

2030年北京市场总消费额年均增速将达5%

多维度指标目标翻倍

《规划》明确了“十五五”时期深化国际消费中心城市建设的9项主要指标,涵盖消费增速、入境消费、赛事供给、便民服务、商业载体、交通枢纽等多个维度。

到2030年,北京市场总消费额年均增速将达到5%左右,而2025年这一数值为1.6%,意味着未来五年北京消费增速将实现显著提升。在入境消费方面,北京口岸出入境人数占全国比重目标为3.8%左右,较2025年的3.08%提升约0.7个百分点;飞机起降数量目标为85万架次,高于2025年的78.8万架次;高铁、动车到达次数则提出“保持增长”的预期性目标。

在消费载体方面,北京离境退税商店数量将从2025年的1573家,在2030年大幅增至5000家,增幅超过两倍,是所有指标中增长最快的一项;首店引进数量在2030年将增至8687家;特色消费街区数量将从2025年的53个增至2030年的65个,增加12个;“一刻钟便民生活圈”先行试点行政区数量也将在五年时间从5个增至8个。此外,国际体育赛事数量目标为“保持稳定”,维持在每年52场左右的水平。

服务消费全面提质

服务消费的需求在北京加速释放,到2030年,北京的服务消费供给将更加丰富。服务消费是此次《规划》中提及最多的板块,涵盖文化旅游、体育、健康、教育培训、会展、生活服务等领域。

北京提出巩固中轴线申遗成果,推进遗产点全部对外开放;优化“演艺之都”消费供给,增强“大戏看北京”品牌影响力,打造“乐动北京”品牌;激活“博物馆之城”消费动能,推进博物馆错时开放、延时开放,探索有条件的博物馆实行夜间开放;丰富“书享京城”消费体验,推动实体书店业态融合,打造“城市文化会客厅”。

北京打造国际美食高地,推进京菜传承与创新发展;扩大优质家政供给,推进家政服务业“产业化、标准化、组织化、职业化”发展;健全覆盖城乡的三级养老服务网络,拓展旅居、康养等特色养老服务;完善托育服务生态,推进托幼一体化优质普惠发展。

近日,北京市人民政府发布《北京市“十五五”时期深化国际消费中心城市建设规划》(以下简称《规划》),到2030年,北京市场总消费额年均增速将达到5%左右,首店引进数量将达到8687家,离境退税商店数量将达到5000家,特色消费街区数量将达到65个。《规划》提出,到2030年,消费对首都经济发展的基础性作用更加稳固,北京在国际知名度、消费繁荣度、商业活跃度、到达便利度、消费舒适度等方面走在前、作表率,建成彰显大国首都风范的国际消费高地。

在体育消费方面,北京持续优化“双奥100”赛事矩阵,放大中国网球公开赛消费带动作用,做强北京马拉松等自主品牌赛事,发展数字竞技、虚拟体育等新兴潮流赛事;持续发展冰雪经济,举办中国户外运动产业大会;挖掘桥下空间、闲置厂房等资源,建设身边的体育设施。

同时,在健康消费方面,北京推广互联网诊疗、移动医疗等服务模式,打造一批“健康驿站”;发挥中医药“治未病”与康复调理优势,推进中医药服务消费和服务贸易融合发展试点,打造中医药消费体验、诊疗、康养和购物全闭环场景;拓展入境健康消费,面向国际消费者提供健康体检、医疗美容、康复护理等服务。

商品消费扩容升级

商品消费是促消费、惠民生的重要领域。《规划》指出,北京引导发展装配式装修与全屋智能物联,鼓励提供房屋改造设计、定制化整装、智能化家居等产品和服务;积极打造住房租赁经营品牌;探索“物业+生活”服务模式,鼓励向养老、托幼、家政、文化、健康等领域延伸。

北京加大新能源汽车推广力度,进一步完善二手车流通体系;优化维修、保险等服务供给,有序发展汽车改装、租赁、赛事及房车



露营等汽车后市场消费;加快推进汽车流通消费改革试点。

老字号传承方面,做好老字号原址原貌保护和活化利用,强化人才技艺传承;推动老字号守正创新,积极应用新技术,研发推出新产品、搭建业态融合新场景;鼓励老字号品牌出海,擦亮“京”牌。

同时,北京加速建成全球时尚创新策源地与潮流引领地,依托中国国际时装周、北京国际设计周、北京时装周等活动,丰富时尚生活消费体验;推动“北京礼物”向特色化、精品化、国际化发展;发展数智电子、智能家居、智能出行等科技潮品。

新业态新场景涌现

新业态新模式的场景,能够更好激发和满足人们多元化、差异化的消费需求,以消费增量带动经济发展。北京深入推进“人工智能+消费”,增加人工智能手机和电脑、智能穿戴、智能机器人等新一代智能终端产品有效供给;推动人工智能、虚拟现实、超高清等技术 with 商业、教育、医疗、文化、旅游、体育等领域融合应用,创建智慧商圈、智慧商店;引导即时零售、直播电商等规范健康发展。

