

# 瞄准国际消费桥头堡 北京“双枢纽”这样做

随着2019年大兴国际机场建成通航,北京市航空“双枢纽”发展格局正式拉开序幕。近日,北京印发了《打造“双枢纽”国际消费桥头堡实施方案(2021-2025年)》(以下简称《实施方案》),确定了五方面24项重点任务,提出依托“两场+双区”,即“双枢纽”机场和两个临空经济区,集中力量建设国际消费功能区、打造国际消费桥头堡。未来,这里将提质“双枢纽”特色消费功能,串联激活若干消费微中心,形成国际消费中心城市建设强大牵引力,并将优化国际航空资源配置,畅通国内国外双循环。



## 丰富机场免税消费等场景

“双枢纽”作为北京重要的战略性国际通道,具有国际消费要素超级“流量场”的天然优势,消费潜力巨大。近两年,两大机场消费场景不断丰富,2021年,两场商业资源面积共达到13万平方米,首都国际机场T3C“北京印巷”主题商业街开业,大兴国际机场设立国内首家“机场图书馆”,开创了公共图书馆进驻大型航空枢纽的先河,两场多业态融合“功能+场景+体验”兼具的机场消费品质显著提升。

根据《实施方案》,顺义、大兴将建设临空区国际消费枢纽、打造北京国际化消费新地标。“双枢纽”及其临空经济区不仅服务机场旅客,还将成为北京市民消费的新去处。为此,将提质“双枢纽”特色消费功能,打造国际消费中心城市新标杆,拓展航空主业消费,提升具有空港特色的免税、保税、商务等消费功能,丰富消费场景和体验。

北京商业经济学会常务副会长赖阳对北京商报记者表示,北京是国际交往中心,“双枢纽”有人流、物流、商流的交流,形成了基础

人流。机场离市中心有一定距离,相应的土地资源成本也比市中心低一些,新型商业设施就有可能形成一定的规模建设。现在市民消费往往不是倾向离家门口最近的地方,而是有意愿到一些商业集中区域消费,“双枢纽”会有更多发展的机会。

值得一提的是《实施方案》还提出,增设口岸免税店,扩大机场免税店规模,吸引国际消费回流。支持机场免税店销售国货精品,助力国产品牌拓宽国际市场。积极引入高端零售、餐饮等首店首发,融合星级酒店、康养、休闲娱乐等消费业态,为旅客创造丰富、时尚、多元的消费体验。

而在文化旅游方面《实施方案》也提出,要推进国际文化旅游消费全域发展,沿客流通道布局文化旅游特色产品和服务,打造一批精品旅游线路,助力国际文化旅游目的地建设。

在资深旅游专家王兴斌看来,“双枢纽”不仅将带动北京的文旅消费,还将助力周边旅游目的地的提升。同时《实施方案》的推出,也对北京这个国际旅游中心城市提出了新的要求。未来,通过串联激活若干消费微中心,对北京形成国际消费中心城市建设强大牵引力。

## 撬动产业结构升级

“双枢纽”机场面积约53平方公里,在承载航空运输功能基础上,正从传统交通枢纽向新型国际消费功能区转变,由航空主业衍生的大量商业、会展、文旅等业态,从机场延伸到临空区落地。根据机场成长规律,临空区将承载机场外溢功能,形成临空产业生态。

据介绍,首都机场临空经济示范区2021年1-11月实现工业总产值418.64亿元,同比增长15.7%;出口交货值63.95亿元,同比增长14%;营业收入5902.26亿元,同比增长22.9%。

大兴国际机场临空经济区虽处于起步建设和集聚资源阶段,但已建成综合保税区、自贸区创新服务中心、临空发展服务中心等一批产业承载区,重点发展生命健康、航空服务保障、枢纽高端服务、新一代信息技术、智能装备等业态,2021年,新增市场主体1544家,储备项目741个,累计签约社会投资产业项目30个。

北京商报记者从相关负责人处了解到,

临空区发展服务中心位于北京大兴国际机场红线内,融入“航旅+商务”理念,新地标正在加足马力建设,已有企业看到机遇,吸引丽筠酒店、万豪万枫酒店、希尔顿花园酒店、亚朵S酒店和全季酒店在此落户,提供近800间不同档次的酒店客房,更有专业酒店品牌的贴心服务,豪华的游泳池、SPA、健身会所等品质配套。

市场主体入驻也将收获更多红利。位于北京自贸区创新服务中心的北京细胞治疗集团,目前已基本建成并开始试运营。北京细胞治疗集团总裁叶真龙表示:“管委会在帮助企业落地及经营中推出‘服务包’,正帮助我们解决二期立项等难点。自贸试验区的政策叠加优势也让我们对未来非常期待”。

## 扩大航权畅通双循环

“双枢纽”机场及其临空经济区是重要国际资源要素流通的大平台,集聚了大量的客流、货流、信息流、资金流,是链接国际、畅通双循环的重要支点。《实施方案》提出,优化国际航空资源配置,提升国际消费要素流量和品质。主要围绕“双枢纽”国际航权、航线、时

