

推进乡村振兴 县域商业三年行动计划来了

计划明确,“建立县域统筹,以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的农村商业体系”,以供应链、物流配送、商品和服务下沉以及农产品上行为主线,以数字化、连锁化、标准化为方向,进一步推动资源要素向农村市场倾斜。

计划从完善县域商业网络设施和业态、发展农村物流共同配送、推动县域流通企业转型升级、丰富农村消费市场、推动农村电商高质量发展、提升优质农产品供给水平、加强农产品流通体系建设等7个方面明确了重点任务,并提出加强统筹协调、做好政策衔接等保障措施。

发展农村物流共同配送方面,《行动计划》提到,鼓励邮政、供销、快递、商贸流通等主体市场化合作,整合各类物流资源,在电商快递基础上,叠加日用消费品、农资下乡和农产品进城等双向配送服务,实现风险共担、利益共享,降低物流成本。

鼓励电商平台、大型商贸流通企业在具备条件的县城,依托自建物流、第三方物流体系,对接本地零散的商超、便利店,精准匹配周边消费订单需求,为居民提供高效便捷的到家服务。

丰富农村消费市场方面,《行动计划》明确,继续支持新能源汽车、绿色智能家电、绿色建材和家具家装下乡,加快农村充电桩设施建设,完善售后回收服务网络,促进农村大宗商品消费更新换代。鼓励组成县域零售采购联盟,集中向生产厂家、品牌供应商采购商品,解决中小企业进货渠道混乱、议价能力弱等问题,提高商品品质,降低采购成本。

结合乡镇商业设施改造,引导餐饮、亲子、娱乐、维修等服务业态聚集,促进家政服务向县域下沉。鼓励文化和旅游资源丰富的农村地区,依托乡村旅游重点村镇、乡村旅游集聚区和休闲露营地,

打造乡村旅游、休闲农业、农家乐、自驾游等精品线路,吸引市民下乡消费。继续实施乡村休闲旅游精品工程,推介一批中国美丽休闲乡村,建设一批全国休闲农业重点县。

推动农村电商高质量发展方面,《行动计划》提出,大力发展农村直播电商。深化电子商务进农村综合示范,利用县级电子商务公共服务中心的场地和设备等资源,打造一批县域电商直播基地、“村播学院”。培育“土特产”电商品牌。深化“数商兴农”,发展农特产品网络品牌。

此外,《行动计划》还要求,各地要加强县域商业建设行动与电子商务进农村综合示范、农产品供应链体系建设以及发展改革、农业农村、供销等单位相关资金的衔接,发挥各自优势,避免重复建设。用好县级电子商务公共服务中心、物流配送中心等现有设施设备,引入邮政、供销、快递和有实力的商贸流通企业,拓展公益性和增值性服务,实现市场化可持续运营。

据介绍,计划重点提出了“三个一批”,即建设改造一批县级物流配送中心、乡镇商贸中心(大中型超市、集贸市场)和农村新型便民商店,打造一批县域商业“领跑县”,总结推广一批典型案例,加强经验复制推广,推动县域商业高质量发展。

商务部相关负责人表示,将会同有关部门发挥财政资金引导作用,进一步推动资源要素向农村市场倾斜,加快补齐农村商业设施和公共服务短板,健全县乡村物流配送体系,发展共同配送、即时零售等新模式,推动农村电商高质量发展,拓宽农产品上行渠道,促进农民增收和农村消费,助力全面推进乡村振兴。

北京商报综合报道

商务部等9部门联合印发的《县域商业三年行动计划(2023—2025年)》8月14日对外发布。计划提出,到2025年,在全国打造500个左右的县域商业“领跑县”,建设改造一批县级物流配送中心、乡镇商贸中心(大中型超市、集贸市场)和农村新型便民商店。90%的县达到“基本型”及以上商业功能,具备条件的地区基本实现村村通快递。工业品下乡、农产品进城双向流通渠道进一步畅通,农民增收和消费提质实现良性循环,更好满足乡村产业振兴和农村居民生产生活需求。

