



3. 逐步扩大电子发票试点范围

北京商报:今年北京市开出了中国内地首张电子发票,目前进展如何?后期会如何推进?

卢彦:电子发票是以电子方式存储和流转的发票,商家可以通过手机短信或电子邮件等形式发送给消费者,实现发票无纸化。

今年6月27日,北京市在试点企业京东商城成功开出了我国内地首张电子发票。目前,京东商城已在全品类推开电子发票,已累计开具近200万张。电子发票可以有效打击假发票,遏制偷逃税现象,还可以对各类商贸交易信息可实现实时采集和统计分析。

同时,它也关系到企业切身利益,可以有效降低企业经营成本。以京东商城为例,它每年仅纸质发票的购买成本就达4000万元,全面应用电子发票后,一年将节约3.6亿张纸质发票,相当于240吨纸。

按照每一吨纸张需耗费3.6立方米木材测算,仅京东商城一家企业一年就可

减少近900立方米木材的资源消耗。

总体而言,北京市电子发票试点主要有三个特点:

一是电子发票服务平台具有普遍适用性,技术标准统一并设置了统一的开放接口,可实现快速复制和推广。

二是试点企业开具电子发票具有实时性。

三是电子发票可随时查验和在线管理。依托第三方电子发票查询验证平台,企业可为个人消费者提供7×24小时电子发票实时查询功能和发票信息云存储、在线管理、随时调用功能等。

不仅如此,今年1-10月,全市限额以上批发零售企业网上零售额达到716.6亿元,在全市社会品零售额中比重达到10.5%,这说明网络消费已成为拉动首都消费增长的主要力量。

下一步,北京市将稳步、深入推进电子发票试点工作。不仅要完善电子发票公共服务平台,为扩大电子发票试点范围创造条件,还要逐步扩大试点企业范围。

4. 推动社区商业品质化、多元化发展

北京商报:您怎么评价目前北京社区商业的发展?

卢彦:北京目前的社区商业可以用十六字总结:便民利民、服务延伸、多元发展、业态升级。

目前,北京的社区商业已逐步发展为以超市便利店为主体、生活服务业配套、搭载多种服务的服务体系。通过鼓励和引导连锁品牌企业进社区,一大批零售、餐饮、生活服务品牌连锁企业积极向社区延伸发展,社区服务网点从小规模、分散型经营逐步向规范化、连锁化经营转变,社区商业服务的便利度和安全度不断提高。

北京的社区商业正在从满足基本居民需求的初级阶段向安全、便利、规范的水平发展。

下一步,我们将继续推动一站式“社区生活服务中心+搭载模式的便利终端+社区电子商务”相结合的模式。现在越来越多的消费者加入“网客”队伍,也有很多人喜欢“宅”,电商是必不可少的。

北京商报:社区商业在首都商业建设和整体消费中占有怎样的地位?

卢彦:社区商业发展在推进首都商业建设和促进整体消费中占有十分重要的地位。它是北京国际商贸中心体系建设中的重要组成部分,也是打造城市宜

居环境的基础环节。

在“十二五”商业规划的重点任务中,北京市把优先发展民生品质商业列在首位,并明确了打造“一刻钟社区服务圈商业便民网络”和建设新型社区商业中心的任务。作为满足居民综合消费的重要载体,社区商业在城市商业建设中的重要性不言而喻。

随着首都经济发展进入新阶段,社区商业的需求也在不断变化。继续推动社区商业向品质化、便利化、多元化发展,在社区内发展新型消费,培育新的消费热点,是商务工作的重要工作内容。

在完善社区商业体系中,要顺应人口结构变化趋势,开发老年人市场,发展老年“银发”消费,抓住儿童市场,拉动家庭整体消费;要顺应消费方式变化,促进电子商务与社区商业的结合,发展网络消费;要顺应居民生活方式变化,促进和规范家政等居民生活服务业健康有序发展;要顺应低碳环保的发展趋势,构建经营规范、运行高效的再生资源回收体系,发展循环经济,等等。这些也对商务工作提出了更高的要求,需要我们不断发现新模式,探索新路径。

下一步,我们将继续推进社区商业向品质化、多元化发展,打造与国际商贸中心相适应的社区商业体系。

5. 国际一线大牌加速进京

北京商报:今年北京外资进入的整体情况如何?

卢彦:今年1-11月,北京实际利用外资达到83.7亿美元,增长6.9%,超过去年全年实际使用外资3.3亿美元。其中,近七成外资投向现代服务业,服务业实际利用外资占全市的82.2%;世界500强投资增长迅猛,今年在京新投资26个项目,合同外资增长41.7%,占全市1/5;战略性新兴产业成为外商投资热点;总部等高端企业形态新增总部企业12家,累计244家,其中139家为本市认定的跨国公司地区总部。目前,全市跨国公司总部企业和研发机构已超过700家。

北京商报:零售外资发展情况呢?

卢彦:今年1-11月,我市共审批设立零售外资店铺462家,累计批准零售外资店铺4813家。其中,专卖店332家,专业店106家,两种业态店铺占总数的94.8%。从新设零售外资店铺空间分布来看,主要集中在朝阳、海淀和东城。

从品牌来看,意大利运动安全防护产品DAINESE,日本一线时装品牌strasburgo、服饰品牌rosebullet,美国床垫品牌sealy等都是首次进入北京。

6. 企业转型与加强品牌建设并举

北京商报:您对全市零售企业有什么期待?

卢彦:一是提倡行业自律、企业自律,以诚信建设提升企业竞争力。行业协会、商会、龙头企业需要积极发挥带头作用;企业要坚持诚信经营、文明经商。另一方面要在商业行为中积极响应市政府的号召,比如发展绿色商业,倡导绿色节能消费等,为首都治理大气污染、缓解交通拥堵出力。

二是加快企业转型升级步伐,做大做强首都商务服务业。今年以来,商业企业面临内需不足、综合成本攀升、外部竞争激烈等多方面压力,市场经营形势严峻,转型升级已成为商业企业实现可持续发展的必由之路。

例如:高端餐饮企业在营业额出现大幅下滑的情况下积极调整菜品结构,创新中低价位菜品,进军团餐、快餐市场;百货行业引进餐饮、娱乐休闲、文化教育等服务,向购物中心转型。这既是市场在资源配置中起决定性作用的结果,也是在统一开放、竞争有序的市场体系下商业企业的现实选择。企业不改革就没有发展前途,产业不转型就没有出路。

三是加强企业品牌建设。品牌建设是商业企业的软实力,产品的竞争力最终将体现为品牌竞争力。北京是全国最重要的商贸流通交易中心之一,开放型经济的国际影响力已经达到较高水平,为商业企业全面打开国内市场、走向国际市场提供了广阔的市场空间。但是,如果没有实力卓越的品牌企业存在将非常遗憾。商业企业需要从战略的高度拓宽视野,重视品牌培育,提高品牌影响力,建设具有民族特色的品牌。