刻资源布局,推进国际航空资源优化配置,增强客流、物流承载能力。

事实上,为更好发挥“双枢纽”作用,2019年8月,民航局与北京市政府就已签订战略合作协议,通过强化航权、航线、时刻资源配置,完善和扩大“双枢纽”机场辐射全球的航线网络布局,这对于提升北京“双枢纽”国际竞争力将发挥重大作用。

特别是北京作为国际科技创新中心和国际消费中心城市,近年来对航空运输需求增长强劲,2021年,两场货邮吞吐量合计158.7万吨,比2020年增长23.3%;去年6月,新增第五航权货运应用航线“日本大阪-北京首都机场-日本大阪-美国安克雷奇”,截至2021年底,该航线货邮吞吐量为8340.4吨,显著拓展了北京的国际货运航线网络,促进了与亚太和北美市场的贸易往来。

未来,“双枢纽”将扩大航权开放,用好第五航权,在巩固北美、欧洲等市场基础上,大力培育“一带一路”沿线国家和地区新兴市场;支持“双枢纽”串飞北美、西欧等国际航线,提升“双枢纽”在国际航线网络枢纽中的竞争力。同时,提升国际航线的广度和厚度,吸引航空公司新开“双枢纽”国际客货航线,鼓励开通“国际快线”。

商务部研究院国际市场研究所副所长白明在接受北京商报记者采访时表示:“双枢纽”突出了北京在国际航空市场中的地位,无论是影响力还是竞争力,前提是基础设施必须到位,要承载高于一般空港的设置,容量、效率、航线覆盖面都要高于一般的空港,这样才能称为“枢纽”。

“过去首都机场不堪重负,现在大兴机场建成通航后,资源配置的机会就大多了,除了容量大,临空经济的范围发展空间也大,过去的临空经济主要是在天空一带,相对来说地域空间也受到限制。现在大兴机场临空经济在北京与河北的交界处,在很大程度上可以借上京津冀协同发展之力。北京是一个国际城市,空港以此为依托,发展空间也会更大、起点更高。”白明说道。

北京商报记者 杨月涵 吕银玲 张怡然

## X 西街观察 Xijie observation

### 外卖封签事小,产业可持续事大

汤艺甜

3月已至,一大批新规开始为日常生活保驾护航。其中,一条关于外卖的新规收获一致好评。

根据3月1日起实施的《浙江省电子商务条例》,在浙江省全省范围内,所有的外卖必须封签,对检查中发现未使用封签对配送食品予以封口的,应当责令限期整改,逾期不改的,将依法查处。

同一天,杭州市市场监管部门开出首批4张因外卖商家未使用封签、未安装阳光厨房监控而被责令整改的通知书。通知书明确,如未在一周内整改,将被处以罚款。

在社交平台上,网友一边倒的叫好声足以证明,外卖封签是民之所呼。民以食为天,当外卖成为饮食生活不可或缺的一部分,其卫生安全日益被重视,甚至超越了便捷性,成为五星好评体系里的关键标准。

外卖的食品安全,涉及多个环节、多道工序,从源头的食材,到商家的制作,直至“最后一公里”的配送,任何一个细节的忽视都可能导致安全隐患。在过往的法规条例里,更多是对源头和制作加工的监管,这两个环节的确是食安问题的“高危区域”。

比起打包入袋前,配送环节往往更容易成为监管过程的“漏网之鱼”,需要靠平台的投诉机制才能有所约束。但无论是见诸报端的案例,还是外卖评论区的吐槽,有心也好好,无意也罢,由于配送过程中造成的食物问

题,往往让消费者有苦难言。而在不清晰的权责分配下,各方互相甩锅,拒绝为此担责,让维权难上加难。

给外卖贴封签,是全流程的最后一道“锁”,确保“最后一公里”的安全。既是防患于未然的保障,对于无封签的外卖,骑手有权拒绝配送,消费者也有权拒绝接收;同时,也便于事故发生后的追责,商家“锁”,骑手护送,各司其责,谁的问题一目了然。

一份外卖,数额不大,但连着商户、外卖骑手和消费者三方,是看得见的买卖,也藏着看不见的道义。小小封签,看似不起眼,却体现着商家的良心,能让骑手送得安心,也让消费者吃得放心。舌尖上的风险,经过这枚封签的检验,虽无法完全消弭,但也足以大大降低。

浙江已经打造了他山之石,一键复制到全国的呼声日渐高涨。但在全面普及之前,仍有些不容忽视的细节。

成本首当其冲,对于商家而言,既需要考虑封签自身投入的成本,也有提高服务人员意识的成本;其次,封签的制作标准也是关键,若容易折损、一碰就断,对于外卖员将是不小的负担;若太难拆卸,消费者也要为之付出额外精力。大小、粘性、标语、投入何来,统一制作还是各自为政,外卖封签这把“锁”也需要更全面的“质检”。

