

· 资讯 ·

生肖酒双节期间扎堆上市

北京商报讯(记者 刘一博 许伟)近日,水井坊推出“生肖酒”,并已通过电商平台进行预售试水。据了解,水井坊推出的两款新品分别为水井坊·晶猪贺岁和水井坊典藏大师版金狮装。其中,晶猪装定价2399元,限量发售6000瓶;金狮装定价1088元,限量发售9999瓶。业内人士认为,两款新品主要瞄准的消费群体是新春礼品酒市场消费人群,更多的是赋予产品以文化属性来吸引消费者。即将进入春节旺季,北京商报记者发现,包括茅台、五粮液等多个白酒企业纷纷推出“生肖酒”,以抓住春节、元旦“双节”白酒消费旺季机遇。

北京新品消费力居全国第二

北京商报讯(记者 邵蓝洁)天猫与阿里研究院联合发布的《2018中国新品消费趋势报告》显示,北京新品消费力居全国第二,智能新品最受北京天猫用户欢迎。数据显示,北京2018年有超过266万重度新品消费用户,年均新品消费金额达全国平均水平3倍以上。新品消费选择上,北京用户偏爱智能新品。2018年天猫首发的智能音箱、智能翻译机、智能扫地机器人等智能新品都被北京用户收入囊中。手机方面,苹果iPhone XS Max成为2018年最受北京用户欢迎的机型。华为Mate 20 Pro、小米8等多款新品手机也受到不少北京用户青睐。

优衣库小程序推“赠送”功能

北京商报讯(记者 王晓然 陈韵哲)春节前夕,日本快时尚品牌优衣库在掌上旗舰店推出了一键“随心送”功能,通过微信小程序消费者可定制新年卡片,同时为亲友购买商品。此外,优衣库还以“新年,说着我们的故事”为主题,邀请消费者分享各自的新年新衣故事。消费者进入优衣库掌上旗舰店后,可定制专属的新年祝福卡片,并可以为亲朋好友挑选新衣或分享优惠券,完成购买或领券后,即可通过微信一键分享给好友。好友收到产品和祝福卡片后,可以生成图片将收到的心意分享至朋友圈,晒出收到的新年幸福。

北京将建设一批特色服务贸易基地

北京商报讯(记者 邵蓝洁)北京市人民政府日前发布《北京市服务贸易创新发展试点工作方案》表示,2018年7月1日起至2020年6月30日是北京深化服务贸易创新发展试点期,北京将加快服务贸易自由化和便利化,优化服务贸易发展格局,包括促进服务贸易示范基地特色化发展、培育服务贸易新的增长点、推动服务贸易“一核两翼”联动发展等。结合北京服务贸易示范基地资源优势和特色,将积极引导金融街、丽泽金融商务区、北京基金小镇、古北水镇、王府井大街等基地特色化、专业化发展。

零食消费趋向高端化

北京商报讯(记者 王晓然 王维祎)1月7日,零食品牌良品铺子公布“高端零食”战略。良品铺子创始人、董事长杨红春表示,希望借高端零食形成差异化竞争。据了解,良品铺子的高端零食并非提升商品价格,而是将细分产品品类、升级产品包装,同时重新选定零食的食材来源。《2018京东食力消费趋势年度报告》显示,18-35岁消费者是食品饮料消费主力,其次为36-55岁年龄段,食品饮料的消费者多为中高收入人群,有较强的购买力。消费端的变化正在倒逼企业改变定位。

“深夜食堂”范围扩大

京城“夜经济”将被点亮



继“深夜食堂”之后,首都的商场、超市以及便利店等更多业态将在2019年迎来“夜经济”政策扶持。为了点亮京城夜经济,北京市商务局将支持建设24小时便利店,鼓励有条件的商场、超市、便利店适当延长营业时间,深入推进“深夜食堂”。而伴随夜间消费需求日益旺盛,已经有不少企业通过模式创新延长营业时间。如大兴缤纷绿地城打造了集合24小时运动场、24小时书房和深夜食堂的生活中心,超市发借助生鲜超市+罗森便利店+书吧的形式实现了24小时服务。