到2025年 >>

- 全国打造500个左右县域商业“领跑县”
- 建设改造一批县级物流配送中心、乡镇商贸中心(大中型超市、集贸市场)和农村新型便民商店



- 90%的县达到“基本型”及以上商业功能
- 具备条件的地区基本实现村村通快递
- 工业品下乡、农产品进城双向流通渠道进一步畅通
- 农民增收和消费提质实现良性循环
- 更好满足乡村产业振兴和农村居民生产生活需求

重点任务 >>

- 完善县域商业网络设施和业态
- 发展农村物流共同配送
- 推动县域流通企业转型升级
- 丰富农村消费市场
- 推动农村电商高质量发展
- 提升优质农产品供给水平
- 加强农产品流通体系建设



- 供应链
- 物流配送
- 商品和服务下沉
- 农产品上行

目标

“三个一批”>>

- 建设改造一批县级物流配送中心、乡镇商贸中心(大中型超市、集贸市场)和农村新型便民商店
- 打造一批县域商业“领跑县”
- 总结推广一批典型案例

打造

任务

主线

实施步骤 >>

- 1 部署启动阶段 (2023年7-12月)
- 2 全面推广阶段 (2024年1-12月)
- 3 总结评估阶段 (2025年1-10月)

北京各区竞速“夜经济”

“2023北京消费季夜京城”活动启动以来,北京各区争相跑夜经济,近期的夜间活动也精彩纷呈。石景山区将举办夜经济活动超过50场、延庆区四海镇首次开办花海夜市、朝阳区亮马河国际风情水岸办起了“国际茶香文化节”……夜食、夜购、夜游、夜娱,作为经济的晴雨表之一,北京各区的夜经济已然显现出经济拉动力。有数据显示,3月以来,北京地区夜间休闲娱乐消费订单同比增长37.5%。

有关分析认为,暑期档即将过去,接力暑期夜经济,北京各区需提前做好准备,可以跟数字化相结合进一步开发一些夜游活动,也要注意通过利用好当地的历史、文化、地理资源做好立体化营销,把夜间经济真正地跟当地的特色产业相结合,做到“一区一品”。

夜经济正旺

8月13日晚,位于石景山区的首钢园六工汇已热闹起来,消费者们在灯光下穿梭于琳琅满目的摊位之间,一高炉前的广场附近同样人流如织。据悉,首钢园获评2023年夜京城特色消费地标,今年承办活动超200场,涉及夜经济活动超过50场,二季度至四季度,园区将充分发挥滑雪大跳台、服贸会场馆、三高炉、四高炉等独特的空间优势,举办啤酒节之夜、演唱会、摇滚音乐会、水乐汇、首钢园·星光季等夜间经济系列活动。

不仅是石景山区,北京各区均在抢抓暑期的夜经济机遇。8月12日,北京市延庆区四海镇2023年花山山谷旅游季正式启动。据四海镇镇长代强介绍,花山山谷旅游季正式启动,四海镇在观赏千亩花海基础上又转型升级,首次开



办花海夜市、花海乐园。据悉,四海镇也将持续围绕丰收、摘秋果、品美食、体育赛事、主题节庆等内容,充分利用“四季花海”文化IP,打造网红打卡地,点亮东部山区夜经济。在大兴区,8月11日开始,为期15天的林校路“夏夜回归计划”市集活动也正式开集迎客。

此外,自“月华璀璨 京彩未央”2023北京消费季夜京城活动5月10日在SOLANA蓝色港湾启动以来,朝阳区亮马河国际风情水岸办起了“国际茶香文化节”,还将推出新型夜游产品,在游船上及沿岸重要节点空间打造创新体验型消费空间;国贸商城等多个商圈将围绕“夜味”“夜动”“夜购”,推出优惠满减、充值送积分等活动;朝阳大悦城将举办啤酒后花园嘉年华,丰富消费者夜间消费体验……不断发力夜经济的朝阳区正“越夜越繁华”,从夜市到商圈再到夜间文旅消费集聚区一片繁荣景象。

经济“晴雨表”

夜经济一头连着经济,一头连着民生,是城市经济的重要组成部分,其繁荣程度被看作是一座城市经济开放度、便利度和活跃度的晴雨表。因而,从北京的夜经济发展已可窥见经济复苏的“晴雨度”。

