

# 北京新零售的先发优势



虽然新零售这一概念的提出及落地并没有首先发生在北京,但是凭借2万多亿元的总消费额、近4万元的人均消费支出以及政策支持和消费驱动,北京在过去一年里一跃成为新零售的主要战场,成为国内拥有新零售项目数量最多、业态创新最频繁的城市。

## 政策和市场双轮驱动

在总消费额和新零售相互促进的势头下,北京市场上批发市场等低小散乱的消费业态正在消失。2018年全市商务工作会议上,北京市商务委公布,2017年北京疏解提升市场241个、物流中心55个,涉及建筑面积约438万平方米。重点地区全面收官,动物园地区12家、大红门地区45家市场以及天意、万通、永外城市场全部完成疏解提升。自2015年以来累计疏解提升市场1032个、物流中心106个,疏解提升工作取得阶段性成果。

2018年北京还继续坚定有序疏解市场和物流中心,坚定不移地疏解商务领域非首都功能,以更有力的措施推进疏解整治促提升专项行动,促进城市品质、人居环境、发展水平不断提升。这就为新零售的发展提供了广阔的市场空间和政策环境。波士顿龙虾、帝王蟹、面包蟹等生猛海鲜随着新零售的开展进入老百姓的餐桌。

事实上,鼓励新零售发展的不仅仅是北京,3月5日,国务院总理李克强在作2018年政府工作报告时提出:“在过去五年我国推动传统消费提档升级、新兴消费快速兴起,网上零售额年均增长30%以上,社会消费品零售总额年均增长11.3%”,同时,报告还要求“推进消费升级,发展消费新业态新模式”。

在市场需求和政策鼓励下,企业也在快速应对新零售带来的一系列变化。3月9日,天猫宣布,以新零售战略为核心,以品牌数字化转型和消费升级为推动,天猫组织架构进一步升级。在此之前,阿里新零售已经在消费领域的各个垂直行业布下了银泰、苏宁、盒马、大润发、居然之家等棋子。京东新零售业态7FRESH也已经现身北京,并且计划未来3-5年,在全国铺设超过1000家门店。新零售赛道里的创业企业更是不可胜数,无人零售、无人货架覆盖了大部分办公、社区场景,已经成为北京消费者熟悉的消费方式。

北京2017年居民  
人均可支配收入 **57229.83元**

8省份居民  
人均消费支出  
超过**2万元**

消费水平高,  
得益于其收入水平高

北京2017年居民  
人均消费支出 **37425.34元**

## 便民商业呼吁

自从2015年北京市政府印发实施《北京市提高生活性服务业品质行动计划》以来,“规范化、连锁化、便利化、品牌化、特色化”已经成为北京生活性服务业的标尺。2017年北京建设提升蔬菜零售、便利店等各类便民商业网点1210个,其中近1/4是疏解整治促提升补建网点。全市基本便民商业网点的城市社区覆盖率达87.4%,网点连锁化率达34.9%,较上年提高5.5个百分点。

根据2018年商务工作规划,今年北京继续加大网点建设,全年建设提升基本便民商业网点1400个以上,全市基本便民商业服务功能在城市社区覆盖率达到92%左右。进一步提高生活性服务业规范化水平和组织化程度,基本便民商业网点连锁化率提高2.5个百分点左右。支持连锁便利店搭载早餐、蔬菜零售、代收代缴等服务,完善“一站式”便民功能。

通常情况下,消费者对于便捷的要求是,能够在可接受的时间范围内买到自己想要的商品,得到自己需要的服务。这就对网点密度提出了要求,但实体网点的建设不可能一蹴而就,即使面对庞大的市场需求和政策鼓励,每家连锁超市、便利店、蔬菜零售店等生活性服务品牌每年的拓展计划最多也只有几十家。B2C网购虽然已经成为消费常态,但无法解决消费者的即时需求,尤其是生鲜消费的需求。

新零售业态以半小时送达的自我要求将消费便捷度提升到一个新的水平。不同于传统上只能依靠线下实体网点进行覆盖的服务周边消费的方式,新零售业态在服务半径上通过物流延伸至周边三五公里内,有效解决了单个实体门店的服务范围和服务效率。对于消费者来说,动动手指便可送货到家,而且送货时间已经从当日达提速到1小时达甚至进化到半小时达,便捷程度不断刷新纪录。除了渠道和速度的便捷性外,以生鲜打头阵的新零售业态融合了商品售卖和餐饮体验,多家新零售业态都主打消费者一日三餐,形成了新型“一站式”服务。在规范化方面,由技术推动的新零售业态因投入门槛高,从萌发之日起便具备较高的硬件设施水准,也间接刺激并推动了传统零售业态的升级改造,进而提高了整个零售业的发展水平。

新鲜的商品、适合的价格、混搭的业态、有趣的体验、便捷的服务,无论何时何地都能满足消费者的需求。消费升级不可逆转,毫无疑问,新零售时代已经到来,零售业正在被重新定义,消费也将呈现出前所未有的活力和激情。

北京商报记者 邵蓝洁

## 总消费额催生新消费

2017年北京市启用总消费额统计,以总消费代替社会消费品零售额作为衡量实际消费水平的指标,总消费额的统计以商品消费和服务消费共同统计。2017年全年实现市场总消费额23789亿元,比上年增长8.5%。其中,实现服务性消费额12213.6亿元,增长11.8%;实现社会消费品零售额11575.4亿元,增长5.2%,其中限额以上批发和零售企业实现网上零售额2371.4亿元,增长10.9%,占社会消费品零售额的20.5%。服务消费占比超五成,对总消费增长的贡献率超过七成。消费对北京经济增长的贡献超过六成,成为经济增长的“压舱石”和保障民生的“稳定器”。

对应用到消费端,不断增加总消费额和服务消费比重则意味着,消费者越来越倾向于为新兴消费、品质消费买单。国家统计局公布的31省份居民人均消费支出数据显示,8省份居民人均消费支出超过2万元,其中上海、北京接近4万元。北京2017年居民人均消费支出37425.34元。消费水平高,得益于其收入水平高。数据显示,北京2017年居民人均可支配收入达到57229.83元,逼近6万元大关。

伴随着越来越高的可支配收入和购买能力,新的消费群体和消费模式已经崛起。传统超市的货架上虽然商品琳琅满目,折扣促销活动天天有,但已经无法吸引消费者购买,甚至进店也成为一件难事。新零售正是在此基础上应运而生,通过打破线上和线下边界,重塑传统零售业,挖掘消费者需求,迎合并进一步促进消费升级。

2017年也被称为新零售元年,这一年,盒马鲜生、超级物种、无人便利店、京东7FRESH等各式各样的新零售业态层出不穷,尤其在北京市场,作为首都,这里聚集了最活跃的创新商业力量,也因此成为了新零售模式爆发的主要阵地。通过大数据、人工智能等技术手段,新零售对商品生产、流通、销售的过程进行升级改造,线上线下的结合更为融洽,不管在门店还是在家,消费体验都得到了质的提升。