

北京市商务委主任闫立刚：

社零额破万亿 北京消费新起点

消费作为“三驾马车”之一，已成为北京经济增长的主要引擎，服务业作为消费中的重要一环，地位也越发凸显。根据北京市商务委最新统计，2015年北京社会消费品零售额(以下简称“北京社零额”)将突破1万亿元。展望未来，1万亿元是个新起点，北京的消费规模仍有巨大的增长空间，同时，服务业发展被赋予更加重要的使命。在此背景下，北京市商务委主任闫立刚在2015年度(第九届)北京商业高峰论坛上，对北京商业进行了系统解读。



突破：北京社零额突破1万亿

北京社零额突破万亿大关，凸显了消费的力量。2015年1-11月，北京实现社零额9334.8亿元，同比增长6.9%，预计年底将首次突破1万亿元。在闫立刚看来，这是北京经济发展的一座里程碑，标志着北京的消费水平登上了一个新台阶，也预示着服务业发展进入了一个新阶段。

从北京经济增长的整体架构来看，消费已成为拉动北京经济增长的主要引擎。根据市商务委公布的数据显示，1-11月，消费对北京经济增长的贡献率超过74%，比投资对增长的贡献率多了30个百分点；最终消费率超过了62%，超过投资的20%。

与此同时，服务性消费在北京消费

结构中已占据半壁江山。经过十年时间，北京商业从2900亿元的规模发展到突破万亿元，服务性消费占比达到44%以上。根据统计数据，2015年1-10月，北京的社会消费、商品零售消费和服务消费合计达到1.5万亿元，其中零售消费增长了6.7%，服务消费增长了10.3%，综合消费增长了8.2%。北京近几年消费结构变化明显。“从2005年北京消费品零售额近3000万元到今天的1万亿元，北京的经济增长用了九年时间完成这一跨越。”闫立刚称，但随着消费结构的逐步变化，北京整体消费水平很有可能实现跨越式增长，在这一前提下，北京社会消费(含服务消费)有望于2016年突破2万亿元的规模。

调整：消费增长点正处于换挡期

不仅是北京经济消费结构发生转变，老百姓的消费模式也发生了巨大变化。北京消费水平的高速增长离不开电商的迅猛崛起。近年来，电商网络消费异军突起，跨境电商横空出世，北京的商业形势可谓风起云涌。

“2010年，北京网上零售额为120亿元，占社会消费品零售额的比重不足2%。发展至今，平均每100元消费有18.1元是网上消费。而在北京社零额的统计中，零售额增长100元，87元是由电商消费渠道贡献。”闫立刚介绍说，反观传统商业，从1-10月开始，北京传统商业呈现负增长，

1-11月继续负增长，百货行业更已连续22个月呈现负增长，北京消费的增长点已经到了换挡期。

火热的网络消费展现出了电商巨大的发展空间，尽管从2010年起网络消费增速持续放缓，仅就最近两年而言，更是平均每年下降一半左右。但网络消费的空间依旧巨大，特别是在线上线下越发走向融合的大趋势下，服务消费与互联网的融合让网络消费的前景更为广阔。总体而言，北京消费增长的趋势并没有改变，只是经济结构、企业模式以及流通渠道发生了变化。

趋势：融合模式探寻发展新重点

融合是2015年商业的主题之一，北京经济的持续发展要与国家大势融合，顺势而上、顺势而为。“今年国务院印发了一系列文件，包括促进农村、促进电商、促进流通体制的改革等，这些都是大势，与北京的商业发展密切相关。”闫立刚认为，加快推进京津冀一体化战略，谋求城郊协调、平衡发展，扩大北京生态涵养区，这是北京经济发展的未来趋势，也是未来北京经济发展的重点。

不光是与政策上的大势融合，行业间的跨界融合也是北京商业下一步努力的方向。商业综合体的构建是生活性服务业与零售业融合的典型范例，未来，包括金融、物流等其他业态

的融合，将为北京商业提供更大的增长空间。另外，传统商业与互联网的融合将在未来拉动北京经济增长方面具有更加重要的意义。

“互联网+”的概念已经成为商业企业谋求转型、创新发展的共识。互联网改变了人们的生活方式、消费习惯，改变了企业的经营理念 and 方式，但其本身只是技术、工具。商业企业与互联网的融合关键在“+”。

“思想的融合、理念的融合比技术的融合更加重要。”闫立刚称，无论是服务类企业还是零售类企业都需要融合互联网，目的是要满足人们对消费和服务不断变化的新需求。

短板：查漏补缺创造更大空间

北京社零额突破1万亿元，这是北京商业发展的新起点，尽管这一年来北京经济发展进步明显，但其中仍有诸多短板。闫立刚坦言，过去几年，北京在规模发展上、数量的增长上投入了更多精力，包括政策的推进主要集中于城区。北京的发展需要平衡性，今后疏解非首都功能、推动城郊平衡发展将被给予更多重视。“当然，在疏解的同时也要兼顾老百姓的需求。服务业没有优劣和大小之分，谁都离不开便利店，谁都需要买菜，谁都需要美容美发。对于老百姓生活必需的生活服务业，需要政府来保证。”

2015年北京成为全国首个服务业扩大开放试点城市后，出台了提高生活性服务业品质行动计划。但在强化提升服务品质的同时，也存在规模上的短板。北京社区商业目前在消费中的占比约为40%，相较于发达国家60%以上的社区商业水平仍显滞后。仅就便利店而言，北京每百万人的便利店数量约是上海的一半，跟中国台湾地区和日本相差更大。闫立刚认为，虽然面临诸多问题与挑战，但这些正是北京经济发展下一步需要努力的方向，也是未来的增长空间。