



## 数字经济与实体商业走向全面融合

到2025年,吸引国际国内品牌在京开设3000家以上首店、创新店、旗舰店,打造10个左右老字号聚集区。

### 促进消费回补 壮大新增长点

全球城市竞争力排名显著提升,打造2-3个千亿级规模世界级商圈,入境游人数年均增长5%以上。

北京商报:建设培育国际消费中心城市,北京将出现哪些新的增长点?

闫立刚:北京培育建设国际消费中心城市,要着力提升消费供给多元化、品质化水平,高质量打造消费新增长点。

一是在优化全域消费空间版图方面,深入实施消费新地标打造行动,建设优势互补、特色凸显的消费地标。

二是在打造优质消费品牌集聚中心方面,深入实施消费品牌矩阵培育行动,构建“集聚、传承、孵化”全链条培育体系,打造“美食、时尚、绿色”多元化消费品牌。

三是在促进多元消费生态融合发展方面,深入实施数字消费创新引领、文旅消费潜力释放、体育消费质量提升、教育医疗消费能级提升等行动。

通过5年的培育,将全面提升“六个度”的关键指标。国际知名度方面,全球城市竞争力排名显著提升,打造2-3个千亿级规模世界级商圈,入境游人数年均增长5%以上。消费繁荣度方面,全球消费的带动力、辐射力、引导力、创新力显著增强,最终消费率超过60%。商业活跃度方面,对全球消费链的掌控力显著提升,离境退税商店数量达到800家左右。各区至少有1个现代化综合商圈和1条商业步行街,各平原新城至少有1家五星级酒店。到达便利度方面,国际国内高效畅通的立体化交通网络基本形成,城市交通枢纽与商业体的通达度、融合度显著提升。消费舒适度方面;“放心消费”软环境持续优化,消费配套服务的“典范之城”和服务品质的“首善之城”基本建成。政策引领度方面,促进消费升级的体制机制和政策体系不断完善,与“两区”等“五子”政策联动更加紧密,消费市场开放度显著提升。

北京商报:在北京国际消费中心城市培育建设中,实体商业焕发更大活力的着力点是什么?

闫立刚:为更好地依托国际消费中心培育建设,进一步激发实体商业活力,将重点在以下三个方面发力:

一是坚持规划引领和差异化发展,优化消费地标布局。依托故宫-王府井-隆福寺“文化金三角”和华贸、国贸、SKP等商业综合体,加快形成2-3个千亿规模的世界级商圈。将首钢园培育成为以“体育+创意”为特色的全球首发消费圈,将前门大栅栏商圈打造为“老字号+国潮”特色商圈。充分发挥“双机场”优势,建设空港型国际消费“双枢纽”。

二是坚持全球化和本土化交融,完善消费品牌矩阵。加大商业品牌首店政策实施力度,大力引进国内外知名品牌首店、旗舰店、体验店,发展原创品牌概念店、定制店。持续吸引服装、化妆品等时尚消费类国内外品牌商、代理商的总部、子公司落地北京。坚持首善标准,推动老字号守正创新发展。聚焦新业态、新模式、新服务,完善新消费品牌孵化体系。推动餐饮与文化深度融合,深耕细作“中国京菜”。力争到2025年,吸引国际国内品牌在京开设3000家以上首店、创新店、旗舰店,打造10个左右老字号聚集区,孵化100个以上新消费品牌,引进500个左右国内外知名美食品牌。

三是坚持数字化赋能,提升实体商业活力。重点商圈试点建设智慧商店、智慧街区、智慧商圈,加大AR虚拟试穿、VR虚拟购物等体验式消费场景应用,促进传统商圈向体验式、参与式、互动式转变。推动老字号企业加速数字化转型,力争到2025年九成以上老字号企业实现“触网”、七成以上开展直播销售。科技赋能餐饮业数字化转型升级,鼓励美食直播、智慧餐厅、云厨房等“餐饮+互联网”新模式发展。

有序发展直播电商等营销新业态,在网络购物、本地生活服务、视频直播等领域重点培育一批规范化的消费平台类头部企业和直播电商类头部企业。大力发展“互联网+流通”,支持智慧流通服务平台建设。