

# 划定31项重点任务 北京国际交往中心这样建

北京国际交往中心功能建设有了第一个五年规划。近日,北京市委、市政府审议通过了《北京市“十四五”时期加强国际交往中心功能建设规划》(以下简称《规划》),完善雁栖湖国际会都功能、建成国家会议中心二期、高标准建设第四使馆区、打造“第二个三里屯”……详细的规划之下,北京国际交往中心建设之路愈加清晰。而与赋予的更多其他功能一起,北京国际交往中心也将更加“丰满”。

## 7个方面31项重点任务

“到2025年,国际交往中心功能体系和空间布局基本形成。具体来说,就是在服务总体外交能力、国际交往活跃度、国际要素集聚度、国际化服务水平、城市国际美誉度等五方面实现显著提升。”在9月16日的北京推进国际交往中心功能建设发布会上,对于五年的总目标,北京市政府外办党组成员、副主任冯剑如此介绍。

北京提升国际交往中心功能,首先要抓住重大项目这个“牛鼻子”。据介绍,围绕国际交往中心功能定位和发展目标,《规划》提出7个方面31项重点任务。其中服务国家总体外交是国际交往中心功能建设的首要职责,提升综合承载能力则是重要基础。

在提升综合承载能力方面,《规划》提到,要健全完善雁栖湖国际会都功能、建成国家会议中心二期、打造多业态融合发展的国际会议展览综合体、实施《东坝地区规划建设方案》、高标准建设第四使馆区、打造“第二个三里屯”等。

据了解,东坝地区位于朝阳区的东北部,处于首都功能核心区、城市副中心以及首都国际机场之间,距离CBD、首都国际机场、外交部及一二三使馆区直线距离10-15公里,具有优越的区位优势。北京市规划和自然资源委员会副主任杨凌介绍,上述方案规划范围约35.5平方公里,其中,约12平方公里为金盏国际合作服务区管理范围。

此外,《规划》还包括引领国际高端要素、完善对外交往布局、优化国际服务环境等内容,具体任务涉及持续提升中国国际服务贸



易交易会、中关村论坛、金融街论坛的国际化、专业化和市场水平,深化国际抗疫合作,加快实施国际人才公寓建设、示范街区改造,做强“首店经济”和“首发经济”,建设国际消费中心城市等。

## 确保一个区都不能少

国际交往中心作为北京“四个中心”城市战略定位,是对全市域讲的,是各区都应承担的职责。从这个意义上讲,一个区都不能少。冯剑表示,为此,结合各区区位特点和资

源禀赋,《规划》首次明确了十六区和经开区在国际交往中心功能建设整体布局中的功能定位,为各区开展工作提供指导遵循。

据北京日报报道,东城区、西城区将强化重大国际活动服务保障功能,建设展示国家首都形象的重要窗口地区,打造国际交往中心核心承载区。

“近年来,西城区以金融和文化为牵引,前瞻谋划空间布局、重大项目、品牌活动等,不断推进国际交往中心功能建设。”在发布会上,西城区副区长李异如此介绍。

其他区域方面,朝阳区充分发挥国际金

融、国际商务功能优势,以北京商务中心区、奥林匹克中心区、金盏国际合作服务区、外国驻华使馆区等为依托,全方位提升外交外事活动承载能力。海淀区依托三山五园地区历史文化积淀,增强外事接待水平。聚焦中关村科学城,加强高等学校、科研院所、产业功能区的资源整合,吸引高端创新人才集聚,打造全球创新网络的中国坐标等。

同时,冯剑介绍,重大项目、重点任务也覆盖全市各区。据悉,《规划》还首次编制了三张清单,包括重点任务清单、重大项目清单和创新政策清单。其中重点任务清单分解出151

项具体任务,重大项目清单则围绕国际交往中心功能定位,从全市范围内筛选了78个重大项目,创新政策清单则提出31条创新政策。

## 对外开放的标杆

从重点任务到重大项目,《规划》为未来五年北京推进国际交往中心功能建设画下了施工图。在接受北京商报记者采访时,中国人民大学副教授王鹏表示,《规划》的发布意味着要在更多情况下发挥自己的优势和特长。从这一点上来说,有了更加明确的规划,就可以制定更加具体的目标,更加切实可行的政策措施;有着重要带动和引领作用”。

