

# 北京商业论坛解码潮尚消费



在支持新型消费,打造消费新产品、新场景、新热点的宏观背景下,如何通过传统与时尚的融合焕新消费活力、培育增长亮点,成为当前提振消费的关键议题。

1月16日上午,由北京市商务局指导,北京市商业联合会和北京商报社联合主办的2025年度(第十九届)北京商业论坛在北京国际饭店成功举办。本届论坛以“潮尚聚变·新需求与新供给”为主题,汇聚政、产、学、研、媒各界代表,围绕时尚消费与潮流趋势展开深度对话,为消费扩容、商业提质与品牌破局贡献智慧。

“十五五”规划建议指出,以新需求引领新供给,以新供给创造新需求。过去一年时尚消费、潮流消费的方兴未艾,正是这一要求的生动实践。“新需求与新供给”之间的动态互动,以及由此引发的“潮尚聚变”,已成为塑造未来商业图景的核心维度。

北京商报社社长兼总编辑李波涛表示,商业是城市发展和变迁的背景板、坐标点、风向标。“时尚感”可以定义当前“好消费”的基本特征。过去一年,商业经营者对竞争红海和“卷”有深刻体感,“潮流时尚”是消费创新破局以及竞争力聚变的有益途径,也是引领优质消费品

和服务供给、打造消费新场景的现实切口。

这些变化的背后,是北京商业人面临新环境而作出的快速反应。在本届论坛上,北京商报社发布年度调查报告《2025北京商业发展蓝皮书》(以下简称《蓝皮书》),以“潮尚重构消费”为主题,呈现北京商业消费的新逻辑、新场景与新动能,为首都时尚消费升级提供实践样本。《蓝皮书》发现,当下北京正以“潮尚消费”为切口,构建兼具国际范儿与烟火气的消费新生态,真正的好消费是具有时尚、潮流属性的消费,潮流时尚是消费创新破局、竞争力聚变的现实切口,能够扩大优质消

费品和服务供给,助力打造消费新场景。

本届论坛的议题设置与环节设计,深刻体现了对当前市场环境商业趋势的前瞻洞察。讨论聚焦时尚潮流、宠物经济、直播电商等热点领域,邀请来自北京商业界的领军企业、代表性品牌,以及政策与产业研究专家,共同分享创新案例、解读爆款逻辑、研判未来消费动向。

论坛现场,“北京十大商业品牌活动”组委会与宁波银行北京分行签署战略合作协议,北京十大商业品牌活动方代表北京商报社社长兼总编辑李波涛与宁波银行北京分行

行长陈辰共同签约。此次战略签约后,双方将共同探索金融服务如何加速与服务场景融合发展、更好满足消费领域金融服务需求等。

作为已连续成功举办十九届的行业盛事,北京商业论坛已成为洞察北京商业脉动、引领行业发展方向的权威平台。北京商业的新走向何在?商业创新的下一个风口位于何处?2025年度北京商业论坛给出答案。北京商业论坛始终致力于构建一个开放、高效的交流平台,推动业界深入探讨趋势、破解难题,携手擘画北京商业高质量发展的新篇章。

北京商报记者 王维祎

## 国务院发展研究中心市场经济研究所原所长王微： 时尚消费有望在“十五五”期间达到万亿级别

北京商报讯(记者 王维祎)1月16日,国务院发展研究中心市场经济研究所原所长王微在2025年度(第十九届)北京商业论坛上表示,中国正经历从商品消费向服务消费的结构扩容,服务消费增速持续超越商品消费,成为拉动增长的主要引擎。2025年,全国新增消费品类超2000万种,其中时尚相关品类明显增多。

时尚消费有望在“十五五”期间成为万亿级别以上的重要消费增长点。时尚消费早已超越服饰服饰的范畴。从发达国家经验看,其核心在于创新驱动。时尚消费是特定时期能够引发消费者共鸣,形成共同追求或效仿的消费潮流,代表着大众消费的发展趋势。时尚不仅是文化与社会的符号,更蕴含巨大的商业价值与社会价值。

根据文旅部相关机构的预测,中国时尚消费规模有望超2万亿元,并呈现从小众先锋向大众普及、从单一品类向跨界破圈、从商品消费向生

活方式延伸的三大趋势,覆盖服装、饰品、家居、餐饮、体验服务等全生活场景。

北京等城市凭借其创新资源集聚能力、发达传播体系、首发经济生态及国际化消费人群,正成为全球时尚消费的创新策源地与引领高地。发展首发经济成为促进时尚消费的关键抓手——通过首店、首发、首展、首演等形式,将新产品、消费体验与服务模式推向市场,形成引领效应。首发经济的载体正从传统商圈向多元场景拓展。北京在培育建设成为国际消费中心城市的过程中,已将时尚消费列为提振消费的重要目标。通过完善首发经济体系、强化供需协同、打造多元场景,持续提升其对全球消费资源的集聚与辐射力。中国消费正步入一个以内需为主导、以服务为引擎、以时尚为亮点的“新消费时代”,不仅为经济增长提供稳定支撑,也为全球消费市场创新贡献中国范式。

