



30位专家谈商业转型



满足多元化消费需求

中国人民大学商学院教授 黄国雄

中国零售市场依然是世界上最大、最有活力以及最有潜力的市场,但是市场却没有匹配的商品。中国的零售市场应从数量型转向质量型,从品种型转向品牌型。理想的商业模式是以小康商品和公共服务为主,兼顾温饱型社会需要,积极创造条件发展富裕品类,促进奢侈品、进口商品的发展。



深化商业改革

北京市商业联合会名誉会长 李顺利

近几年北京商业有了飞速的发展,但是在发展过程中也不可避免地会出现一些不适应的问题。目前商业的任务就是要不断地适应和满足消费者日益增长和不断产生的新需求,结合首都商业的实际,认真分析总结北京商业所处的地位,让市场在经济中起决定性作用。



北京餐饮将进入稳步发展期

北京烹饪协会会长 姜俊贤

从去年底开始,北京的高端餐饮企业受政策影响,出现较大幅度的下滑。餐饮企业纷纷研究转型,探索新的增长点。餐饮企业经过自身的净化后,明年将进入稳定的实施和推进期。餐饮企业正在加强对电子商务方面的探讨和研究,O2O的发展方式会为餐饮市场带来新的营销方式和新的发展机遇。



零售即将革命

北京财贸职业学院院长 王成荣

零售行业现在正面临一场革命。首先,一般经济危机过后,零售业都会发生巨变;其次,现在零售业与金融业、信息产业密切结合,零售革命呼之欲出;此外,新技术的加入也是零售革命诞生的催化剂。互联网和移动互联网对整个零售业的冲击巨大,传统商业不一定要开网店,但一定要触网。



商业创新要服务民生

北京市国资委副巡视员 周荫良

中央“八项规定”帮助市场减少了公款消费,让商业更加关注民生,让百姓自主消费。三中全会的主题是深化改革,强调建立和完善公平、开放的市场经济体制,这将对商业产生深刻、直接的影响。企业应该在模式上积极创新,以适应在公平开放的市场条件下,努力满足人们日益增长的对商业服务业的需求。



网购将趋向理性化

北京市社会科学院副院长 周航

转型是今年的大势所趋,新兴电子商务企业也需要创新。他们需要思考应该如何更进一步满足消费者的需求。很多消费者因低价而疯狂购物,这种网购行为反映出消费者购物的不理性一面。但是从宏观上来看,当电商发展到一定量的时候就会趋向于稳定,而消费者的购物行为也会逐渐走向理性化。



真正高端消费将涌现

中国社科院研究员 宋则

在着力民生消费的同时,很多企业都在关心高端商业的反思与再生能力。在这个过程中重要的着眼点是从研究需求出发,尽管多年来高端商贸与当时的体制密切相关,但随着改革的进行,这些所谓的高端商业从高位上走了下来。随着消费者自主消费能力的增强,今后市场内将会涌现出越来越多真正的高端消费。



加快经营创新

首都经济贸易大学工商管理学院教授 陈立平

今年实体零售业迎来创新元年,实体零售业应加快经营创新,通过业态创新、模式创新、商品创新来破解同质化。传统百货业可通过创立自有品牌、自采商品来降低成本,抗击电商的价格优势。同时,随着人口快速老龄化和新政策的出台,传统零售业还应关注潜力巨大的老年消费市场和新生代消费市场。



寻求良性发展动力

中国连锁经营协会会长 郭戈平

经济增速放缓、人口红利减退、要素成本提高,使零售业感到巨大压力。零售企业需要挖掘动力,推动行业的持续发展。首先要以开放平台快速响应顾客需求,以合作心态处理零供和同业关系,使企业资源价值最大化;其次是注重成效的创新动力;第三则是建立对门店执行力以及核心团队战斗力的激励制度。



服装产业面临十字路口

中国服装设计师协会主席 李当岐

今年,中国时尚业处在了一个发展的十字路口,相当一部分企业出现负增长。我们仍没有可以在世界上叫得响的大品牌。企业在设计创新上有很大的提升空间,但在品牌建设和品牌传播方面仍有很多工作要做。市场是很公平的,谁能占领先机、谁能走在所有企业的前面,谁就能赢得市场。