去年9月,北京市也曾举行发布会,介绍未来15年国际交往中心功能建设的发展蓝图,包括《北京推进国际交往中心功能建设专项规划》的整体布局,《北京推进国际交往中心功能建设行动计划(2019-2022年)》明确的48项硬件项目建设和30项软件建设任务,为建设国际交往中心提出了任务书、时间表和路线图。

如今,从建设国际消费中心城市、全球数字经济标杆城市到“两区”建设,北京众多新任务里,对国际性的强调始终是一大亮点。对此,王鹏提到,北京“四个中心”的定位没有变,但在“四个中心”之外,通过内涵或者功能性的叠加,北京增加了其他一些特色的功能,这些更多还是为了更好地服务国际交往中心的内涵,更有利地促进国际交往中心的建设,真正提升北京知名度,成为未来对外开放的一扇窗,或者说一个标杆。

王鹏补充称,反过来说,北京这些带有消费性的经济性功能,更多也是要打上国际性的色彩和特点的。整体来看,国际交往中心与目前提到的消费、数字经济“两区”建设,其实有天然的契合性,北京的经济消费功能定位一定是突出国际性,而不是与其他国内经济城市、消费城市进行有力竞争,更多情况下是形成一个错位、互补的发展态势。

北京商报记者 杨月涵

## X 西街观察 Xijie observation

### 平台互通,私域流量的真正机遇

张绪旺

以“屏蔽网址链接问题整治”为重点方向,分步骤、分阶段的解决大平台相互封杀,在监管部门的督促下,互联网拆墙前在弦上。往大了说,是保护网民用户合法权益的初心,也夹杂着商业公司的竞争博弈;进展如何,效果怎样,相关猜测探讨很多,我们且看且珍惜。

同一命题,换个角度,在互联网拆墙、平台互通的历史节点,在竞争博弈和用户体验之外,企业尤其中小企业,甚至个人创作者,能否找到成长机遇,更值得好好研讨。在笔者看来,倘若互通互联落到实处,比如微信开放外链,抖音、淘宝得多少便宜尚未可知,但对广大中小企业和个人创作者无疑是最佳机会,套个时髦的概念,私有流量大有可为。

私有流量方兴未艾,倒也有新旧之分,分界点就是互联网拆墙。

拆墙之前的私域流量,是区隔于公域流量的互联网生产模式创新。

得益于微博、公众号、头条号、抖音号、快手号等账号体系的主流趋势,以及直播、算法推荐、社交互动等新媒体技术助推,大多数内容和商业平台从人工推荐走向算法展示,这也就是所谓的“去中心化”。让平台上的企业(商家)和创作者,把更多精力放在粉丝经济,运作自己的账号小生态,最终实现私域流量的留存和变现。

大网红、大主播就是成功的私域流量操盘手,惹来羡慕一片。但问题随之而来,由于大平台互相屏蔽的存在,即便是大网红大主播,也需要在各个

平台分别开设账号,不仅付出更多成本,还要面临复杂的平台博弈。平台设墙,提高了创作者账号转移的成本,也就限制了私域流量的天花板。

说到底,拆墙之前的私域流量,通常对单一平台依赖度很高,是创作者+单个平台深度绑定的私域流量,就像那些大主播与平台掰腕的曲折故事,不绝于耳。从这个维度,互联网相互屏蔽,不只是巨头打架,也给了平台钳制“旗下”创作者的主观便利。

充满想象的是,互联网拆墙意味私有流量生产力更大规模解放。

平台互通,原则上消弭了创作者相互导流的大多数限制。只要技术条件允许,内容合情合理,创作者在一个平台创作,可以通过社交分发,实现全平台触达。这才是个人IP在生产力和生产方式的双重优化,降本增效的同时,突破单一平台依赖的规模天花板。

这也难怪,最近有业内人士开玩笑:互联网拆墙后,创作者既不在A平台也不在B平台,可以完全打造自己的个人网站,然后分发到各个平台,这才是真正的命运掌握在自己手里。

当然,这种构想过于理想化,人人建站的风潮已经消失在互联网历史长河中,大平台强生态是主因,也有个人建站的技术、成本商业化等复合问题。私域流量可以插上梦想的翅膀,但绝非开效率倒车。

无论如何,私域流量将迎来后拆墙时代的绝佳机遇。

## 餐饮复苏 北京消费市场有热度有深度

消费牵引力正在成为助推首都经济高质量发展的强大动力。9月16日,北京市统计局发布经济运行情况,数据显示,今年1-8月北京市市场总消费额同比增长18.5%。其中餐饮收入760.2亿元,同比增长54%。专家分析,预计在国庆等传统节日和“双11”购物节期间还会呈现新的消费亮点。

