

北京市商务局局长丁勇解读

2023首都消费关键词:便民 提质

2023北京商业品牌大会暨2022年度(第十八届)北京十大商业品牌揭晓活动的成功举办,释放出更多的商业趋势和热点方向。会上,北京市商务局局长丁勇指出,“便民、提质是首都消费关键词”。今年,北京将加快一刻钟便民生活圈试点建设,加速生活服务业高质量发展。便民商业不仅要承载基础消费,还要承接起品质服务。可见,2023年“便民”将成为北京商业发展的主要方向。



北京商业质变之年

商业领域是高度市场化的领域,只有给予企业利好的政策支持,不断地优化营商环境,才能给北京消费者提供更好的服务。丁勇指出,现阶段,首都的商业发展处于提质升级换代的关键时期,正如2023北京商业品牌大会的主题“新需求 新动能 新活力”,通过抓住现阶段北京商业发展特点,努力优化营商环境,为企业创造更好的条件以及加速首都消费的提质升级。

北京商业将在2023年迎来质变。2023年北京市商务工作报告提出,将依托动态地图

精准补建便民商业服务设施,不断优化布局、提升品质。通过打造一刻钟便民生活圈划分标准和评价体系,健全本土品牌全链条孵化培育体系,促进更多优质“北京制造”品牌触网,线上线下赋能新消费品牌,新认定一批北京老字号。

促进绿色智能产品消费。继续实施首店3.0版政策,争取新引进国内外品牌首店800家左右。在餐饮方面,北京要深耕细作“京菜”品牌,积极引进国内外知名餐饮品牌。围绕消费者不断升级的消费需求,多渠道扩大优质商品和服务供给,带动更多优质商业资源集聚北京,积极参与到国际消费中心城市建设中来。

“希望广大企业进一步坚定在京投资兴

业信心,用足用好消费类政策举措,北京市商务局将全力做好保障服务,持续优化营商环境,为企业发展创造更好条件,为消费升级作出更大努力。”丁勇强调。

商业企业“新作为”

针对上述政策红利的释放,北京商报记者在2023北京商业品牌大会上对吴裕泰、北京稻香村、麻六记等多家商企老总进行专访时获悉,各家在新一年规划中围绕市场“新需求 新动能 新活力”,都有“新作为”。

吴裕泰董事长赵书新透露,吴裕泰在2023年会继续推进线上线下一体化,全力以

赴推进私域O2O项目落地加盟店。预计到今年底,吴裕泰所有的门店可以实现线上线下共同发力,更好满足消费者的购物体验。

北京稻香村副总经理俞大治表示,守正创新是老字号品牌在新时代焕发新活力的关键之一。“北京稻香村零号店的成功让我们觉得坚持创新这条路是非常正确的。”俞大治透露,今年3月底,北京稻香村将在朝阳门外商圈推出一家新模式店,该店融入了中国传统的“二十四节气”文化,“希望给年轻消费群体不一样的体验”。

除了本土的老字号品牌,新兴品牌麻六记也将在便民服务提质上发力。麻六记创始人汪小菲介绍,今年麻六记将陆续在北京、上海、成都、济南、青岛、郑州、广州、深圳等地开设门店,其中5个地区均为首店。汪小菲强调,未来,麻六记并不会以门店数量为发展目标,而是更加重视线下门店的体验,同时,麻六记还会在开设门店的城市组建线上线下团队,布局线上业务,从而实现线上线下联动。

北京肯德基有限公司总经理赵莉也表达了同样的观点。她指出,北京肯德基将在新的一年持续加大投入,在产品、服务、营销等各方面注重创新与科技赋能,为消费者带来更为实惠、便利的体验,为北京餐饮行业振兴和助力首都经济高质量发展作出贡献。

“现阶段,科技投入、民意调研是服务升级的重要发力点。”北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳指出,考虑消费者目前的消费需要,将困难解决在消费之前,才能真正意义上贴近消费者。通过智能系统的引入,对产品进行创新升级,在商业服务领域不断拓宽经营边界,探索新的服务领域,向消费者“靠拢”,不仅能做到服务质量升级,也促使企业形成属于自己的差异化发展策略。

市场总消费基本盘未变

随着“乙类乙管”的实施,北京市消费市场快速恢复,商圈消费活力逐步提升,稳中向好的发展态势不断持续,这更加坚定了推动北京商务发展取得新成效的底气。

丁勇介绍,过去三年,虽然疫情对消费市场产生了较大冲击,但北京市市场总消费基本盘没有变,总消费规模持续扩大,服务消费占总消费比重超过55%,限额以上企业销售规模占比超过70%。消费市场潜力大、韧性强的特点没有变,“高科技、大平台、多商圈、强保障”的消费优势不断凸显,高科技带动品质升级,大平台带动模式创新,多商圈巩固实体经济。国际消费中心城市建设,更是取得一系列标志成果。

据悉,2022年北京市网上零售额占社零总额比重达39.8%。北京累计落地品牌首店2774家,北京老字号总数扩至223家,6个孵化基地孵化新消费品牌近60个。社区便民商业网点超11万个。北京轨道交通线网总规模1148公里,居全国城市首位。

接下来,北京还要继续营造活跃的消费氛围。在消费逐渐回暖之时,北京迎来了覆盖面更广、主题更丰富的2023北京消费季。在政企联动、线上线下共振作用下,融合国际范、中国潮、烟火气的多样消费场景正徐徐展开。北京市商务局介绍,2023北京消费季将搭建“2+6+25+N”活动框架,以启动仪式作为起点,以2023年度北京十大商业品牌揭晓活动作为收官点。通过六大板块活动覆盖线上线下渠道,持续推动消费提质升级,不断打造消费新场景、优化消费新布局、激发消费新潜能。

北京商报记者 刘卓澜 王思琦

广告

新需求 新动能 新活力

2023北京商业品牌大会
暨2022年度(第十八届)北京十大商业品牌揭晓

· 2022年度北京十大商业品牌 ·

2022年度北京商业
卓越进取品牌

- 国贸商城
- 王府中環
- 小米
- 超市发
- 三里屯太古里
- 北京肯德基
- 北京华天
- 中粮·祥云小镇
- 盒马
- 大北照相馆

2022年度北京商业
首店之星

- 北平制冰厂
- teamLab无相艺术空间
- fudi会员商店
- Vogue Café
- 添好运
- OUR Bakery
- 北京麦当劳首钢园得来速餐厅
- 麻六记
- FAO Schwarz
- 52TOYS

北京SKP

京东

美团

北京同仁堂

吴裕泰

居然之家

燕莎奥特莱斯

北京稻香村

菜百首饰

物美

2022年度北京商业
模式创新品牌

- 北京环球城市大道
- 城外诚
- 沃尔玛
- 南新仓
- 海底捞
- 值得买科技
- 北京朝阳合生汇
- 北京市珐琅厂
- Keep
- 红星美凯龙

2022年度北京商业
品质服务品牌

- 东方新天地
- 东方名剪
- 中国照相馆
- 爱依
- 集美家居
- 家和家美
- 旺顺阁
- 中都物流
- 好邻居
- 蓝景丽家