

北京将建设生活性服务业首善之区

12月21日,由北京市商务局(以下简称“市商务局”)指导,北京市商业联合会与北京商报社共同主办的2018年度(第十二届)北京商业高峰论坛正式举行。12年一个轮回,作为“北京商业发展的指南针”,北京商业高峰论坛既见证着首都商业的历史变迁,也激辩着当前首都商业的热门话题,并预示着未来首都商业发展的新思路与新走向。本届高峰论坛以“消费升级,我们该做什么”为主题,市商务局局长闫立刚出席并发表讲话,结合北京商业的发展成果、当前现状,详细阐述消费升级背景下首都商业服务业如何深化改革开放、提高消费便利化水平。闫立刚指出,新消费时代北京的商业服务企业从供给端发力,激发新一轮消费活力,着力打造国际消费枢纽城市。



40年巨变 新消费时代到来

回望改革开放40年,消费者经历了从商品严重短缺到极大丰富的巨大变化,实现了单一商品消费到商品和服务消费并重,简单流通方式过渡到多种业态线上线下融合发展。闫立刚表示,时至今日,消费已成为经济增长的“压舱石”和保障民生的“稳定器”。今后,传统的消费模式和消费习惯将被重新塑造,全新的消费时代即将到来。

根据北京市统计局数据显示,今年1-11月,北京总消费额达23277.3亿元,同比增长7.5%。其中,服务性消费额为12624.7亿元,增长11.6%,继续保持两位数增长。闫立刚指出,今年北京市的服务性消费已经占到总消费的54%。今后一段时期,随着居

民消费需求的不断升级,全市商品性消费的增长将在结构调整中趋于稳定,消费总体将由商品性消费向服务性消费转变。

消费结构不断升级,对满足人民对美好生活的需要发挥着积极而重要的作用。闫立刚在论坛上分享了作为改革开放亲历者的感悟:从过去物质匮乏的年代吃什么都要算计,到后来温饱问题基本解决,再到现在我们要吃得讲究、健康。从过去的凭票购买,到现在的智能零售、共享经济。”

在回顾2018年商务工作的同时,2019年的工作重点也呼之欲出。闫立刚透露,明年,市商务局将采取多举措促消费工作,建设生活性服务业首善之区,进一步增强消费对经济发展的基础性作用。如启动实施“十百千”生活性服务业提升工程;研究出台全市繁荣夜间经济促消费政策,点亮京城夜经济;大力发展绿色消费,加大“绿色商场”创建力度,丰富“绿色商品”供应;促进中高端消费,传承发展“老字号”,鼓励全球新品进京首发、开设首店;全面推进中国(北京)跨境电子商务综合试验区建设,全市新建10家以上跨境电商示范体验店;打造一刻钟健身圈”全民健身设施网络,加快建设一批大众健身场所等。

为民而商

提升消费便利化水平

无论在什么时代,商务工作的目标

都是为了让人民群众有更多、更直接的获得感和幸福感。闫立刚表示,消费的便利化则是当前提升生活性服务业品质的关键。他要求北京商业战线解决老百姓品质消费需求方面存在的痛点和短板:这是我们商业战线努力的方向。”

提升消费便利化水平,首先对商业服务业工作者提出了更高要求。闫立刚指出,北京作为特大型消费城市,不同区域的人口结构不同,功能定位也不同。首都的商业服务业工作者首先一定要有全局视野。每个人都需要消费,商业服务业要满足每个群体的消费便利化需求,消费便利化“一个都不能少”。针对东城、西城等中心城区,商业服务业要静下来,朝阳区CBD、海淀区中关村等区域则要有“咖啡的气味”,乡村地区要有青山绿水和农家乐氛围。

消费便利化离不开对营商环境的优化。只有企业的各项经营工作能便利进行,老百姓才能有便利化的生活。”闫立刚提到,市商务局鼓励多业态融合、购物体验结合,在商业环境优化方面出台了系列政策。如制定了《关于进一步促进便利店发展的若干措施》,取消了300平方米以下便利店开业前消防安全检查后,便利店开店办证时间平均缩短20天,店均租金成本下降3.3万元,便利店也已经可以搭售非处方药品和医疗器械。为了进一步优化营商环境,各级商务部门还要加

强协调能力,要有协调的意识和能力,尤其是对于涉及到跨部门的工作要勇于担责任。

供给端发力

建生活性服务业首善之区

与百姓日常生活息息相关的便民服务,一直是市商务局的工作重点。闫立刚表示,为了满足消费者个性化、精致化、多样化需求,市商务局要进一步引导企业扩大商品和服务的供给,用开放的思维去研究商品、服务结构和消费者的需求变化。健全完善促进总消费的体制机制,精准定位,从供给端发力,激发新一轮消费活力。统筹促进商品消费和服务消费,着力打造国际消费枢纽城市,建设生活性服务业首善之区。

2018年,北京在优化生活性服务业发展环境、破解品质提升推进过程中的一些难题方面也取得了一定成效。目前,全市共有蔬菜零售、便利店(社区超市)、早餐、家政、美容美发、洗染、末端配送7项基本便民商业网点约4.6万个,其中连锁网点约1.8万个。

闫立刚透露,北京市明年将启动实施“十百千”生活性服务业提升工程,即重点打造10条特色示范商业街区,培育100家连锁品牌企业,建设1000个生活性服务业网点。同时紧抓早餐、家政、蔬菜零售、便民网点等为居民服务的工作,落实好生活性服务业。

北京商报记者 徐天悦