## 消费分级广域级地标形成互动

消费地标间的互动将激发北京消费市场。闫立刚介绍,北京将在重点区域优化商业空间布局。例如,落实《北京市商业服务业设施空间设施布局规划》,合理布局建设广域级、区域级、地区级、社区级四级商业中心,研究在京南、西北、东南、西南等地规划广域级消费中心,打造区域商业新地标,从而弥补区域商业设施供给短板,疏解城市中心人口、交通压力,辐射境外、外埠购物人流。

闫立刚表示,目前,广域级分别为,南部的大兴国际机场、东北部的首都国际机场、东南部的环球影城,接下来北京市将在西南、西北范围谋划国际消费枢纽,努力形成国际消费中心的新地标。

除此以外,闫立刚提到,北京存在便民商业网点城乡发展水平不一的情况,社区级消费网点建设不断获得政策扶持。去年12月,北京市商务局发布《关于进一步促进社区商业发展的若干措施》(以下简称《措施》)。《措施》中提到,推进连锁便利店试行"一市一照",探索设立移动餐饮售卖车、智能厢式便利设施、蔬菜直通车等非固定网点,优化营商环境,为社区商业布局提速。

闫立刚表示,五年来,北京区域性的市场和物流中心已经基本疏解完毕。在批发业态疏解的同时,北京社区商业网点不断增加,五年来,建设提升基本便民商业网点6607个,全市基本便民商业服务功能城市社区覆盖率达到98%。

社区商业发展日渐规范化,北京建立了蔬菜零售等11个行业(业态)的标准规范体系,在连锁便利店推广搭载销售简餐、非处方药品、代收洗衣等综合便民服务项目,推广规范化社区蔬菜直通车372辆。



## ◆ 科技赋能传统商业转型

消费领域投资井喷式发展,不断涌现的新模式将在未来提供大量的优质投资机会。闫立刚提到,要利用科技赋能激发商务活力,拓展社交电商、网络直播带货、云逛街等消费新体验。北京还将推进"互联网+流通"行动计划,鼓励推广移动菜篮子、无接触配送等新模式,带动更多商贸流通企业、老字号企业创新转型。

与此同时,在疫情防控的背景下,餐饮业数字化转型也迫在眉睫。北京将探索餐饮业数字化转型路径,推动餐饮商户开展经营管理、营销推广、供应链管理等方面的数字化改造,提升数字化运营水平。支持探索数字贸易的发展,为商业服务业、传统模式的升级、传统商业街区商圈改造提升创造动力。

同时, 闫立刚提到, 北京市利用消费市场为科技创新提供需求空间和应用场景。深挖市场需求, 倡导智能消费, 以需求牵引供给, 助力北京国际科技创新中心建设。

也有业内人士指出,数字化、智慧化已经成为城市、商圈发展的方向。商圈等作为重要的城市符号,既有文化内涵属性,又是最受关注的商业空间,人流、商品、设施汇聚。人流、商品、设施之间的连接,除了依靠物理形态外,数字化形态将是大势所趋。商街数字化将首先打通人和商品的连接,例如商户信息等,以增强品牌传播力和消费选择便利性,未来还应逐步拓展人与人、人与设施、商品与设施之间的数字化连接方式,使其完成全面数字化,最终成为智慧城市的重要组成部分。

## 打造消费新地标



做强或著枢纽、用好北京双航空枢纽 的优势,打造消费新地标。



北京: 央企总部、大型企业营销总部 集中



航空"双枢纽"空运口岸、2个综合 保税区、3个口岸功能物流园区