# 北京：全面推进国际消费中心城市建设提速升级

[摘要] 北京以打造一流的国际消费中心城市为抓手，积极恢复和扩大消费，全力推动消费品市场稳中向好发展。目前国际消费中心城市建设已从夯基垒台进入创新发展的新阶段。北京将以更加奋发有为的姿态，坚持统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革，提供多元丰富的消费供给，营造温暖和谐的消费氛围，构建便利开放的消费环境，激发市场主体创新活力，满足消费者高品质消费需求，高质量推动国际消费中心城市建设再上新台阶。

[关键词] 北京国际消费中心城市；消费品市场；高质量发展

[中图分类号] D619 [文献标识码] A [文章编号] 0529-1445（2024）03-0066-03

消费是经济增长的稳定器和压舱石，也是畅通产业循环、市场循环的重要基础，更承载着人民群众对美好生活的向往。党的二十大报告指出：“要坚持以推动高质量发展为主题，把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来。”2024年北京市政府工作报告提出，“要加快形成消费和投资相互促进的良性循环”“下大力气激发有潜能的消费”。北京将持续推进国际消费中心城市建设，护航消费升温，助推经济实现质的有效提升和量的合理增长。

坚持首善标准，筑牢国际消费中心城市建设推进体系

国际消费中心城市建设是恢复和扩大消费的重要抓手，北京坚持以首善标准打造一流的国际消费中心城市，坚持做到“三个强化”。

强化组织建设，构建高位统筹、系统谋划、上下联动的工作机制。成立市政府主要领导挂帅的领导小组，下设“一办十组”73家成员单位。印发《北京培育建设国际消费中心城市实施方案》，出台“10个专项工作组+17区”配套实施方案。完善“2+3+5”常态化推进体系，即用好“周调度、周调研”“月部署、月简报”两大机制，抓好“五子”联动、商圈平台、全媒体宣传三大着力点，落细落实任务、项目、政策、企业、活动“五个清单”。

强化研究分析，为建设北京国际消费中心城市智库提供智力支持。联合高校、机构、企业等发起成立北京国际消费中心城市智库，开展重点、难点及前沿问题研究，打造政企学研融合开放平台，服务政府决策、市场创新和企业发展。紧抓主题教育契机，开展社会消费品零售总额结构、批零企业外迁、汽车消费、时尚消费、网络零售、体育消费、北京人游北京等专项分析。

强化指标监测，紧盯五大维度评价体系锻长补短。围绕国际知名度、消费繁荣度、商业活跃度、到达便利度和消费舒适度搭建北京国际消费中心城市建设统计监测指标体系，选取国际知名消费中心城市开展对比研究，以指标为牵引推动国际消费中心城市建设。目前，在北京的世界500强企业全球总部数量、世界文化遗产数量、最终消费率等指标均居全国首位。

坚持全面发力，实现首都消费市场稳中向好

2023年，北京全年总消费额增长10.2%。服务消费总额增长14.6%，文商旅体消费潜力加快释放，演出、赛事等场景化、体验式消费成为消费热点；社会消费品零售总额稳健增长4.8%，金银珠宝类、体育娱乐用品类等升级类商品消费恢复较快；实体消费活力明显提升，60个重点商圈客流总量达到24.1亿人次，同比增长22%。市场主体发展向好，京东、小米等世界500强企业加快产品创新；特斯拉、星巴克等外资企业规模稳定增长；东方甄选、宝宝爱吃等消费新模式企业不断涌现；抖音、美团等对规模以上互联网及相关服务业收入增长贡献突出。

聚焦提质便民，完善商圈地标布局。在全国率先出台商业消费空间布局专项规划，通过“改老建新”推动规划落地。在“改老”方面，完成崇文门等15个传统商圈改造提升任务，THE BOX朝外城市更新项目被收录为中国城市更新十大现象级案例，DT51、王府井喜悦成为年轻人喜爱的打卡地。在“建新”方面，长安中骏世界城、西三旗万象汇等填补了所在区域高品质项目的空白，北京城市副中心三大建筑北京艺术中心、北京城市图书馆、北京大运河博物馆开门迎客。

发挥特色优势，增加多元化高品质供给。聚焦北京老字号创新发展，围绕保护、传承、创新、发展等提出30项举措，充分释放老字号发展的新活力。以打造东城、朝阳6大新消费品牌孵化基地为抓手，推动形成300余家新消费品牌库，领跑智能科技和国潮玩具本土品牌赛道。首店支持政策持续升级，品牌首店落地累计超3700家，培育三里屯太古里等12个全球首发中心。依托“双奥之城”品牌优势，引进国际体育赛事52项，举办射箭公开赛等新兴赛事500余场。

