



北京举办培育建设国际消费中心城市一周年新闻发布会 “北京消费”提质升级全面增效

本报记者 关一文

昨天,市政府新闻办举行北京培育建设国际消费中心城市一周年新闻发布会。2021年,北京市总消费、服务消费、社零总额分别同比增长11%、13.4%和8.4%,消费市场整体恢复至疫情前水平。2021年以来新落地首店近1300家,处于全国首店经济第一梯队。北京国际消费中心城市总指数提升7.1,国内外优质资源集聚力不断提升、消费创新能力不断增强、消费供给不断改善、消费者满意度和便利性进一步提高。市商务局副局长郭文杰介绍,自2021年7月19日北京市获批准开展国际消费中心城市培育建设以来,北京紧抓新机遇,锚定新赛道,紧扣消费新地标打造等“十大专项行动”,持续增强消费对经济发展的基础性作用,加速迈向北京国际消费中心城市。

北京已引入首店近1300家 将打造2至3个千亿级规模世界级商圈

郭文杰介绍,一年来,北京国际消费中心城市建设取得一系列亮眼成绩。

2021年北京市总消费、服务消费、社零总额分别同比增长11%、13.4%和8.4%,消费市场整体恢复至疫情前水平;

北京市世界500强企业数量57家,居全国首位,跨国公司总部数量达201个;

2021年以来新落地首店近1300家,处于全国首店经济第一梯队;

离境退税商店数量超800家,居全国首位;

基本便民商业网点超9万个,实现全市社区基本便民商业服务功能全覆盖;

2021年首都国际机场和大兴国际机场进出港航班49.9万架次,旅客吞吐量合计5769万人次,分别较上年增长17.6%和12.2%。

打造地标性消费项目:

北京22个传统商圈和20家“一店一策”试点企业基本完成升级改造,王府井步行街获评国家级示范步行街。

环球主题公园、三里屯太古里西区、首钢六工汇等重点项目开业运营。

前门大街等6个项目获批国家级夜间文旅消费集聚区,模式口历史文化街正式开街。

副中心剧院、图书馆、博物馆三大文化设施外立面亮相。



副中心剧院、图书馆、博物馆三大文化设施外立面亮相。

培育一批引领性消费品牌:

认定迪卡侬、屈臣氏等5家时尚消费品牌跨国公司地区总部;

2021年落地的901家首店中,国际品牌占比15%,其中北京曼联梦剧场亚洲首店融合足球主题餐厅、曼联周边售卖、足球文化展览等多种功能;

郎园Station等6个新消费品牌孵化试点基地挂牌运营,在孵品牌超50个;

北京老字号扩至206家,老字号触网率达75%。“北京礼物”已超1100件。

升级一批多元化消费业态:

北京坊打造全球首个“5G+华为河图”智慧商圈,“南中轴元宇宙产业基地”揭牌成立;

北京冬奥会亮相全球首个无人全自助餐厅,数字人民币落地冬奥场景超40万个,冰雪季期间全市70家冰雪场馆总收入同比增长69.3%;

亮马河国际风情水岸通航,打造集游船、沿岸商业、城市景观、灯光演绎于一体的综合夜游项目;

实施“漫步北京”计划,围绕中轴线和三个文化带推出200余条主题游线路;

规划智慧医疗健康16个关键应用场景;

新布局26所国际学校,已建成15所;

《北京市单用途预付卡管理条例》《北京市知识产权保护条例》《关于助力纾困促进消费加快恢复的具体措施》等一批创新型消费政策优化了消费环境。

立足2022年,北京将争取新引进国内外品牌首店600家左右。补建和规范提升基本便民商业网点410个左右,每百万人口拥有连锁便利店(社区超市)数量达320家左右。直播电商成交额达1万亿元,跨境电商进出口额同比增长20%左右。推出100个新晋网红打卡地和100条特色主题游线路。

展望2025年,北京将打造2至3个千亿级规模世界级商圈。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。入境游人数年均增长5%以上。吸引国际国内品牌在京开设3000家以上首店、创新店、旗舰店。北京老字号认定总数达230家左右,力争9成以上老字号企业“触网”,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。国际国内高效畅通的立体化交通网络基本形成。



北京环球度假区开园以来迅速成为全国最热旅游目的地,带动通州区文旅消费迈上新台阶。

现代商业与文化旅游双轮驱动 副中心文旅消费收入翻倍增长

培育建设国际消费中心城市,城市副中心火力全开。

通州区副区长杨磊介绍,城市副中心出现现代商业与文化旅游双轮驱动,制定了推进国际消费中心城市培育建设实施方案,谋划实施国际文旅度假消费提升、都市滨水休闲消费扩容等九大专项行动,聚焦环球度假区、运河商务区、特色小镇等重点区域,培育具有广泛影响力的消费地标和新型商圈,引领全域消费提质升级,打造立足首都、辐射京津冀、服务国内外的国际消费中心城市新增长极。

北京环球度假区于去年9月20日盛大开园以来,迅速成为全国最热旅游目的地,带动通州区文旅消费迈上新台阶。今年虽因疫情影响曾暂停营业一段时间,但6月25日恢复营业以来热度迅速回升,目前单日预约入园游客已达2.5万人。在环球度假区的有力带动下,2021年通州区规模以上文化、体育和娱乐业收入同比增长367.4%,住宿业收入增长122.6%,文旅消费迈上新台阶。