利好政策接连不断

北京的夜间消费活力将进一步被激发。临近年末,北京市商务局局长闫立刚也在2019年的工作重点中特别提到,要研究出台全市繁荣夜间经济促消费政策,点亮京城“夜经济”。伴随越来越多的人延长工作时间,消费时间也延长至深夜。过去消费者的深夜消费多是日常消费的补充,可有可无,但现在越来越成为硬需求。白天的北京超市、便利店、餐馆生意繁忙,深夜的北京电影院、酒吧、大排档、书店灯光也依旧亮着。

事实上,北京支持发展“夜经济”的相关政策在2018年就已经初步展开。2018年5月,北京市商务局发布了《支持“深夜食堂”特色餐饮发展项目申报指南》,支持建设“深夜食堂”特色餐饮街区和特色商圈,为市民夜间餐饮消费提供便利。上述措施实实在在地在深夜食堂特色餐饮街区和特色商圈的规划设计及形象提升工程等软硬件投入方面提供补贴支持。在支持标准上,每个深夜食堂特色餐饮街区最高支持不超过500万元,每个深夜食堂特色商圈最高支持不超过300万元,每个深夜食堂特色餐厅最高支持不超过10万元。

企业各有行动

夜间消费活力已经与一个城市的经济发展息息相关。夜间灯光亮度除了反映世界人口集中分布情况以外,也基本能反映

不同地区和城市的生产、服务、居民消费等经济活动的活跃程度。伴随夜间消费需求越来越旺盛,除餐饮企业外,超市、便利店、商场、书店等业态也纷纷延长营业时间。

北京商报记者了解到,对于购物中心来说,通常白天人气颇高,到了夜晚就变成一座“空城”。白天和夜晚的消费需求并不一致,购物中心为了吸引顾客,满足夜间消费需要,也做出了不少调整。如南城的大兴绿地缤纷城打造了一个24小时生活圈,聚集了户外开放式足球、篮球场,24小时公益开放。还有总面积近400平方米、藏书近15000册的24小时城市书房,24小时自助服务,读者可享受不打烊的免费借阅服务。据大兴绿地缤纷城相关负责人透露,书房正式启用后每日接待量达到百余人,凌晨5-8点,这间书房内也会出现“客满”的场景,读者持有北京市公共图书馆一卡通,即可享受免费借阅服务,实现真正意义上的24小时不打烊。

另外,超市发在玉泉路和学院路的门店也已经实现了24小时服务,借助超市发生鲜超市+罗森便利店+书吧的形式,为海淀消费者提供了一个24小时全天候的消费场所。朝阳合生汇由于位处CBD地区,为了更好地满足白领人群和周围居民的夜间消费需求,2018年推出了一个深夜食堂,联手商场里的40余家餐饮品牌延长营业时间,提供夜间餐饮服务。

平衡需求与成本

尽管夜间需求旺盛,但是夜间客流量不固定、用电和人力成本较高等因素也令不少企业对夜间服务的尝试有所犹豫。24小时营业意味着营业时间至少要增加8-10个小时,水电费用和人工成本都要增加至少一倍,如果营业额不能有相应增长的话,对企业来说还是有不小的经营压力。

商场延长营业时间,要做到确保租金坪效稳固增长的同时,还能持续带动商家销售利润提升。绿地缤纷城相关负责人表示,绿地缤纷城通过多个网红打卡地营造起了夜间消费的氛围。在利用闲置边角区域打造的24小时户外开放式足球、篮球场等定期组织策划少儿足球赛、成人5V5篮球赛等品牌性营销活动,也能提高租金水平,拉动坪效增长。并且周边不仅有绿地中央广场、兴创大厦等写字楼内几百家企业,还有西斯莱公馆、保利茉莉等数十个高档社区,众多年轻有消费力的客群与24小时生活圈匹配度极高。

北京商业经济学会常务副会长赖阳认为,对比南方来看,北京的夜间消费还需要进一步挖掘。北京有不少地区事实上都有很好的夜间消费环境和基础,完全可以做到夜间开放,店铺24小时营业。相关部门可以先对一些北京特色开放式街区进行引导尝试,支持它们对软硬件设施进行改造,使之具备24小时开放的条件,慢慢也会聚集更多特色店铺夜间营业,形成夜间消费氛围。

北京商报记者 王晓然 徐天悦