

# 2019中国国际时尚高峰论坛六大亮点

## 北京将全力打造国际消费枢纽城市

2018年,北京出台《北京国际消费枢纽城市建设行动计划(2018-2022年)》,提出到2022年,将北京打造成为特色突出、品质高端、功能完善的国际消费目的地;到2035年,全面建成具有国际影响力的国际消费枢纽城市。今年,北京出台鼓励发展商业品牌首店的若干措施,将助力品牌选址推广,提升品牌引进效率,着力将北京打造成国际品牌集聚地和本土品牌孵化地。北京市商务局副局长孙尧在讲话中指出,北京具有得天独厚的历史文化底蕴和巨大的时尚消费市场,近年来时尚产业发展迅速。截至2018年底,全市有时尚服装、珠宝设计师近万名,时尚服装、时尚珠宝类设计师品牌近百个。时尚已成为首都经济社会发展过程中不可或缺的重要组成部分,不断丰富着消费者的物质文化生活,并逐渐渗透到经济领域,成为拉动经济的新增长点。

## “品味消费在北京”2019促消费活动全新升级

为深入贯彻中央经济工作会议精神,落实商务部开展“消费促进月”工作要求,进一步激发居民消费潜力,优化供给,推动消费平稳增长,市商务局对年度促消费活动全新升级,在全市范围内组织开展以“品味消费在北京”为主题的系列促消费活动,倡导品质消费、智能消费、绿色消费、信用消费,顺应日益增长的消费升级需求,满足人民群众对美好生活的向往。论坛现场举行了“品味消费在北京”2019促消费活动启动仪式。活动由市区商务部门联合主办,北京市发展和改革委员会、北京市经济和信息化局、北京市文化和旅游局等相关部门共同支持。

系列活动兼顾商品消费与服务消费、日常消费和夜间消费、线上和线下,重点围绕传统节日、重点行业、畅销商品等要素,积极倡导市区联动部门协同促消费,组织开展时尚消费月、北京国际品牌节、智能消费节、妇女儿童消费月、深夜食堂美食大集、品质服务促消费等25项促消费活动。市文化和旅游局、市文资办、市扶贫支援办等部门主办的秀北京、吃在北京、惠民文化消费季、消费扶贫系列活动以及情定桃花·大桃认购、美丽世园·美食共享、燕京国际啤酒节、京西消费节等区域性促消费活动将按计划开展。

## 北京成立首个国际时尚联盟

为顺应全球消费结构升级的新趋势、新要求,发挥首都消费平台和消费窗口优势,打造繁华而不喧闹、多元兼具特色、品位与文化共融的国际消费枢纽城市,在北京市商务局的积极倡导下,北京联合巴黎、米兰、纽约等城市的时尚行业组织组建了北京首个国际时尚联盟。国际时尚精英联合会、米兰青年时尚艺术家协会、法国设计师协会,分别与北京时装周设计师协会和北京服装纺织行业协会签署了合作协议。这标志着北京首个国际时尚联盟正式成立,成为本届论坛取得的重要成果。

联盟的成立旨在推进各国之间服装时尚行业和文化创意产业的交流与发展,促进各组织之间的相互交流、学习、互动。同时也希望未来有更多的国际时尚教育资源理念和时尚前端的咨询、视野带给中国的设计师。同时,联盟还将致力于提升北京国际消费资源的配置,使北京成为国际品牌“引进来”和本土品牌“走出去”的连接中枢。打造“北京消费”品牌的目标,创新全球消费营销模式,建立与国际消费市场紧密对接的推广渠道,塑造“北京消费”形象,提高知名度和美誉度。

联盟还将于2019年底联合研究、发布《全球时尚城市影响力报告》,不断发现全球时尚潜力市场和创新力量,开展更广泛的合作。

## 全球视野解读中国时尚市场

2019中国国际时尚高峰论坛邀请了来自法国、意大利、英国、美国世界四大时装之都,日本、韩国、港澳台等10多个国家和地区的20余位时尚大咖,以及北京、上海、天津、深圳、江浙等国内时尚产业较发达地区的行业组织代表600余人参会分享。

意大利对外贸易委员会北京办事处首席代表,即中国区总协调官司凯培先生就“开启新时代,新消费:奢华世界之精品——意大利的杰作”