北京大力发展首发经济,支持整合商业

空间、文旅地标、体育场馆、展会平台等资源,推出集品牌展示、首发首秀、体验消费于一体的首发空间,打造全球首发中心;集聚国内外知名消费品牌,吸引高能级首店落地,鼓励首发首展首秀首映;便利首发新品进口,推动本土原创IP孵化与联合开发。

“夜经济”作为近年来城市商业发展的新引擎,北京有序布局“夜京城”特色地标、打卡地和生活圈;培育深夜食堂特色餐饮街区,推出夜间精品演出剧目、夜场沉浸式展览;运用现代光影与数字技术,推进街景装饰、夜间标识、灯光设施等配套设施建设,举办光影艺术节、灯会、灯光秀活动。

多层次消费中心推进

在商业消费空间布局上,《规划》提出,北京建设四大城市活力片区,以东部大运河、西部“两园一河”、南部南中轴、北部奥林匹克中心区为重点,推动消费业态融合。东部片区统筹滨水岸线空间与文化、体育、商业等功能融合,开发滨水经济;西部片区加强首钢园与园博园消费场景联动,形成跨区“艺术+非遗文创+时尚潮玩”的新型年轻消费空间;南部片区统筹推动国家博物馆文化园、中国歌剧舞剧院等国家级重大文化设施选址建设;北部

片区突出赛事演艺、历史文化、商务会展优势,形成国际赛演消费极、历史文化体验极、商务会展服务极、奥森公园休闲极。

从国际消费体验区建设看,北京深入推进“CBD×三里屯”“王府井×西单×前门”“环球影城×大运河”“丽泽×首都商务新区”建设。CBD×三里屯持续推进北京SKP、国贸商城等打造高能级全球首发中心;王府井打造国际首发品牌集聚区,西单建设国潮时尚活力商圈,前门打造“老字号+国潮”传统文化消费体验区;环球影城×大运河着力培育滨水和特色主题消费,做强环球影城和副中心文旅区IP经济;丽泽建成城市航站楼,推进华润丽泽万象城等重点项目,首都商务新区高水平规划建设大红门站TOD综合配套服务区。

消费环境持续优化

为保障国际消费中心城市建设,《规划》中指出,北京需要增强国际航空枢纽的洲际连接能力和全球辐射能力,稳固发展欧洲、北美通道,持续优化加密国际航线网络;用好单方面免签、互免签证、240小时过境免签等政策,推动外籍人员出入境、停居留更便捷;积极拓展“航空+消费+文旅”融合新场景。

为了加强入境消费便利化,北京持续优化重点区域外币兑换和外卡受理服务,优化“外卡内绑”操作流程,加大“畅游游”“幂方卡”等产品推广力度;完善交通枢纽、旅游景区、星级酒店、大型商业设施等场所多语种标识。

消费安全与营商环境方面,北京强化对体育健身、美容美发、餐饮服务、非学科类校外培训等重点行业领域预付费消费资金监管;畅通消费者维权渠道,创新消费纠纷多元化化解模式;综合整治“内卷式”竞争,做好消费新业态新模式新场景管理;积极吸引全球知名商贸企业、消费品牌企业在京设立总部,培育一批“小而精”“小而美”的消费企业。

根据《规划》,到2035年,北京在全球消费市场的集聚带动能力、资源配置能力、创新引领能力持续增强,北京国际消费中心城市的全球影响力、竞争力、美誉度持续提高,成为高水平对外开放和高质量发展的重要窗口。

北京商报记者 刘卓澜
图片来源:视觉中国

X 西街观察 Xijie observation

市场波动常有,座谈贵在常态

董亮

10月10日,证监会召开资本市场和金融形势专家座谈会,与部分上市公司负责人、证券基金机构专家深入交流,就当前资本市场和金融形势充分听取意见建议。

近年来,证监会陆续召开了多场座谈会,面对面倾听一线参与主体声音的同时,也向市场传达监管的重点和维护市场稳定的决心,这种常态化的座谈会已经成为一种监管层与市场参与主体之间的良性互动。

近期,A股市场出现阶段性波动,座谈会在此时召开,市场的关注度比平时要高得多。“高质量发展的态势不会改变,对经济运行和资本市场充满信心”,与会人士在座谈会上的表态,对于提振市场信心大有裨益。

A股市场投资者结构特殊,中小投资者占比较高,面对波动市场情绪更为敏感,甚至可能出现谣言扩散、情绪踩踏的现象。而常态化的座谈会机制,则能够及时地为股民吃下定心丸,降低在市场波动期内沟通缺位的风险。

不过,召开座谈会的最大意义并不是一时性地抚慰市场情绪。行情波动是资本市场的常态,监管层意在通过常态化的座谈,和资本市场各方建立一种稳定的沟通机制,更加清晰地传达监管预期。

