



# 大咖共话消费转型中的新经济： 推动消费分级趋势逐渐明朗

## 精彩观点

“成都人又有闲又有钱，还有‘丈母娘经济’、‘肥耳朵经济’，新零售在成都将持续欣欣向荣。”

——盒马鲜生成都大区总经理桑海欧

“颜值即生产力，互联网医美的价值在于打破了信息的不对称，让价格更透明。”

——新氧科技CMO胡冠中

## 桑海欧： 新零售将在成都市场欣欣向荣

盒马鲜生成都大区总经理桑海欧表示，站在商业角度看，消费者回归理性的趋势十分明显。几年前因为消费渠道比较单一，在成都只开一家店也会成功；现在，消费者越来越理性，生意不断下滑，让许多人认为是消费分级的缘故，实际上，商家只要跟上消费者日益增长的需求，消费者自然会甘当“回头客”。

谈到盒马与成都的故事，桑海欧分享到，从2018年进入成都到如今“被本地化”，根据本地消费特征做事尤其重要。成都人又有闲又有钱，还有“丈母娘经济”、“肥耳朵经济”，能很好地和盒马的新餐饮理念相结合。他认为，成都的年轻人特别多，他们追求品质，追求效率，消费理念是不一样的，因此新零售在成都将持续欣欣向荣。

## 郭力： 消费升级有很多“不可想象”

饿了么副总裁郭力在现场分享了外卖同消费升级结合后的实践。他认为，消费升级的标准或者定义是有更多原来不能被满足的需求被满足了，或者原来消费者都没有想过的事情发生了，这个过程本身就是一个消费升级的过程。他举例说，在医院的住院部，外卖配送员甚至可以把生活用品直接送到床前，解决陪护问题。

现在很多三四线城市的外卖业务，看上去是订单量在快速上涨，背后实际是在手机APP上下单买铅笔等看似微不足道的订单。“这却是一个消费升级的过程，是‘互联网科技+商业’的大趋势下整体消费水平上推的过程。”

郭力还分享了几组关于成都的数据，在全国所有城市里面，成都的



五位业界大咖共话消费转型中的新经济。

外国美食门店增长率高达56%，排名全国排第二。SPA、KTV的消费增长率，成都也名列全国排第二。在这些数据方面，成都远超过了其他一线城市。

## 胡冠中： 消费习惯变化推动了行业进步

“我觉得所谓医美等新的表现形式，是由于用户消费习惯的变化推动了行业的进步和催化。”新氧科技

CMO胡冠中表示，并不存在消费升级或者消费降级的说法，而是消费变得多元化了。

一大批爱美、爱玩直播的成都姑娘们存在，使得成都成为“医美之都”。胡冠中在分享中透露：“不管从消费人群还是人才结构，还有在这条业务线上的合作伙伴，丰富的资源让我都开始考虑想把新氧科技的第二总部放在成都了。”

“颜值即生产力”，看脸的当下，医美是一门公认的好生意。谈及互联网医美的前景，胡冠中表示，互联

网医美的价值在于打破了信息的不对称，让价格更透明。他认为，平台接下来可以努力的方向是服务的标准和透明化，在成都这个医美之都的地方做试验，打个样。同时，让消费者安安心心、明明白白地消费，是企业应该具有的社会责任。

## 郭雪晴： “成都真的是宇宙中心”

作为本土新经济行业企业的代

表，极米科技市场增长副总裁郭雪晴认为，现阶段，不能用升级或者降级两极分化的尺子来看当前的消费变化，而应该看整个社会环境，包括生活、工作、学习的整个社会背景变化，正是因为这样的变化，导致了目前消费领域的变化。

具体到成都人的消费习惯，郭雪晴认为，成都人敢消费，也爱消费。成都这几年经济发展的大趋势为消费市场吸引了非常多有价值的品牌，极大地刺激了成都商业市场的活力，也让生活在成都的人感受到更多便利性和时尚性。“所以我在外面介绍成都的时候，都会讲一句‘成都真的是宇宙中心’。”