通州文化旅游区将加快文旅融合发展步伐,张家湾商业娱乐综合体项目今年6月正式开工,全球知名的体育、时尚、娱乐集团倾力打造的城市运动中心也将落户文化旅游区,打造集运动、艺术、娱乐、餐饮、购物为一体的全新都市生活中心。

通州区的重点商圈正持续更新升级。运河商务区六大商业综合体目前已开业面积25万平方米,全区新增首店49家,亚洲首店3家,中国(内地)首店6家,北京首店40家。爱琴海购物公园整体投入运营。远洋乐堤港商业街已经竣工,今年10月即将正式营业,目前招商率已达85%,其中首进北京和通州的新店及旗舰店46家,7000平方米的特色餐饮街区“贰肆坊”将为市民带来更时尚的消费娱乐体验。富力广场、新光大大融城一期、合景泰富悠方天地均将陆续开业。珠江合生汇及新光大大融城二、三期也正在加紧建设中。北苑商圈万达广场调整升级品牌

北京国际消费中心城市总指数提升7.1 商业活跃度指数提升幅度最大

市统计局副局长夏沁芳介绍,本市自2022年起对上一年度北京国际消费中心城市培育建设推进情况和成效开展统计监测。测算结果显示,2020年到2021年,北京培育建设国际消费中心城市总指数分别为91.3和98.4。受疫情影响,2020年和2021年总指数均低于100,但2021年较2020年明显好转,总指数提升7.1,表明北京国际消费中心城市培育建设工作总体取得积极成效,五个分指数与2020年相比也均有不同程度提升。

按照《北京培育建设国际消费中心城市实施方案(2021—2025年)》要求,北京市统计局构建了北京国际消费中心城市建设统计监测指标体系,包括国际知名度、消费繁荣度、商业活跃度、到达便利度、消费舒适度5个维度,42个具体监测指标,涵盖了与实现

目标密切相关的指标。

测算结果显示,商业活跃度指数提升幅度最大。其中,2021年商业活跃度指数比2020年提升9.7,表明消费供给更加丰富,商业氛围更加活跃。其中,国际医疗水平不断提升,首店、离境退税商店数量增长较多,相应指数分别比上年提升39.6、23.6和17.5,对该维度指数上升贡献突出。

消费繁荣度指数在2021年比2020年提升8.7,提升幅度居第二位,主要受新消费相关领域发展较好带动,新消费领域平台交易额、限额以上网上零售额占社会消费品零售总额的比重相应指数分别比上年提升24.6和17.2。

到达便利度指数比2020年提升6.6,提升幅度位列第三,其中高铁动车到达次数、

地铁运营总里程数分别比上年提升29.7和8.0,是该维度指数上升的主要带动力量。

在国际知名度指数上,2021年比上年提升3.5,其中,大型外资商业企业数量、跨国公司在京地区总部数量和世界500强企业进驻数量3项指标发挥上拉作用,相应指数分别比上年提升15.3、8.4和3.6。2021年消费舒适度指数比2020年提升1.7,其中,消费者满意度指数比上年提升5.0,拉动该维度指数有所上升。

夏沁芳表示,综合分析主要监测指标数据表现,可以看出,北京培育建设国际消费中心城市呈现国内外优质资源集聚力不断提升、消费创新能力不断增强、消费供给不断改善、消费者满意度和便利性进一步提高等特点。

北京5G基站累计达5.4万个 将打造高质量直播电商基地

市经济和信息化局副局长顾瑾翔介绍,近年来,北京在以5G和千兆宽带网络为代表的数字基础设施建设上取得了明显进展。截至今年4月底,北京市5G基站累计达5.4万个,每万人拥有5G基站数25个,居全国首位,实现52个市级重点商圈和市内重点景区5G网络全覆盖。

传统消费数字化转型加速推进。顾瑾翔表示,通过对传统商圈进行数字化改造,加强沉浸式消费体验,建设形成了全球首个“5G+华为河图”智慧商圈北京坊,与科技融合创新的首钢园工业遗存,以BOM嘻番里为代表的沉浸式体验商业中心等典型数字消费体验场景。

数字消费内容供给日益丰富,北京培育发展新兴超高清融媒体视听业态,支持8K超高清内容制作,打造“5G+8K”文体直播新生态。同时,在数字消费上持续拓展新业态。北京目前培育形成15家信息消费体验中心,包括以人工智能服务为代表的联想未来中心;线上线下融合,利用大数据助力反向定制生产的曲美体验中心;以“数字技术赋能+传统零售线下改造”双驱动模式的多点DMALL+物美联想数字零售体验店;具备全套智能管理能力的依文MTM数字化定制平台。

顾瑾翔表示,北京将选取2至3个区打造高质量直播电商基地,鼓励各类市场主体

参与直播电商基地建设。鼓励平台企业设立首店首发直播专区,借助直播经济推广“北京品牌IP”,打造“人、货、场”全要素直播电商产业集聚生态。同时,探索数字文化新模式,发展云旅游、云展览、数字艺术等消费新形态。

培育智慧城市万亿产业,通过逐步开展场景征集、供需对接、评定评估、落地实施、推广应用等环节,积极推进企业参与北京市智慧城市建设,筹备全球数字经济大会、2022年数字经济体验周和北京数字消费节等展会活动,鼓励信息消费共同体及企业积极参与到数字消费的促销活动中。

