



■首都商业克服种种不利因素,积极探索新的消费增长点,全年实现社会消费品零售额8375.1亿元,增长8.7%,连续六年位居全国城市之首。

■北京十大商业品牌评选已经成为北京乃至全国范围内覆盖企业最多、影响最深远的大型公共评选活动。

■北京商务工作将进一步改善和优化消费环境,更好发挥各类市场主体的主动性和积极性。

北京市商务委员会委员王卫平:

北京商业加快品牌化进程

在过去的一年里,面对国际市场持续低迷、国内经济下行压力加大的大环境下,首都商业克服种种不利因素,积极探索新的消费增长点,全年实现社会消费品零售额8375.1亿元,增长8.7%,连续六年位居全国城市之首。同时,不断扩大品牌规模和影响力,新增外资零售店铺529家,市场品牌丰富度进一步提高,各种特色品牌商业推广活动不断创新开展,品牌优势地位逐步巩固。目前,北京十大商业品牌评选活动被列入营造良好的商业环境的重要组成部分,在打造首都国际商贸中心、建设中国特色世界城市进程中,北京市高度重视品牌建设,支持北京市商联会、北京日报报业集团连续举办九届北京十大商业品牌评选活动,北京十大商业品牌评选已经成为北

京乃至全国范围内覆盖企业最多、影响最深远的大型公共评选活动。近年来,通过上千家商业品牌企业的参与,累计评选出获奖品牌企业近百家,促进了首都商业品牌建设,这些企业的成长成为首都商业发展的主力军。

随着经济全球化进程的加快,品牌已成为推动国家城市和企业发展的关键战略资源和提升国际影响力的核心要素。党的十八大报告指出,实施品牌战略是保持我国在世界经济体系中的地位和整体竞争力的重要方式。2014年,北京商务工作将进一步改善和优化消费环境,更好地发挥各类市场主体的主动性和积极性,激发市场创新、促消费的机制,增强消费对经济增长的拉动力,促消费的方式将从政府部

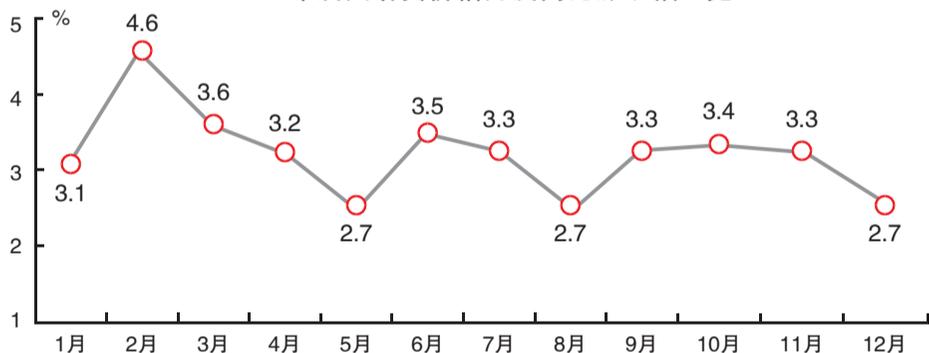
门在一线操作的模式向政府统筹谋划、协会协调组织、企业自主开展、消费者自愿参与转变,调整消费政策的导向,支持各类社会主体建设行业交流、服务创新、消费导航等公共服务品牌,引导大众消费,支持行业组织包括北京商联会、北京日报报业集团继续开展年度北京十大商业品牌的评选活动。商业服务业技能竞赛活动,树立商业品牌形象,提升商业服务业的服务水平和服务质量,发挥特色品牌优势,争取将更多的老字号商品纳入北京礼物的销售渠道,提升北京品牌的影响力。

在新的发展阶段,我们以党的十八大精神为指导,奋发努力,不断打造北京优秀的商业品牌,为社会提供优质的服务。

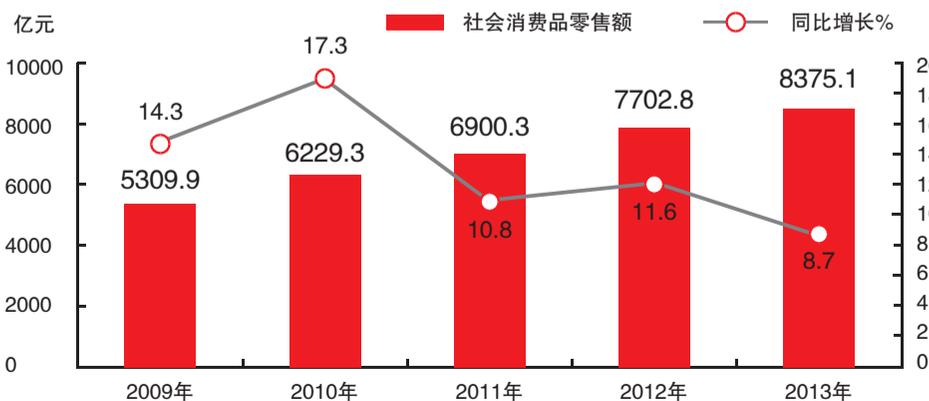
2013年北京市商业运行情况

2013年,面对国际经济持续低迷、国内经济下行压力加大、本市消费市场结构调整加快的形势,全市商务系统聚焦提高商务发展质量和优化商务发展环境,着力转方式、调结构、惠民生,商务工作继续保持健康发展的良好态势。

2013年居民消费价格月度同比涨跌幅一览



2009-2013年社会消费品零售额及增速一览



★数读2013年北京市商务工作★

■926.8亿

2013年全年实现网上零售额926.8亿元,增长44.3%,占全市社会消费品零售额的11.1%,对社零额增量的贡献度达42.4%,电子商务成为拉动本市消费市场增长的新引擎。

■786.9亿

第二届京交会成功举办,1900余家中外企业参展,比首届增长10.4%;达成意向签约金额786.9亿美元,比首届增长30.9%。

■1900

便民商业体系建设加快发展,七项商业便民基本服务功能全覆盖的城市社区累计1900多个,覆盖率70%。在东城、西城两区完成100家固定早餐门店新建或改造试点。

■17.8万

加强区域合作,推动国内市场互动对接。深化“农超对接”,使外埠优质果蔬农产品进入超市销售渠道,丰富市场供应。全市12家开展“农超对接”的超市全年销售果蔬农产品17.8万吨,同比增长15%。

■280万

2013年6月27日,中国内地首张电子发票在京诞生,试点企业当年开具电子发票达到280万张,有效降低了运营成本。

■61%

认定8个总部经济集聚区、4个总部经济发展新区和6个商务服务业集聚区,总部经济集聚区企业总部数量占全市的61%。