## 北京市商业联合会会长傅跃红： 时尚消费是城市活力的重要彰显

北京商报讯(记者 张绪旺 冯若男)1月16日,北京市商业联合会会长傅跃红在2025年度(第十九届)北京商业论坛上表示,时尚消费是城市活力的重要彰显,更是提振消费的核心引擎。北京正以深厚的文化底蕴为根基,以创新活力为驱动,推动时尚消费实现质的有效提升和量的合理增长。

傅跃红指出,近年来,北京以时尚为内核的体验式消费迅速崛起,成为拉动消费市场的重要增长极。首店经济加速集聚、文旅演艺深度融合,持续释放出强大的消费外溢与产业联动效应,有力印证了时尚消费在激活市场潜能、引领消费升级中的关键作用。

为加速时尚产业发展,2025年北京出台《北京市扩大时尚消费专项行动方案》《北京市时尚

产业高质量发展实施方案(2025—2027年)》等一系列政策举措,从场景育新、品牌创新、产业赋能等多维度发力,提出将北京建成全球时尚创新策源地与潮流引领地之一的目标。这些政策的落地实施,为时尚消费与潮流生活的深度融合提供了坚实保障。

针对未来北京时尚发展趋势及方向,傅跃红表示,展望未来,推动时尚消费高质量发展,一方面可以立足首都文化优势,挖掘古都文化、京味文化、双奥文化等特色资源,培育更多具有本土特色的时尚品牌;另一方面,可以利用科技赋能,推动人工智能、大数据等技术与时尚产业深度融合,开发更多创新产品与服务,让时尚消费真正成为提振消费、拉动经济的重要支撑。

## 《2025北京商业发展蓝皮书》： 情绪价值场景创新文化跨界成消费新增长点

北京商报讯(记者 刘卓澜)1月16日,北京商报社在2025年度(第十九届)北京商业论坛上发布了年度调查报告《2025北京商业发展蓝皮书》,以“潮尚重构消费”为主题,为首都时尚消费升级提供了实践样本。

报告指出,时尚消费范围不再局限于传统零售,而是逐步向生活方式化扩容,不仅将智能穿戴设备、汽车、家居等商品品类容纳进来,也延伸到文娱、运动、美容等服务消费领域。消费者愈发青睐能提供情感共鸣的产品与服务,沉浸式消费场景持续出圈,文化IP与商业业态的跨界融合更不断催生新业态,为消费市场注入强劲活力。

《2025北京商业发展蓝皮书》独家数据显示,2025年前三季度,北京在运动健身、养生和疗愈、医美和美容以及宠物相关业态新开店增速达到25%—55%,显著快于传统零售和餐饮。

根据走访调查,北京消费正从“商品交易”转向“情绪价值”驱动。以IP为核心的“次元经济”成为零售新引擎,故宫、泡泡玛特等IP衍生品从“玩具”升级为社交硬通货;全民奔赴的演出,不仅创造了可观的票房收入,更撬动了交通、住宿、餐饮等全链条消费,演唱会超越场馆本身的物理边界,其核心IP的影响力持续向外延伸,消费已成为情绪释放的载体。

场景创新是北京消费破局的关键抓手。在Citywalk热潮下,特色小店集群以“烟火气+时尚感”激活文旅商生态。报告指出,抖音烟火小店新入驻数量连续三年稳定增长,2025年烟火小店入驻量同比增长66%;有动销烟火小店数量超过458万,交易额同比增长34%;超2.2万个烟火小店抖音年销售额超百万。东四北大街、鼓楼西大街等街区,通过

“小店集群+历史风貌”的组合,实现了“点状打卡”到“全域联通”的转变,成为城市消费新地标。夜间经济中的小酒馆赛道同样爆发,小酒馆赛道已形成由规模化酒馆市场与爆发式增长的散酒市场共同构成的“双千亿”生态。北京作为时尚消费的引领者,在酒馆市场展现出强有力的蓬勃之势。据美团《2025酒吧指南》,北京共有93家特色酒吧入选,上榜数量位居全国第二。北京酒吧整体消费订单量同比增长超过35%,夜间消费订单增幅更是接近40%。

文化跨界让国潮消费实现“加速度”增长。以非遗技艺为核心的国潮品牌,借助短视频完成破圈,京西皮影戏、面人等北京非遗技艺借助抖音等短视频平台,打造“技艺科普+创作过程+产品种草”的内容矩阵,放大流量转化,努力探索非遗传承与商业发展融合的新路径。过去一年,抖音新增国家级非遗相关视频超2亿条,同比增长31%。与此同时,平台也进一步完善电商服务体系,为非遗商家提供营销支持、供应链对接等服务。

基于对北京商业新版图的调研走访发现,当下,北京正以“潮尚消费”为切口,构建兼具国际范儿与烟火气的消费新生态,真正的好消费是具有时尚、潮流属性的消费,潮流时尚是消费创新破局、竞争力聚变的现实切口,能够扩大优质消费和服务供给,助力打造消费新场景。



扫码阅读《2025北京商业发展蓝皮书》