从个体上看,今年5-6月,北京胡大饭馆4家门店日均接待客流6000余人,比4月增长了10%左右。从整体上看,艾媒咨询数据显示,3月以来,北京地区夜间休闲娱乐消费订单同比增长37.5%，“夜市”搜索量同比增长279.9%，“夜京城”效应初显。此外,还有数据显示,今年3月以来,北京市夜间消费(18时-次日6时)大幅增长,餐饮消费订单同比增长57.8%,其中,蓝色港湾商圈订单同比增长152%,燕莎商圈消费订单同比增长101.2%;

休闲娱乐订单同比增长31.2%,即时零售消费订单同比增长32.9%。

北京市社会科学院副研究员王鹏指出,北京各区纷纷开始布局夜经济背后有一个背景,即今年的核心发展目标就是扩内需、保增长、促消费。“夜间经济本身就能拓宽很多消费场景、消费渠道。”王鹏在接受北京商报记者采访时表示,对于疫情之后的复苏来说,夜经济能够拉动生产,同时又能扩大就业,促进区域经济的发展。他指出,夜间经济无形中增加了商业综合体消费的时长,从内容上来说,又增加了消费的场景、业态,丰富了消费的内涵,有助于满足人民日益增长的需求,从消费业绩和数量的角度来说,其实也是通过需求侧消费来带动供给侧的发展,有助于更好地提振经济、提振信心。

IPG中国首席经济学家柏文喜也向北京商报记者表示,夜间经济可以丰富人们的夜间文化生活,提供更多的娱乐和休闲场所,丰富夜间文化活动,增加人们的幸福感和满足感,还能推动产业链的完善和提高整体经济的竞争力。“一方面,夜间经济可有效延长消费时间,提供更多的消费场所和选择,激发市场活力,促进消费增长。”柏文喜表示,“另一方面,北京各区发力夜经济,也关乎区域发展,通过夜间经济的发展,可以提升城市、区域的品牌形象,增加当地的吸引力,吸引更多的人才和投资,推动城市的发展和繁荣。”

多节点再发力

已然进入8月中旬,尽管距离暑期档结束仍有时日,但秋季将至,北京各区又将如何以夜经济接续促消费的后半程?

“从长线来说,暑期过去之后,北京作为全国非常重要的旅游城市,有大量的历史文化资源,接下来的秋季、冬季其实有很多的节假日、重大活动,比如国庆、9月马上会到来的

服贸会,届时会有很多国内外游客,需要提前做好准备抓住这些时间节点。”王鹏认为,各区在打造夜间经济时其实也可以跟数字化相结合,也可以进一步开发一些夜游活动,夜游故宫、夜游长城、夜游国博等等,还可以在适当且安全可控的情况之下开展一些步行街外摆市集,“让商业活动更有活力、更有生活气息”。

分区域来看,王鹏认为,北京市各区在建设经济上还是要“一区一品”,突出各区的特色。“比如东城区要跟南锣鼓巷等做好一体化的联动,做好深度体验;西城可以跟金融街、西单百货商场等通过购物节的方式进行数字化的营销,提升业态;通州副中心的运河商务带就可以通过夜间的活动扩大消费场景;大兴可以用好空港示范区、大兴机场、北京野生动物园等等。此外,远郊区,比如怀柔、平谷、延庆就可以通过农家乐,利用好当地的历史、文化、地理资源做好立体化营销,把夜间经济真正地跟当地的特色产业相结合。”

值得注意的是,其中不少的内容北京已然将其规划其中。在“2023北京消费季夜京城”活动正式启动之时,北京市商务局就发布了2023年“夜京城”的13个特色消费地标、38个融合消费打卡地和30个品质消费生活圈点,包括前门-大栅栏、什刹海-地安门、蓝色港湾-亮马河国际风情水岸、798-751艺术街区、国贸中心-CBD、工体-三里屯、“鸟巢”-奥林匹克森林公园等13个“夜京城”特色消费地标,簋街、朝阳大悦城、郎园Park、北京欢乐谷等38个“夜京城”融合消费打卡地,五道营胡同、崇文门、奥运村、朝外等30个“夜京城”品质消费生活圈。

此外,从时间节点上看,该活动还将围绕暑期、中秋、国庆等多个促消费节点,融合商旅文体多个领域,开展百余项促进夜间消费的主题活动。

北京商报记者 金朝力 冉黎黎