## 安显韬： 在线教育在成都有无限潜力

VIPKID在线青少儿英语区域发展官安显韬在论坛分享中表示，整个消费升级的过程呈现出一种多元化的趋势。

对于每个家长来说，教育都是刚需，花钱为孩子享受更好的教育是诸多家长的夙愿。享受着人口红利的在线教育企业迎着蓬勃生机，安显韬表示，成都是一个非常能够留住人的城市，在成都，在线教育有着无限潜力的可能。

谈及个人对成都的印象，她提到，成都的特别之处在于这是一个传统与时尚结合的城市，太古里旁边就是安安静静的大慈寺，外面就是时尚的中心。“希望通过成都这个日益国际化的都市，让新经济能够跟着城市一起成长，让更多人通过新经济企业感受成都，了解成都。”



扫二维码  
看本文视频

许多人印象中，成都人“有钱又有闲”，在“最适宜新经济发展的城市”背景下，其消费趋势背后展现出哪些新现象？6月14日，在“2019新经济大会”上，来自“新消费”行业的企业家们围绕“消费升级时代下的新生活方式”发表了各自的精彩观点，CBNDATA首席商业分析师李湘主持了本环节。

对话中，企业大咖们普遍认为，在新经济的背景下，大家的生活工作学习的社会大背景正发生变化，推动消费分级趋势逐渐明朗，消费正回归理性。

华西都市报·封面新闻  
记者 欧阳宏宇

## 奢侈品掀起入驻京东热潮 京东618助力奢侈品牌下沉市场淘金

### 618前夕 奢侈品牌掀起入驻京东潮

近日，在京东史上最大的618促销期间，要客研究院发布《中国奢侈品电商报告》显示，京东荣登“奢侈品电商APP购物体验排行榜”榜首，并“在中国本土奢侈品电商新品发布指数”和“中国奢侈品电商未来潜力榜”上摘得桂冠。

获得好评的背后，除了京东的服务有保障以外，也是各大奢侈品牌对京东的认可。在今年京东618前夕，PRADA集团宣布旗下三大品牌Prada、Miu Miu、Car Shoe 计划于京东618期间官方入驻，同步上线的还有其2019秋冬新品。要客研究院院长周婷博士认为，“以京东为代表的平台型奢侈品电商得以快速崛起，并逐步成长为推动全球奢侈品发展的重要力量。”

越来越多的奢侈品品牌愿意信赖京东，选择和京东联手开拓中国市场。特别是在今年4月以来，能够明显感觉到京东迎来了一股奢侈品入驻潮。

今年4月以来，包括斯沃琪集团旗下核心品牌天梭表、法国著名时装集团SMCP集团旗下巴黎轻奢代表 Sandro、法式浪漫轻奢代表 Maje、意大利时尚品牌 Moschino 以及旗下的 Moschino Underwear & Swimwear 等近 20 家奢侈品大牌接连入驻京东。

而且，基本上大部分品牌都是携新品或者独家限量款入驻的，带给京东用户新潮，独特的奢侈品购物体验。日前，京东还

开启了与奢侈品巨头 PRADA 集团的合作，PRADA 集团旗下三大主力品牌，Prada、Miu Miu、Car Shoe 计划于京东 618 期间官方入驻，并且同步上线 2019 秋冬新品。

得益于这些优质奢侈品品牌入驻和新品发售，京东夺得了“中国本土奢侈品电商新品发布指数”第一名。

奢侈品品牌看中的是京东的服务能力。比如通过京尊达服务，由穿着正装、戴白手套的“京尊达”使者驾驶新能源汽车将产品送至客户手中，为消费者带来更优质的服务体验，能够传递品牌的品质和尊贵感。

### 京东助力 奢侈品牌下沉市场淘金

要客研究院数据显示，虽然一二线城市贡献了超过 60% 的奢侈品线上消费额，但三到六线城市在销量增速上遥遥领先，具有更大发展潜力，特别是奢侈品牌没有开设门店的地区，空间巨大。

因此，京东这样的中国电商平台对于奢侈品的重要价值体现，不仅在于其庞大的流量可以提升一二线城市的奢侈品线上销量，更为关键的是，它可以覆盖奢侈品牌无法触达的区域，让大地县级城市人群的奢侈品消费需求得到释放，带给奢侈品品牌更为广阔的市场拓展空间。