证监会召开座谈会已经常态化。从近年来历次座谈会受邀参会人员情况来看,涉及投资者、上市公司、投资机构、中介机构、行业专家、私募、外资等多类市场主体,意味着资本市场生态链上的每一个环

节参与者都获得了当面发声的机会。

不同于单次、临时性的政策沟通,监管层全覆盖、常态化地询问于资本市场各类核心参与主体,短期行情的涨涨跌跌不是其核心关注点,更多是深入市场一线了解真实的痛点,为资本市场长期稳定发展未雨绸缪。

事实上,常态化座谈的最大意义,是通过监管层与市场参与主体之间的良性互动,持续打磨资本市场的长效生态。

一方面,在座谈会上,市场各参与主体能说、敢说,另一方面,监管层想听、能听得进。这种双向沟通的价值,远远超出了短期行情刺激的层面。

监管层通过一次次常态化座谈,广纳良言、精准施策,让政策调整更有依据;各类市场主体坦诚建言,主动融入市场治理。

常态化的座谈,能让监管层跳出数据报表,更加真实地掌握市场一线的堵点难点。同时也让上市公司、投资者等市场参与主体更加清晰地理解监管理念,有效破除信息壁垒,减少市场非理性猜疑。

随着政策有的放矢,红利效应会不断释放,市场各方的获得感会更足,市场信心也会更强,进而强化资本市场穿越市场周期的底气。

市场波动是常态,这一点不会因为开了多少场座谈会而改变。但座谈会的常态化,有助于资本市场形成一种“监管倾听市场、市场赋能发展”的良性循环。



全景呈现红军征程 《伟大的长征》首播收视登顶

10月9日晚,由《觉醒年代》原班人马打造的重大的革命题材电视剧《伟大的长征》登陆央视一套黄金档。开播仅一小时即拿下全网收视第一,口碑同步爆发。观众以“重剑无锋,大巧不工,匠心独运,大音希声”16字点评予以概括,被业内称为近年来长征题材的又一现象级力作。

《伟大的长征》最令人震撼之处,在于它首次将长征题材从既往的“一条线”叙事拓展为“一张网”的全景呈现。作品以中央红军长征为主线,全景开展红一、红二、红四方面军及红二十五军等多路红军的征程,并将北上抗日先遣队、南方游击队、陕北红军等革命脉络尽数纳入叙事。时间跨度跳出长征题材常见时间区间,以1934年1月至1937年1月为时代背景,完整覆盖从被迫战略转移、落脚陕北,到开启抗战新局面的全过程。

这种叙事结构的意义不止于“讲得更全”,而是让观众看见一个更接近历史本相的长征:它并非一次事先规划的战略转移,而是一群人在极端被动的困境之中,不断调整方向、反复研判抉择的艰难求索。剧集开篇,于和伟饰演的毛泽东仁立在瑞金红军烈士纪念馆旁,为孩童穿好草鞋,听孩子朗声念出“踏着先烈血迹前进”的细节,便以“一个领袖与一个孩子”的具体瞬间,克制而扎心地道出了苏区面临的严峻形势与个人的情感波动。前四集围绕博古、李德军事指挥与第五次反“围剿”的路线之争展开,战场与博弈互为映照,将长征何以发生的来龙去脉剖



析得淋漓尽致。

在影视行业普遍追求效率、绿幕与AI生成的当下,《伟大的长征》选择了一条看似“不划算”的路。主创团队先后3次重走长征路,查阅整理史料3000多万字,历经6稿剧本打磨,70多万字,前期拍摄457天。大到建筑格局,小到标语与军装补丁均经严谨考据;战争场面爆破烟尘全部实拍,以此成就史诗性镜头语言与东方诗意美学的融合质感。

为贴近长征时期毛泽东消瘦的状态,演员于和伟减重15斤,并潜心揣摩人物神态与细节,一出场便触动人心。正如导演张永新所说:“演技磨出来的神似会带动形似。”曹磊为饰演周恩来蓄须一年、减重还原带病行军的真实状态;王劲松、何政军、翟小兴、万茜、郭广平、朱刚日尧等分别塑

造蒋介石、朱德、彭德怀、贺子珍、刘伯承、博古等角色,个个传神。全剧更以“以人带史”贯穿,叙事视角覆盖领袖、高级将领与普通战士多个层次,让观众既看到决策层的激烈博弈,也看到小人物安安静静却戳人的画面。

《伟大的长征》值得称道的,不仅在于拍得“全”,更在于拍得“真”——不只是事实层面的真,更是体验层面的真。当观众暂时放下对结局的预知,重新走进那些前路未卜的时刻,长征便从历史知识转化为可感知的精神力量。正如该剧总制片人刘国华所言:“长征这段历史不只是尘封的过往,更是照亮当下的精神坐标,每一代人都要有属于自己的长征。”

北京商报记者 卢扬 沈心语
图片来源:片方供图