### 服务性消费快速增长

数据显示,1-8月,北京市市场总消费额同比增长18.5%,两年平均增长2.5%。其中,服务性消费额同比增长20.8%,实现社会消费品零售总额9447.6亿元,同比增长15.9%。2021年以来北京市市场呈现消费持续向好发展的态势,其中服务性消费延续快速增长的趋势。

服务性消费正引领首都消费转型升级。2018年,北京便实现服务性消费额近1.37万亿元,占市场总消费额过半,对总消费增长的贡献率达到82.6%,成为带动消费增长的主要力量。

需注意的是,服务性消费额、社会消费品零售总额两年平均增速分别比前7个月回落0.6个和0.5个百分点。

对此,商务部研究院流通与消费研究所博士姜照告诉北京商报记者:“受8月疫情反复以及汛情的影响,居民线下外出消费行为受到抑制,因此对消费造成一定的冲击。但是北京经济持续向好发展的基本面和消费平稳增长的态势仍然没有改变,服务性消费额和社会消费品零售总额,两年平均增速分别比1-7月回落0.6个和0.5个百分点,这种短期增速波动属于正常现象”。

### 餐饮收入增长超五成

值得注意的是,在此次公布的社会消费

品零售总额中,餐饮收入760.2亿元,同比增长超五成,两年平均下降4.8%。

餐饮成绩单亮眼,既源自于去年基数不高,也有品牌自身吸引力的原因。姜照认为,一方面由于去年餐饮业受疫情影响较为严重,2020年同期基数较低,另一方面体现了北京餐饮品牌、产品和文化愈发受到消费者喜爱。

此外,统计数据也显示,限额以上批发和零售业中,饮料类、日用品类、烟酒类等基本生活消费以及通讯器材类零售额同比分别增长52.4%、25.9%、22.2%和18.4%,两年平均增速均在两位数以上。

除了实体消费,北京市市场8个月网上消费也保持活跃。限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业实现网上零售额3161.5亿元,同比增长20.2%,两年平均增长23.5%。可以看出,受直播电商快速发展和线上社区团购便利性等因素影响,今年1-8月北京市网上消费增长势头良好,消费者对网络购物的认可度较高。

### 双节有望呈现新亮点

从北京市统计局数据表格曲线可以发现,今年4月起,北京社会消费品零售总额累计增速开始放缓,姜照分析认为,社会消费品零售总额增速放缓的原因包括去年同期基数较大、居民收入恢复的不平衡,以及服务消费增长未能在社零总额统计中充分体现等。

“按目前的经济走势来看,今年第四季度

北京市市场消费会继续延续良好发展的态势,预计在国庆等传统节日和“双11”购物节期间还会呈现新的消费亮点。”姜照对北京市市场消费接下来几个月趋势有良好预期。

近年来,北京消费市场规模不断扩大,2015年在全国率先实现商品消费突破1万亿元,并于2019年在全国率先建立总消费促进工作机制,持续推动商品消费和服务消费提质扩容。

北京消费市场呈现出需求多元发展、结构优化升级的态势,从全国来看,经济长期向好的基本面也没有改变。9月15日,国新办举行的8月份国民经济运行情况发布会上,国家统计局新闻发言人付凌晖介绍,8月受到疫情汛情的冲击,社会消费品零售总额增速回落幅度比较大。主要是由于疫情汛情多点发生,居民出行减少,暑期消费受到一定影响。

但从累计来看,社零总额还是保持了较快的增长,1-8月社会消费品零售总额同比增长18.1%,两年平均增长3.9%,比1-7月虽然略有回落,但保持总体稳定,说明消费稳定恢复的态势没有发生大的变化。消费规模扩大、结构升级、新动能成长趋势没有发生改变。

付凌晖称,从消费潜力来看,目前一些绿色智能相关产品的消费还有很大潜力,同时与人口老龄化相关的消费品的需求潜力也比较大。

下一步,国家发改委就业司副司长常铁威表示,将有序取消一些行政性限制消费购买的规定,放宽服务消费领域市场准入,打通堵点,在疫情防控常态化同时,增加科学柔性管理,保障好人民群众基本消费活动。

随着统筹推进疫情防控和经济社会发展的成效不断显现,消费环境持续改善,消费作为稳定国民经济的“压舱石”作用将会越来越显现。

北京商报记者 陶凤 实习记者 余莎