京东完善的智能物流体系使得地县级城市的奢侈品消费需求不断得到释放，为奢侈品市场开发获取了新的增长空间，中高端客群消费力量正在更广阔的地域范围中不断崛起。

麦肯锡预测，未来十年内，中国城市家庭中，中产阶级及富裕阶层的占比将大幅提升，在 2022 年达到 81%。其中，来自三四线城市的中等消费者，将成为占比增幅最大的群体。相信以京东为首的电商平台将携手奢侈品品牌共同做大下沉市场份额，而“小镇青年”的消费升级，未来也会推动奢侈品消费市场在中国不断壮大。

华西都市报·封面新闻  
记者 崔江



## 抢滩登陆618 京东数科首批AI猪肉面市

### 赶在618前出栏 贴着数字科技的标签

“精气神 100 多栋山黑猪猪舍中，均部署了基于 AI、IoT 和 SaaS 技术的京东农牧智能养殖解决方案，其中包含神农大脑、神农物联网设备、神农系统的相关系统和硬件设备。”李佳隆介绍，这也是京东农牧智能养殖解决方案首个实现落地的养殖基地，目前已全部完成部署。

与传统猪舍“脏乱差”的环境不同，智能化改造过的猪舍遍布智能养殖解决方案所独创的养殖巡检机器人、饲喂机器人、3D 农业级摄像头等先进设备，在辅助人工养殖之余也大大改善了养殖环境。

“神农大脑可以对收集到的猪场环境参数进行统一管理和智能分析，之后通过智能风机、智能增氧机等智能化设备进行调节，保证养猪场温度、湿度维持在适合生猪健康生长的最佳状态。”李佳隆表示，大数据的采集应用让猪养殖变得更加专业。“在日常饲养方面，利用 3D 专用农业级摄像头，“扫一扫”猪栏就能知道猪的数量，以及猪的重量，整

个过程只有几秒，点数准确率为 100%，测量误差被大大控制。”

与此同时，猪舍中的 24 小时生活管家——养殖巡检机器人，也在巡逻监测上发挥着重要的作用，它可以精准捕捉每一头猪的相关数据，比如为猪体温、猪进食量变化等。孙延纯介绍，机器人的应用，大大提高了巡检的精确性的同时也降低了人力成本。

### 创造新增长 数字科技助力供给侧

实际上，“AI 鲜肉铺”是京东数科助力农牧产业数字化的突出落地成果，这项成果的背后体现了其以数字科技助力供给侧、推进消费侧、创造新增长所做的努力。

在供给侧，数字化升级是当前农牧产业转型升级和创造新动能的关键，今年的中央 1 号文件明确提出了加快突破农业关键核心技术、培育农业科技新力量，推动智慧农业自主创新的要求。京东数科积极响应政策号召，与实体产业共建，在开放与共建的基础上，通过聚合数据技术、人工智能、物联网、区块链

等前沿科技，不断发掘数据价值，以数据技术服务农牧企业进行数字化升级，帮助农牧企业实现降本增效，并为整个产业创造新的增长曲线、重塑产业增长方式。

在消费侧，民以食为天，人们对安全、高质量、健康食品的日益增长的诉求，与国内稍显落后的农业存在着矛盾，以养殖产业为例，生产粗放、养殖水平相对落后，养殖产品质量参差不齐，无法满足消费者对于质优价廉食品产品的需求。京东数科以数字科技助力农业的数字化升级，实现了生产流程的现代化。数字科技加持下的养殖业，把关 AI 猪的每一步成长，实现好猪出好肉，生产出让消费者更加满意的食品。

“AI 鲜肉铺”上线引发的围观还在继续，而借势 618，AI 猪肉背后的黑科技也博得了更多关注，通过数字科技搭载专业知识，对养殖场生产全流程进行数字化改造，最终实现行业各方的互惠共赢，共同去分享产业成本降低、效率提升和终端用户体验升级所带来的增量价值，这也正是京东数科以数字科技推动“产业×数字科技”融合的体验。

华西都市报·封面新闻记者 张越照

