



做细末端 做实平台 筑牢底线

——专访北京市商务委员会主任卢彦

转型,是2013年被提及频率最高的词。零售行业在经历过去的高增长和辉煌后,减速和转型摆在了各企业面前。北京商业在过去一年出现了哪些新特点?“地方版”的保民生、促消费举措是否会有调整?十八届三中全会必将对我国经济各领域产生深远影响。在这样的大背景下,北京商业又面临哪些机遇?带着这些疑问,北京商报记者日前专访了北京市商务领域的“掌门人”——北京市商务委员会主任卢彦。



1. 社零额增速放缓 网购额首超百货

北京商报:请您介绍一下今年北京消费市场的整体情况。

卢彦:2013年北京消费市场规模继续扩大,消费增速稳中趋缓,消费结构持续优化,消费基础更加稳固。全市消费市场在历史基数较高的情况下,总体保持平稳运行,但受多种因素影响,增速有所放缓。

今年1-10月,全市实现社会消费品零售额6814亿元,同比增长8.9%,比上年同期回落2.7个百分点。从各月零售额增幅情况看,除1-2月、4月、10月增幅分别达到或超过两位数以外,其他月份均保持个位数增长。不过,市场呈现平稳增长态势是市场的理性回归。

北京商报:在限制“三公消费”和电子商务的影响下,北京消费市场有哪些新特点?

卢彦:网上消费快速增长是今年北京消费市场的一大亮点。今年1-10月,全市限额以上批发零售企业实现网上零售额716.6亿元,同比增长44.9%,占全市社会消费品零售总额的10.5%,超过了传统百货业,拉动全市社会消费品零售额增长3.6个百分点。

此外,在国家相关的政策约束下高端消费明显放缓,民生消费平稳增长,生存型、发展型、时尚型消费依然保持较快增长。

2. 优先发展民生商务 建消费资讯平台

北京商报:在服务保障民生方面,明年北京市会有哪些新举措?

卢彦:我们将继续以“便民利民惠民、增进人民福祉”作为工作的出发点和落脚点,优先发展民生商务,增强首都运行的服务保障能力,做足、做深、做细三个方面工作,努力实现市民“买得到、买得好、买得满意、买得放心”。

一是坚持“做细末端”,推进城乡便民商业体系建设。进一步推动超市(便利店)、早餐、便民菜店、洗染、美容美发、再生资源回收、代收代缴等七项商业便民基本服务进入社区,办好老百姓身边的“新开门七件事”,提升“一刻钟社区服务圈”商业服务水平,推进连锁及品牌企业进社区开展公益性便民服务。在农村市场体系建设中,推广联合采购平台,扩大企业间的联合采购,引进更多的供应商进入郊区市场,提高郊区现代流通网络的市场覆盖率。

二是坚持“做实平台”,创新农产品流通体系。农产品流通一头连接农民,一头连接市民,是最重要的基础民生工程。今年10月,市政府印发了《北京市蔬菜零售网点建设管理办法》,并将于2014年1月1日起正式实施,为进一步加强本市“菜篮子”工程建设奠定了坚实基础。

三是坚持“筑牢底线”,完善应急储备体系。北京作为特大型城市,生活必需品自给率较低,大部分商品需由外埠供应,蔬菜80%左右靠外埠调入。北京市从1992年开始建立生

活必需品政府储备制度,目前已建立了包括粮油、肉蛋、蔬菜、食糖、食盐等18个品种的政府储备。下一步,我们将在完善政府储备管理和应急投放的基础上,充分调动企业作为市场经营主体的积极性,整合生产型、流通型、总部型、投放型四大渠道储备货源的优势,建立政府储备和渠道储备相结合的市场供应保障体系,更好地服务和保障民生。

北京商报:在促消费方面,北京市一直走在全国前列,比如节能补贴、家具以旧换新。这些惠民政策到期后,明年还会有哪些新举措?

卢彦:2014年促消费工作将在以下三个方面有所突破创新:

一是着力改善消费环境。提升实体商业、社区商业消费便利化程度;推动传统百货购物中心化发展;打造婚庆消费的跨业态、一站式服务模式,丰富消费体验;推动实体商业融合线上营销模式;提高商业服务业员工服务意识、能力和水平。

二是加强宣传,营造消费氛围。加快整合、启动消费信息公共服务平台和移动客户端应用程序,为消费者提供权威的消费导航和资讯服务。

三是引导消费健康发展。搭建热点商品宣传展示平台,吸引消费者购买数码信息产品、国外品牌商品、节能家电产品,引导绿色、节能、低碳消费,培育信息、文化等服务消费。