



# 消费周刊

## Consumption Weekly



北京买买买订阅号

D1-D4

2018.12.21

# 消费正当时 京城全业态跨年狂欢开启

12月18日,由北京市商务局主办的“2019北京跨年促销节”在王府井商圈拉开帷幕,标志着北京商业领域年度最大规模的促销盛宴正式启动。本届跨年促销节为期两个月,以“品质新消费 智享新生活”为主题,联合了百余家企业线上平台、千家线下门店参与,带来了数万款实惠商品。除了传统促销模式,本届促销节将通过一系列新模式、新体验、新趋势,让京城百姓零距离感受消费升级带来的新鲜购物体验。



## 线上线下万款商品大促

跨年促销节作为北京商业领域打造的自有促销活动品牌,至今已连续举办三届。在汲取前两届经验的基础上,本届跨年促销节紧扣消费升级热点和趋势,在企业参与度、促销形式等方面进行突破和创新,呈现时间长、全场景、商圈多、玩法多、形式新等亮点。

作为一场全京城全场景全渠道参与的“跨新年·跨业态·跨平台”覆盖的大规模促销活动,“2019北京跨年促销节”整合了全城乃至全国优秀品牌企业的百余家企业线上平台、千家线下门店、数万类商品参与促销。全市各大主流商圈都将同步参与,大量爆款、网红商品将以更低的价格参与跨年狂欢,全方位满足各种年龄、性别、需求偏好的消费人群。

期间,品质年货主题活动将组织新疆和田等地的优质农特产品集中走进回龙观、天通苑等大型社区,让百姓在家门口就能买到实惠优质的年货,同时也帮助产地扩大农特产品的知名度和影响力,推动解决农特产品卖难问题,打造特色年货新经济,探索消费帮扶新渠道。

促销节活动时间涵盖元旦、春节等节日消费高峰,促销范围覆盖电子商务、百货、购物中心、奥特莱斯、超市、便利店、家居卖场、连锁餐饮、新零售、老字号、珠宝专业店、烘焙专业店、酒类专业店及洗染、维修、家政、文化等多个零售业态,线上和线下联动,通过爆品推广、优惠折扣、试吃试玩体验、抽奖送伴手礼等丰富的促销方式,为广大消费者提供一场品质消费的狂欢盛宴。

开幕式上,内联升、苏宁连锁、蚂蚁

金服等企业代表也分别介绍了参与促销节的情况。2019北京跨年促销节活动的举办,将岁末年初品质消费、品牌消费推向新高潮,给京城百姓送去实实在在的福利。

## 品质促销“玩法”创新

本届跨年促销节还紧贴消费升级,紧跟企业转型趋势,突出新模式、新体验、新趋势。

开幕式现场,CHI ZHANG、依文、菜百、同升和、麦檬等品牌企业联合上演了一场跨界混搭的另类时尚秀。同时,支付宝、京东、苏宁、小狗电器、一指遥、吴裕泰、茅台、百花、晓本烘焙等品牌企业也在现场布置了精美展台,将网红爆品展示给广大市民。

不局限于传统促销模式,本届促销节引入时下高热度六大“玩法”:造爆款、快闪店、黑科技、新零售、做品鉴、小视频,并在微信端开设“2019北京跨年促销节”小程序入口,由组委会制作发布活动安排、新闻动态《2019北京跨年促销节消费图鉴》《爆款新潮流集合》、优惠券等。

除了参与企业让利促销外,促销节期间还将重点举办8场主题活动。其中,线上板块将举办“爆款秀·网购全球”、“猎美味·餐酒碰撞”、“云指尖·一键到家”、“食为天·活色生鲜”4场活动;线下板块也将举办“快闪购·名品奇炫”、“黑科技·智慧前沿”、“酷运动·时尚主张”、“囤年货·慈睦天伦”4场主题活动。如在黑科技主题活动中,消费者将会体验实体门店内的TAKE技术(自动支付)以及AR试衣镜等,亲身感受黑科技和大

数据应用给传统零售带来的变革。

北京老字号协会会长刘小虹表示,正如促销节开幕式上展示的一样,老字号不仅有百年的文化积淀,有紧跟时代步伐的开放情怀,还有优秀的创新产品,可供人们去选择购买。2019北京跨年促销节的启动,以多业态、跨渠道,线上线下相融合的促销形式,为消费者购买老字号创新产品带来更多的便利和机遇。同时,媒体多渠道、宽领域的报道,也会让老字号品牌在跨年消费高峰期获得更好的推广。

## 解读京城消费新趋势

在拉动GDP增长的三驾马车中,消费的重要性正日益凸显。

今年7月,中央出台了两份涉及促进消费的文件,即《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》和《完善促进消费体制机制实施方案(2018—2020年)》,强调要顺应居民消费新趋势,从供需两端发力,积极培育重点消费领域细分市场,营造安全放心消费环境,提升居民消费能力,切实增强消费对经济发展的基础性作用。

北京市商务局副巡视员王洪存在致辞中表示,近年来,北京深入落实“四个中心”首都城市战略定位,努力提升“四个服务”水平。品质和服务供给日渐丰富、消费结构持续优化、消费环境显著改善、消费品质不断提升。福布斯中国近日发布2018中国大陆最佳商业城市”榜单,通过人才、城市规模、消费力、客运、货运、私营经济活力和创新指数八项指标,从不同维度全方位考量,北京排名全国首位。

北京在全国率先成为商品消费跨入万亿元的城市,率先形成以消费拉动为主的经济发展格局,率先建立以总消费为目标的增长促进机制。今年前10月,全市实现市场总消费额21119亿元,同比增长7.9%。其中,实现服务性消费额11648.1亿元,增长11.5%;实现社会消费品零售总额9470.9亿元,增长3.7%。服务性消费额占到总消费额的55%,在全国率先步入服务消费主导时代。

为健全完善促进总消费体制机制,市商务局将从供给端发力,激发新一轮消费活力,统筹促进商品消费和服务消费,着力打造国际消费枢纽城市、建设生活性服务业首善之区,发展绿色消费、汇聚全球消费品牌,推进“文旅商”联合促消费,满足居民多元化、个性化、品质化需求。

促销节结束后,将会对整体促销活动的过程进行梳理,并发布《2019年北京新消费趋势预测报告》。报告将结合北京市2019年促消费政策导向,预测2019年北京消费的新面貌,为企业制定促销方案提供指导性建议。同时还将在分享促销过程中消费者青睐的“爆品”特征、打造方式、营销手法等,为企业以借鉴。活动当中涌现的优秀企业还将受到表彰。北京商报记者 徐慧/文 陈伟 张笑嫣/摄



更多视频请扫二维码



更多视频请扫二维码