外卖不是洪水猛兽,但不安全的外卖一定是。小小封签,守护的不仅是一粥一饭的安全,也是外卖全行业的可持续发展。

### 超八成受访者被“杀熟” 大数据强监管在路上

#### 网络购物

82.44%的受访者表示在网络购物过程中遭遇过大数据“杀熟”,76.85%的受访者在在线旅游消费中遭遇过大数据“杀熟”。

北京商报讯(记者 杨月涵)“只能用魔法打败魔法了。”经常点外卖的张女士为了避免自己被外卖平台“杀熟”,于是选择了不同平台之间换来换去,她告诉北京商报记者,她发现多次在同一个平台充值会员后,送的优惠券变少了,充值会员的减免额度也变小了,而当她转用另一家平台点单时,甚至不需要会员就能收获同样的优惠价格。

近年来,伴随着平台经济的崛起,大数据“杀熟”似乎已经成了潜规则。3月1日,北京市消协发布的互联网消费大数据“杀熟”问题调查显示,超八成受访者认为大数据“杀熟”现象非常普遍或普遍,相比之下,仅有1.29%的受访者认为大数据“杀熟”现象不普遍或根本不存在。同时,86.91%的受访者表示有被大数据“杀熟”的经历。

网络购物成为大数据“杀熟”重灾区,其次是在线旅游、外卖和网约车。调查结果显示,82.44%的受访者表示在网络购物过程中遭遇过大数据“杀熟”,76.85%的受访者在在线旅游消费中遭遇过大数据“杀熟”,反映在网络外卖(66.96%)和网络打车(63%)消费过程中遭遇大数据“杀熟”的受访者均达到六成多。

北京卓律律师事务所合伙人孙志峰对北京商报记者分析称,互联网经济给生活带来便利的同时,一定会存在信息获取和使用的诸多法律和道德问题。相当一部分互联网企业本身并无产品经营或主要盈利并非来源于产品经营,主要靠获取流量、出售流量带来的利益及附加值获得收益,比如针对用户阅读习惯有针对性地派发硬广广告。但是应当在合法以及遵守商业伦理的基础上进行,要遵循知情-同意原则,在充分保障消费者权益和公平市场竞争秩序的基础上,进行技术创新,而不是利用大数据“杀熟”。

大数据之所以能够“杀熟”,与其背后的算法有着千丝万缕的联系。据了解,大数据“杀熟”行为通常包含收集数据进行用户画像以及根据画像对用户进行区别对待两个阶段,而算法就是通过数据量和数据的更新频次,从而判断消费者究竟是生是熟,进而给了平台“见下菜碟”的空间。

国家网信办明确,近年来,算法应用在给政治、经济、社会发展注入新动能的同时,算法歧视、大数据杀熟、诱导沉迷等算法不合理应用导致的问题也深刻影响着正常的传播秩序、市场秩序和社会秩序。

值得注意的是,3月1日,国家网信办等四部门联合发布《互联网信息服务算法推荐管理规定》(以下简称《规定》)正式施行。《规定》明确,算法推荐服务提供者不得设置诱导用户沉迷、过度消费等违反法律法规或者违背伦理道德的算法模型;不得根据消费者的偏好、交易习惯等特征,利用算法在交易价格等交易条件下实施不合理的差别待遇等违法行为。

在接受北京商报记者采访时,浙江晓德律师事务所首席律师陈文明表示,《规定》明确禁止了多情况多方式的大数据“杀熟”,并对大数据“杀熟”相关方事前事后的行政责

任、法律责任进行了更细致的规定。新法顺利出台,后续的实施还需要法律各部门、公安、检察院、法院、工商管理局等各部门配合起来,使用法律的武器对大数据“杀熟”行为进行精准监管,严厉打击。

事实上,近两年来,关于大数据“杀熟”相关领域的管理并不少。早在2020年10月1日起施行的《在线旅游经营服务管理暂行规定》就曾明确,在线旅游经营者不得滥用大数据分析等技术手段,基于旅游者消费记录、旅游偏好等设置不公平的交易条件,侵犯旅游者合法权益。

去年发布的《关于平台经济领域的反垄断指南》更是直指差别待遇情形下的滥用市场支配地位行为,包括基于大数据和算法,根据交易相对人的支付能力、消费偏好、使用习惯等,实行差异性交易价格或者其他交易条件。

在陈文明看来,严防大数据“杀熟”的主要难点在于,各公司各平台内部的数据资料往往难以被有关部门监察到,公司员工也因为签署保护商业机密条款、电脑被监控等原因不会向有关部门举报。被大数据“杀熟”侵犯利益的用户会因为利益损失小而不愿意费力记录证据,提起诉讼或者举报,并且大数据“杀熟”往往需要多个用户记录信息,合并作为证据,要多个利益受到侵害的用户一起费时费力,因此对大数据“杀熟”的监管和惩罚总是不尽如人意。

孙志峰表示,我国现行法律已经建立了针对大数据“杀熟”行为的规制,只不过应当针对大数据“杀熟”在外表现形式变化,不断调整和更新相关监管规则,特别是制定具有可操作性的统一的认定标准和执法尺度,进一步明确大数据杀熟中反映各项违法行为主体责任,以及各有权机关衔接处理机制,更有利于激发基层执法的积极性。