顺应升级趋势，擦亮首都消费名片。激发绿色消费活力。出台新能源汽车置换补贴政策，新能源汽车销售额超60亿元；规范二手车经营行为，二手车经销自行开票企业上升至249家；优化调整“京彩·绿色”消费券政策，绿色智能商品销售额超50亿元。挖掘数字消费潜力。认定首批13家“北京市特色直播电商基地”，累计助力超1000家商户、品牌拓展直播销售渠道；累计培育3批跨境电商产业园，跨境电商进出口总额同比增长6.4%。发展时尚消费。北京国际电影节、中国国际时装周等时尚活动影响力不断扩大；SKP百货持续问鼎全球“店王”。培育融合消费动能。加快推动商文旅体等多元消费融合发展，围绕街区、亲水、近山等融合消费场景夯实载体、丰富业态、完善配套。

兼顾供需两侧，持续优化消费环境。创新推动大型活动“一件事”改革，大幅压缩大型营业性演出、体育赛事、展览展销活动审批办理时限。深化“证照分离”改革，共惠及新设市场主体44.3万户，40个行业已实现“一业一证”。全面优化营商环境。优化景区预约政策，推动95%的旅游景区取消预约制；切实保护消费者合法权益，加强对经营者单用途商业预付卡和预收资金管理；打造便利支付环境，设立383家外币代兑机构。成功举办“全国消费促进月暨京津冀消费季”活动，紧扣重要节庆推出暑期、金秋、跨年等消费指南。

坚持奋楫笃行，全力推进国际消费中心城市建设再升级

2024年，北京将按照商务部“消费促进年”的工作安排，围绕市政府工作报告要求，推动国际消费中心城市建设再上新台阶，助力首都经济高质量发展。

培育本土消费新品牌。推动“北京老字号”认定，鼓励企业建设集展示、体验、销售于一体的老字号博物馆、品牌馆，促进北京老字号集聚化创新发展。发挥新消费品牌孵化地示范效应，在美妆、食品、服饰定制、休闲娱乐等领域推出一批创新产品。在交通枢纽、重点商圈、公共文化空间等打造一批“北京礼物”主题店，支持市场主体推出具有北京特色和文化内涵的“必购必带”商品。印发实施《推动北京餐饮业高质量发展加快打造国际美食之都行动方案》，推动全市餐饮业高质量发展。

营造城市消费新场景。加快王府井×西单×前门、CBD×三里屯、环球影城×大运河、丽泽×首都商务新区四片国际消费体验区建设；推动实现西北旺万象汇、永丰大悦城、北京城市副中心万象汇等优质商业项目开业运营。持续推进一刻钟便民生活圈建设，推动便民生活圈、文化休闲圈、体育健身圈等“圈圈融合”。

构建商品消费新结构。繁荣时尚行业消费市场，力争全年新增首店800家左右，错位打造北京特色时尚消费品牌矩阵。稳定和扩大传统消费，提振新能源汽车、家电等大宗消费，推进汽车后市场高质量发展。扩大绿色智能家电消费，围绕智能网联汽车、智能穿戴设备、家务机器人、虚拟现实等绿色智能产品，推进研发设计、高端制造、市场营销等产业集聚。

塑造服务消费新优势。依托“演艺之都”建设，打造特色演艺新空间。探索文物活化利用新路径，鼓励在符合条件的文物场所举办演出、秀场、展览等活动。办好中国网球公开赛等品牌赛事，力争更多综合和专项国际顶级赛事落地北京，提升赛事商业化运营水平。加快推进国家会议中心二期、新国展二期等重点场馆规划建设。依托服贸会平台办好体育、文旅、中医药、教育等专项展会。

构建流通联动新市场。落实推动内外贸一体化发展相关政策，推进内外贸产品同线同标同质工作，支持供应链核心企业带动上下游企业协同开拓国内国际市场。推进跨境电商综合试验区建设，积极培育跨境电商消费新模式。持续推动京张体育文化旅游带建设，继续办好“2024年全国消费促进月暨京津冀消费季”。

优化消费升级新环境。完善消费企业准入准营制度，深入推进消费领域一体化综合监管和“一件事”审批改革，加大对老字号、新消费品牌等知识产权保护力度。加强与“两区”建设联动，鼓励外资在消费领域加大布局力度。规范消费市场经营秩序，切实保护消费者权益。打造有温度的“北京服务”品牌，不断提升消费者满意度。

作者：朴学东 北京市商务局党组书记、局长

《前线》杂志2024-04-08