区,12个社区平均比例为5.75%,在一些社区的比例已经高达9%。对于老城区来说,一方面需要加大对综合购物中心的投入,另一方面随着老龄人口的增加和消费习惯的改变,增加社区的送货上门和家政代售代缴便利服务变得迫在眉睫。

韩玮/制表

## 相继品牌“换血”加速靠拢家庭消费

## 高端百货下探定位还击电商

北京商报(记者 刘宇 王运)百货已走到变革的岔路口。在昨日举行的2013年度(第七届)北京商业高峰论坛上,与会的零售业大佬纷纷表示,未来百货店将主抓中层消费客群,高端百货和低端百货都会向中端市场靠拢。此前,北京市百货大楼、百盛复兴门店等中高端百货都已通过加大餐饮业态,迎合家庭等消费客群。明年,王府井百货东安市场也将启动品牌“换血”,把握更多年轻、时尚中端客群。

当代商城总裁匡振昨日表示,以往百货店更多地拉拢高端消费者,但如今消费群体和消费习惯已发生变化,中产阶级日渐庞大,这部分消费者将是电商与实体零售未来争抢的主要对象。“这样一来,以体验、注入更多购物中心元素的中端百货才应该是百货业转型的主流方向。”

东安市场总经理助理张彬表示,由

于位于王府井黄金地段,东安市场很大比例的消费者以旅游客群为主,不过,消费市场的趋势变化也促使他们做出改变。张彬透露,明年,东安市场将逐步开始调整,引入一些时尚、年轻品牌。新世界百货市场推广助理总经理洪阳表示,通过对市场的调研,新世界百货42家门店在开店起步阶段就以中档百货为主,偏重综合性家庭消费者。在新世界百货未来三年的规划中,商场将更注重融入购物中心概念,加大娱乐、儿童互动型业态的比重,把握家庭型客群。

目前整个零售行业都受到了市场的洗礼,百货业尤为突出。由于电商涉猎更多基础型的低价商品,以往的百货店主要拉拢高端客群,但随着中产阶级的不断扩大,中层消费者将成为消费主力军,未来更多的百货店将定位中档,打“家庭牌”涉猎餐饮、娱乐等多体验业态。

在电商与购物中心的双重打压下,

以商品销售为主传统的百货店已濒临“绝种”。不仅是行业的紧逼,政策的驱使更加速了百货业的转型。市商务委主任卢彦在接受北京商报记者专访时表示,在国家相关政策约束下,高端消费明显放缓,民生消费平稳增长,生存型、发展型、时尚型消费依然保持较快增长。

数据显示,去年百货店平效下降幅度高达12.9%,销售额增长幅度明显滞后于营业面积扩张速度。中国百货商业协会统计数据显示,去年,81家大中型百货零售企业销售总额为2282.7亿元,同比增长8.92%。比2006—2011年百货行业销售年均16.5%的增长率明显下滑。

麦肯锡最近的一份报告显示,家庭年收入在10万—22.9万元之间的中高收入家庭所占城镇居民的比例已从2010年的6%增长到了2013年的14%。报告预测,至2020年中高收入人群的数量将达到4亿。在业内人士看来,无论对于百货还是

其他行业来说,中产消费群体都是未来的主要消费资源。整个零售行业都将会围绕这部分群体调整转型。“未来商圈半径将不断收窄,并非增加体验业态就能挽救百货店,经营者还需根据区域选址和定位客群的结构做出调整,有特色的社区型百货店也将成为发展主流。”

在中购联产业资讯中心主任郭增利看来,传统商场瞄准中产阶级也跟不上年龄结构有很大关系,每个国家不同年龄段的人数占人口总数的比重不同。中国商场改革开放以来更多的以时尚人群为主,消费核心主要是35岁以下人群,但随着我国人口老龄化逐步形成,整体消费能力向上年龄段延伸,35—45岁的中产阶级进入到商家视野。

从消费角度看,未来中产阶级将有较强的消费意愿,除了较强的经济实力,还有相对充裕的时间。但消费习惯是逐渐才能形成的。

主办机构:北京日报报业集团/北京市商业联合会  
 承办机构:北京商报社  
 支持机构:北京市商务委/北京市工商局  
 北京市国资委/北京市发改委  
 北京市统计局/北京市地税局  
 北京市质监局/北京市贸促会  
 北京市工商联/北京市社科院  
 北京财贸职业学院  
 学术支持:北商商业研究院  
 特别支持:中国商业联合会/中国经济报刊协会  
 协办机构:北京商业经济学会/北京网络媒体协会  
 北京市产业经济研究中心  
 官方媒体:北京商报  
 官方网站:北京商网(www.bjbusiness.com.cn)

即日起至2014年1月31日,只需关注@北京商报(新浪官方微博)即可参与抽奖活动,扫描二维码,了解活动详情。

评选活动官方网站  
北京商网官方互动微博账号  
北京商报官方互动微信账号  
北京商报

2013年度(第九届)  
北京十大商业品牌  
大型公益评选活动

## 全面启动

## 改革·机遇·转型·创新

北京十大商业品牌评选活动组委会秘书处  
 致电:84277827  
 邮箱:bjspdx2012@163.com  
 致电:北京十大商业品牌评选活动组委会秘书处  
 (北京市朝阳区和平里西街21号 北京商报大厦)  
 邮编:100013