



2015北京商业四大看点

伴随社消零售额逼近万亿元大关,2015年北京市确定了社消零售额8%的增长目标。这意味着,调速不减势、量高质更优的发展方式将成为今年北京市商业发展的主旋律。在这样的背景下,消费模式和经营方式升级、传统商业与新兴电商融合共赢等成为新常态下商务发展的关键。

消费模式升级

去年,北京市实现社消零售额9638亿元,同比增长8.6%,比上年增长1个百分点。伴随着社消零售额增长速度放缓,北京消费市场也发生巨大变化,升级消费形式成为北京市商务工作重点。北京市商务委主任闫立刚表示,为适应和引领新常态,全力促消费稳增长。

限制“三公”消费措施的实施,让更多资源转向大众消费,居民日常消费设施和内容获得提升。原来定位高端的餐饮企业调整结构,推出半份菜、团购等活动拉拢人气;有的高端娱乐休闲场所瞄准家庭消费,在非旺季推出相应优惠打折活动,增加差异化客群。

北商商业研究院特约研究员赖阳认为,“三公”消费降温退却之后,更加科学、健康的消费形式潜力巨大。满足生活需求的必需品消费已经不能满足当下消费。体验性消费、便利性消费正在逐渐兴起。在赖阳看来,为消费者量身定做的个性化商品、营造优质的购物环境等体验性消费都受到消费者的追捧。

消费升级的另一表现便是北京批发市场外迁、低端市场闭店升级。据北京商报记者了解,去年全市共拆除关闭、升级改造各类市场217个,关停面积218.8万平方米。包括动物园批发市场、大红门等批发市场逐步外迁,三里屯雅秀服装市场等低端批发业态也转型升级,低端产业外迁、升级让北京消费市场动力得到持续提升。

传统与电商融合

互联网时代来临,电商大行其道。据北京商报记者了解,北京市去年网上零售额达到1456.9亿元,增长69.7%。北京市副市长程红表示,网络消费在“促消费、保增长”中是最活跃和最给力的领域,其占社消零售额的15.1%,拉动社消零售额增长6.7%,是对销售增长的重要拉动。电商强势导致传统零售不断遇冷,程红透露,北京市三大传统主力业态专卖店、专业店、百货的零售额在整体消费额中的占比首次滑出50%。

在这样的背景下,传统零售业也在主动触网改善经营环境。去年初,王府井百货与腾讯签署协议,双方基于微信公众平台商户功能、微信支付服务等方面开展具体合作。程红表示,鼓励传统业态进行线上交易,线上业务有良好前景,传统企业要加快转型升级。

另外,去年底,在北京电子商务协会主办的“点击消费”活动上,凡客与北京品牌社区百货甘家口大厦第一次联手合作。凡客创始人兼CEO陈年对北京商报记者表示,凡客的首次线下体验人气不错、成交量喜人,以后还会在更多线下商场开体验会。

北商商业研究院分析认为,伴随着王府井百货等传统零售巨头纷纷“触网”,京东等电商企业加速布局线下业务,以及苏宁、国美等企业兼顾线上平台与线下实体店销售,融合线上线下的全渠道经营模式未来将成为北京企业实现增长的主要方式。

聚焦生活性服务业

习近平总书记提出“要努力把北京建设成为国际一流的和谐宜居之都”要求后,提升生活性服务业品质备受关注。新形势下,北京市商务委聚焦北京建设国际一流的和谐宜居之都目标要求,研究制订提高生活性服务业品质三年行动计划。

其实,北京市商务委近年一直在引导社区商业业态转型升级,逐步加快便民商业连锁化、品牌化发展。加大重点区域内商品交易市场的调整力度,推动中心城区传统商品交易市场升级。

商务部研究院消费经济研究部副主任赵萍认为,建设宜居之都重点在于提升生活性服务业品质,而生活性服务业品质的提升关键在于便利化、服务质量的高级化和组织程度的高级化。赵萍表示,目前社区商业主要采用单店、个体经营的形式,该种形式服务质量、商品质量大部分得不到保证。今后应该通过连锁经营、O2O等方式整合单店经营。从而在提高服务质量的同时,也能提高从业人员职业技能培训的组织化程度。

今年2月,京东联手超市发等传统零售企业推“拍到家”开展社区O2O活动,通过快速提供日杂零食、生鲜果蔬等商品满足消费者需求。

此外,北京市将加强便民网点建设,培育3家农产品零售业企业龙头。同时,将新建或改建固定早餐门店100家,搭载早餐服务便利店40家。

京津冀商业协同

推进京津冀一体化,促进三地资源共享是北京商务工作的热点之一。据北京商报记者了解,京津之间区域物流业协同发展取得实质进展。其中,马坊物流基地与曹妃甸港口物流园区签署战略合作协议,共同打造曹妃甸国际物流园。据了解,该物流平台服务京津冀区域会员企业近5万家,货运车辆超过100万辆,日均交易信息匹配量近30万单。

除物流方面,京冀之间的农产品对接也取得较大进展。据了解,去年河北省蔬菜生产基地在京开办直营店56家。同时,北京市新发地市场也在河北省涿州、定兴、高碑店等地兴建产地市场,一方面保障了首都的农产品供应,同时也能缓解北京市交通等相关方面的压力,此外还能保障河北农产品销路,提高农民收入。

闫立刚表示,京津冀商务合作重点是强化京津冀三方协同、优势互补、互融互通,建设开放的区域大市场。据了解,伴随着京津冀一体化战略,北京市的连锁超市和老字号去年在津冀累计开店均达百家左右。

来自北商商业研究院的观点认为,京津冀一体化关键是要能够实现资源充分共享,协同发展。一方面,津冀依靠广阔且价格相对较低的土地吸引批发市场等商贸流通市场,提高引入地的经济发展水平;另一方面,北京则可以通过疏散相对低端的产业减轻负担,从而有能力构建宜居之都。

北京商报记者 李铎 孙麒麟

“互联网+”社区服务如何做

(详细报道见A4版)