

北京市副市长程红：

撬动2015北京新消费

北京社会消费品零售额从2005年不足3000亿元到2014年突破9000亿元，十年间，数字背后是北京商业的变迁。北京打造和谐宜居城市和京津冀一体化让北京商业企业迎来新起点。今年北京商业会有哪些新变化？政府部门又有哪些宏观规划？日前，北京市副市长程红在接受北京商报记者采访时进行了解读。

2014年北京社会消费品零售额构成

按行业

批发

同比增9.8%

零售

同比增9.6%

住宿

同比降3.1%

餐饮

同比降0.8%

943.6亿元 7429.3亿元 152.3亿元 572.9亿元

按地区

城镇

同比增8.6%

乡村

同比增10.2%

餐饮

同比降0.8%

商品零售

同比增9.5%

8803.4亿元 294.7亿元 713亿元 8385.1亿元



跨界促消费

“现在跨界合作非常普遍，相关委办局也都有意愿，希望共同合作来拉动消费增长。”程红表示，此前商务、旅游、文化等相关部门已开始联动，共同搭建促消费平台，扩大旅游消费和文化消费。

今年商务和旅游部门联合将继续开展“吃在北京”旅游美食评选活动，设计和印制北京特色餐饮手册，向外来游客宣

传北京餐饮消费环境和餐饮文化，扩大旅游消费；商务和旅游及政府相关部门还会共同举办中国（北京）餐饮食品博览会，通过展示餐饮食材、用具、旅游美食等，为旅游、餐饮上下游企业搭建交流合作平台，促进餐饮消费。

同时，商务和文化等相关部门会联合开展“北京惠民文化消费季”，实施北京文

吃喝玩乐一站式促销

化惠民卡项目，共同组织开展“慕尼黑啤酒节北京之旅”等特色文化消费活动，培育文化消费理念，促进文化消费。

北京市政府工作报告明确指出，要“促进商品消费稳定增长，大力发展服务消费”，同时“提升外来消费和旅游消费水平”。外来消费和旅游消费在原有基础上会加快京津冀区域消费协同。

据程红介绍，今年下半年内将开通北京至唐山、沧州、天津等地的旅游线路直通车。截至目前，京津冀旅游集散中心已先后开通至避暑山庄、北戴河、白洋淀、野三坡、山海关等景区的旅游直通专线10余条。与此同时，北京还会加强外围联合成片的旅游开发，“比如平谷和蓟县、延庆与怀来、房山和涿州，都可以连片开发和招商”。

法人制电商

谈及今年北京消费的增长点，程红坚定地表示：“仍是电子商务和新兴业态。”

她用数据说明，2010年北京互联网交易额是120亿元，现在已经达到了1450亿元，五年增长了11倍，发展速度很快。1450亿元交易额相当于北京人每花100元，其中就有16元是通过网络交易实现的。

另一组数据也显示，网上零售额占全市社会消费品零售总额的比重由2010年的2%提高至2014年的16%，对社会消费品零售总额增长的贡献率由2011年的26.7%

已提高至2014年的82.8%。

据了解，互联网经济对促升级、保增长、惠民生、利环保、拓渠道等都起到了非常重要的作用。以北京的老字号为例，同仁堂、张一元等多个老字号通过互联网嫁接以后，仅网上交易一年达1.5亿元，老字号在互联网上又一次焕发了青春。据悉，新发地市场、中央批发市场等企业通过搭建线上交易平台等新模式，探索传统批发市场转型新渠道。另外，传统企业也借助电商平台和移动客户端探索线上渠道，拓

告别电商摊贩制

展企业发展空间。

“电子商务在促进消费增长方面有直接拉动作用，也是传统企业转型的共同方向。电子商务是北京的竞争新优势，政府会加强规范，大力发展法人制电商，而不是摊贩制形式。”程红透露，北京市工商局受国家工商总局委托，承办全国电子商务第三方网络交易平台监管系统，2015年平台一期将上线。程红介绍，正在建设中的全国电子商务第三方网络交易平台监管系统，旨在打破电商监管的地

域界限和部门界限，规范市场发展。平台上线后，将推出电商黑名单，方便消费者识别。

互联网经济是适应信息化社会的新经济形态，但近年来也出现了一些影响经济秩序的问题，主要分布在消费者权益保护、知识产权保护和同业竞争三大领域。政府将在规范与促进两方面双管齐下，引导市场健康发展。对于如何规范电商发展，程红谈到，希望是以政府组织、社会共治的方式。

新增长极

从目前整体消费看，日常用品如衣服、家电等消费趋于稳定，而新兴文化消费、服务消费、个人体验型消费则出现积极变化，快速增长。

以现在的数据看，新兴消费内容虽然

在整体中占比不大，但增速远高于普通商品消费。程红表示，再过几年，新兴消费会成为北京消费的新增长极。

北京开放的社会和经济环境，促使商业业态创新步伐加快。传统商业以商

体验型消费冲锋

品买卖为主，现在O2O、C2B等业态其实本质上是一种服务。同时，商业领域正在出现一系列技术创新，比如大数据、物联网，这些都为下一步业态变化累积了发展后劲。

新兴服务模式为消费者提供了更为便捷、高效的生活服务。比如顺鑫农业（我鲜吃）、荣昌（e袋洗）、顺丰（嘿客）等在社区餐饮服务、洗衣等生活服务行业探索电子商务新的应用形式。

服务经济

程红表示，服务经济是城市的本质。北京加快建设要发展成为和谐宜居的城市，就要提高生活服务业的品质，核心要通过提高生活服务业的规范化程度、现代化程度、特色化程度、国际化程度从而提升生活服务业的水平。

具体操作上，企业要提高管理水平和领导水平，一线员工的技能水平还要

不断提高。

生活性服务业与生产性服务业不同，员工技能是企业运行中的关键要素，对企业的服务水平起着至关重要的作用。可以说，在生活服务业中，技能就是软实力，技能就是生产力，技能就是竞争力。在今后几年，要通过技能提升工作，全面提高生活服务业的品质。这需要政

府部门、行业协会、企业和员工等各界齐心协力做好。

程红此前透露，北京即将推出“提高生活性服务业品质三年行动计划”，其中在商业服务业领域会有品牌工程、人才工程，还有培训工程。在品牌工程中，鼓励企业立足特色和技能，发展服务品牌，全市会推出上百个服务品牌；在人才工程方

面，选拔出几百名服务大师、千人行业服务明星、万名企业技能明星，争取用三年时间，政府、协会和企业共同努力，通过各种岗位培训和服务技能比赛，争取行业一线员工全部进行轮训，不断提高商业服务业人员的服务技能。

北京商报记者 肖玮 吴文治 邵蓝洁/文
张笑嫣/摄 韩玮/制表

打造上百个服务品牌