



北京品牌协会
Beijing Brand Association



新闻|启|迪|财|智

北京品牌专刊

Beijing Brand Special Issue



欢迎关注
商业那点事儿订阅号

A1-A4

2016.12.14

第11期 今日4版 周三出版
新闻热线 64101873
主编 王晓然



北京市商务委副主任孙尧、北京品牌协会会长孟卫东、北京烹饪协会会长云程、北京市商联会副会长高波、北京老字号协会副会长马宇泰、北京电子商务协会副秘书长石志红启动购物节

2016北京跨年促销节启动

打造有品质的京味消费

12月12日,2016北京跨年促销节正式拉开帷幕,此次活动由北京市商务委主办,16区商务委和九大行业协会联合协办,数百家品牌企业共同参与。这次活动是首次由政府主导的辐射全北京、惠聚全品类、试水全渠道的大型促销活动。

涵盖数百知名品牌的2016北京跨年促销节活动为期一个月,将呈现七大亮点板块的促销活动,包括:北京16区联动促销、线上企业联合促销、“北京十大商业品牌”荣誉企业联合促销、“北京餐饮十大品牌”荣誉企业联合促销、跨境电商线上线下互动促销、北京老字号企业联合促销以及“迎冬奥”冰雪项目和冰雪商品大促销。据北京市商务委介绍,七大板块从12月12日起陆续开启,交替进行,深入挖掘北京深厚的商业资源禀赋,并广泛整合北京市各区、各领域、各企业的优质消费产品和服务,在30天的时间里,以优惠的价格全面呈现给北京消费者。

其中,16区将围绕区域特色携代表企业共同促销,如大兴区惠民购物狂欢节、顺义区“品质消费 乐购顺义”都将在跨年之际掀起消费高潮。今年北京加速推进跨境电商创新发展,已引进十余家跨境电商直购体验店落地北京,此次活动中,跨境电商企业将线上线下互动结合,带来优质优价的进口商品,吸引境外消费回流;而申冬奥成功之后,冰雪项目成为北京新的消费热点,此次大促销将集结北京市区及周边的众多滑雪场联合促销,与消费者共享欢乐冬日。



北京市商务委副主任孙尧在2016跨年促销节上表示,北京市商务委首次主办惠聚全品类、试水全渠道的全市大型商业促销活动,希望通过这次品牌的线上线下联合促销,进一步激发北京市场潜在的消费需求、提升消费品质,推进供给侧结构性改革,打造北京的特色促销活动。

北京作为全国最大的城市消费市场,2015年社会消费品零售额突破了万亿大关。孙尧表示,随着消费市场规模的不断扩大,在消费结构和消费趋势上出现了转变。一是由商品消费主导向商品、服务消费均衡发展转变;二是由满足基本需求型向品质提升发展型消费转变;三是主要拉动力由传统商品向信息消费转移。今年1-10月,全市实现市场消费总额1.59万亿元,同比增长7.5%;其中服务消费7138.3亿元,同比增长10.5%,增速比商品消费增速高5.3个百分点。在这种背景下,此次促销重点选择了“北京十大商业品牌”和“北京十大餐饮品牌”历年获奖企业等具有特色化、连锁化和品牌化的线下传统商家共同参与。

“此次组织线上线下商家的共同参与、融合大促销,是北京市商务委贯彻‘互联网+流通’行动计划,逐步打造地方特色促销品牌的一种积极探索。”孙尧称,今年,国务院印发了“互联网+流通”行动计划,北京市将从政策制定、优化环境和推进改革等方面贯彻落实。一是研究制定本市“互联网+流通”行动方案。方案以立足首都城市功能定位,落实京津冀协同发展战略、推进北京服务业扩大开放综合试点和供给侧结构性改革、打造“高精尖”产业结构为主线,以电子商务为创新引领,围绕“互联网+流通”重点方向和领域提出具体工作任务。二是着力优化“互联网+流通”发展环境。在政策方面加强指导,在资金方面加大支持力度,结合线上线下创新融合的新趋势、新需求,加强对共享经济、体验式消费、电子商务进社区等“互联网+流通”新业态、新模式的示范培育。三是积极推进消费供给侧改革。

孙尧表示,此次活动的其中一个板块是跨境电商线上线下促销,这些参与企业正是今年北京市商务委鼓励跨境零售业态创新,引导在全市设立的10家跨境电商O2O体验店。

据悉,此次活动得到了全市各区商务委悉数参与,九大行业协会及近百家各业态各领域品牌企业代表,纷纷用自己优质商品和服务,在线上线下各个渠道开启全面促销,为消费者提供多渠道高品质的有效供给。孙尧表示,这样庞大的促销规模和创新的模式在北京还属首次。今后,北京市商务委将继续推进各类全渠道的商业活动,打造具有京味特色的“促销活动品牌”,深挖潜力,在跨年之际进一步释放潜在消费需求,共同营造全市促消费的良好环境,站在北京消费市场的新起点谋划新发展、开创新局面、提升消费品质,并从供给侧角度出发,打造北京本地的特色促销活动,真正让利给消费者。

北京商报记者 邵蓝洁/文 陈伟/摄