



2009年 主题:打造国际商贸中心城市

北京商业克服了国际金融危机的影响,实现了社会消费品零售总额超过5000亿元的重大跨越,增长率高达15%,成功践行了“扩内需、保增长、促发展”的方针。随着重大跨越的实现,北京商业的更高目标也随之明确。

回顾·高屋建瓴

北京市商务委副主任李薇薇:

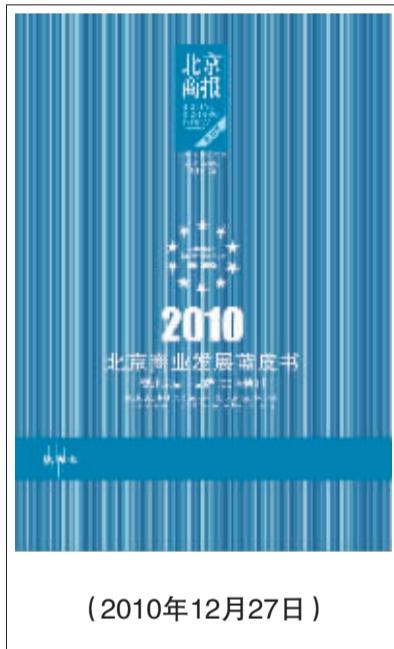
经过改革开放30多年的发展,北京商业实现了跨越式发展,北京社会和经济生活都发生了巨大变化,全市的商业按照国家首都、国际城市文化名城的方向,实现了持续快速的发展,销售规模不断扩大,整体行业水平迅速提升,对外开放日益加强。

北京市商业联合会会长李顺利:

改革开放30多年来,北京的商业服务业发生了翻天覆地的变化。2008年,北京成功地举办了一届无与伦比的奥运会,今年的北京商业服务业面对全球金融危机的影响,变危机为机遇,扩大内需活跃市场。市委市政府提出建设世界城市,在商业服务业方面,北京应该实现国际商贸中心城市的功能。

北京商报社社长兼总编辑邱成军:

2009年对于北京商业来说是不平凡的一年,也是充满奇迹的一年。2009年,北京商业克服了国际金融危机的影响,实现社会消费品零售总额超过5000亿元的历史突破,增长率高达15%,市场规模蝉联全国之首,成功践行了“扩内需、保增长、促发展”的方针,成绩斐然。



2010年 主题:世界城市 北京服务

摆脱了金融危机的影响后,北京经济增长方式的转型、北京城市发展的新定位,让北京的商业成为了全球瞩目的焦点。中共北京市委在“十二五”规划建议中提出北京未来要打造“北京服务”品牌,这一概念更新了北京服务业的发展观念,商业企业无疑承载了这个重任。

回顾·展望未来

北京商贸站在新历史起点上

北京市商务委副主任申金升:

国际商贸中心是世界城市在经济领域一个重要的体现,也是商贸流通购物消费国际化中枢。目前,北京商贸发展究竟占据了怎样的位置呢?经过改革开放30多年,特别是“十一五”期间的发展,北京商贸赢得了新的发展优势,也让其站在了新的历史起点上,为国际商贸中心建设奠定了良好基础。

北京服务应该成为世界品牌

中国人民大学商学院教授、博士生导师黄国雄:

目前北京商业的发展不缺硬件缺软件,与纽约、新加坡、中国香港等地区相比还有一定距离,北京作为未来的世界城市,至少担负了三重任务:为全世界的交往服务、为全国服务并起到先导示范作用、为北京居民服务。商业因服务而出现,服务应该成为商业的基本职责和首要任务。

服务是赢得竞争优势的软实力

北京烹饪协会、北京老字号协会会长姜俊贤:

北京服务的提出,赋予了服务经济学新的内涵。从实践上看,以现代服务产业建设的新视角揭示了服务企业内在的迫切要求,是科学发展观在服务产业领域的深化与延伸。现代服务概念的核心,可以归纳为两个一切:一切从顾客出发、一切让顾客满意。这两个一切最终的目的就是提高顾客的满意度和忠诚度,从而促进企业的发展,促进我们北京城市的发展。

社会发展需要商业发挥更大作用

北京市商业联合会会长李顺利:

北京是一个国际化大都市,商业正在飞速发展,今年社会消费品零售总额预计将达到6100亿元左右,连续几年每年都跨上一个千亿级的新台阶,消费已经成为拉动经济增长的主力军。社会的发展、时代的进步、国力的增强和生活质量的提升,需要商业发挥更大的作用。北京商业已经有了一批知名的品牌,需要培养和造就更多的品牌跻身国际市场,需要更多的北京服务、北京创造品牌成为商业行业的领头羊。

激辩

阐释

专注