这一主题,解读了当前消费对经济增长的强化推动作用,以及我国强大的国内市场正在加速形成,进入需求多元发展、规模持续扩大、结构优化升级的新阶段的观点。中国商业联合会副会长王耀以“新时代新消费——文化提升消费”这一主题发表了主旨演讲,分析了当前新消费令城市迸发新活力,需坚定不移以供给侧结构性改革为主线,依靠改革开放创新,激发市场主体活力,为推动构建开放型世界经济注入“中国动力”。

## 大牌设计师期待市场开放、文化融合

2019中国国际时尚高峰论坛设置了国际时尚界最为关心的时尚热点话题,邀请多位世界一线奢侈品品牌的著名设计师共同探讨,如何把握当前中国消费对经济增长强大的推动作用,中国内需市场正在加速形成,进入需求多元发展、规模持续扩大、结构优化升级的新阶段。

在全球化不断深入的今天,中国始终是各国拓展商机的潜力大市场。面对快速发展的中国市场,如何把握全球化新时代的“中国市场,北京机遇”?如何运用全球视野适应中国市场需求,为中国消费者提供新服务,创造新体验?

来自世界一线奢侈品品牌的设计师们对于如何把握中国这一潜力大市场分享了各自的理解和计划。HERMES爱马仕男装部门针织系列负责人Liubov Dementjeva、前LV男装高级设计师Bram Van Diepen,分别以“经典的继承与背叛:时尚传统即奢侈”、“把握‘中国机遇’,传递时代的优雅”等为主题进行精彩阐述。

意大利是第一个与中国签署“一带一路”谅解备忘录的西方七国集团成员国家,本次论坛专门邀请意大利对外贸易委员会驻北京首席代表参会,同时还安排两个对中国文化和市场充满期待的品牌代表参加论坛主旨演讲。FIORUCCI设计总监 Etienne Deroeux、意大利首饰设计师Marco Dell’Omo分别就“与时俱进的设计:文化与艺术的创造性融合”、“时尚是梦想”两大主题进行了精彩的分享。

## 商界大佬分享模式创新、智慧生活

消费者的消费理念不断变化,从物质消费升级到精神消费。如何利用首都丰富的文化消费资源优势,打造集多种消费方式、多重消费体验为一体的时尚文化新地标,满足人民日益增长的美好生活需要?

北京坊执行总经理王春艳以“中国式新生活”、“未来城市书店——传承文化与新生活方式”为主题,从文化、艺术与生活的角度分析了北京坊在文化消费方面的拓展空间和方式,设立独特的体验区,吸引了大量年轻消费者,是对消费模式的创新探索;言几又文化集团营销副总裁王敏慧就“商业与创新——打造美好生活”主题,介绍了言几又的未来空间是人与文化、人与生活、人与人连接的品牌愿景;大悦城控股北京公司商管中心总经理朱姝以“商业与创新——打造美好生活”主题分享了如何跨界融合新业态,满足人民日益增长的美好生活需要这一命题的践行心得。

数字化浪潮席卷全球,智能产品、数字零售、社交媒体、体验经济、娱乐营销、IP营销等新产品、新业态、新模式不断涌现,不断激发和创造潜在的、新的消费需求,成为驱动产业转型、经济发展的重要力量。时尚科技、艺术赋能促进新消费模式与消费者连接,消费者消费感受更加愉悦。

数字化和创新商业模式在创造新的购买力,改变消费者的行为习惯,催生出一个别具一格的新消费市场。时尚消费作为消费市场新的增长点,早已深植于城市生活,塑造着独特的城市精神和人文底蕴。京东零售集团时尚居家平台事业群国际业务部总裁蒋科,LOOK创始人、CEO严明,联想集团赋能中心SIOT设计总监杨润等互联网商业巨头代表,就“无界零售:共创、赋能和开放”、“社交赋能,数据驱动的时尚新消费模式”、“智慧时代体验设计的未来发展”等主题进行了分享。

赫拉臻藏创始人王洋、MES每实互联董事长(廿一客前联合创始人)姚■、Rfactory品牌创始人吴英男、躬务仓创始人聂豹、传习工坊创始人彭文晖等新生代企业家则对新消费力量涌动、新消费主义盛行别具见解。对于志在赢得中国时尚消费市场的企业来说,这个新消费时代令人着迷也令人深思。

如何跟上消费者快速的变化,迅速敏捷地调整未来发展战略,赢得中国消费市场升级所带来的巨大红利?国内外时尚界大咖们,在2019中国国际时尚高峰论坛上取得了共识,找到了方向。