

北京市市场监管局扎实开展“百家电商平台点亮”行动

提高政治站位,突出统筹协调

北京市市场监管局深入学习领会完善平台经济治理,推动平台经济高质量发展的重要意义,结合北京市平台经济治理水平和企业发展实际,按照“市级直接部署推进”的工作思路,确保“百家电商平台点亮”行动(以下简称“点亮”行动)及时、准确落地,取得实效。成立由主管局领导任组长、24个部门为成员单位的专项工作组,加强市、区两级协调联动;印发《北京市市场监督管理局落实总局“百家电商平台点亮”行动工作方案》,细化行动进度安排和具体要求,明确时间表、路线图。

加强分析梳理,突出精准规范

北京市市场监管局指导平台企业根据“点亮”行动要求,通过全国12315平台、北京市12345市民热线平台、总局网

北京市市场监管局认真贯彻落实习近平总书记关于推动平台经济规范健康持续发展的重要指示批示精神,根据市场监管总局《关于开展“百家电商平台点亮”行动的通知》要求,积极引导督促在京平台企业落实“亮照、亮证、亮规则”,进一步提升平台合规水平,激发平台创新基因和发展活力,助力中小微市场主体数字化转型,促进平台经济规范健康发展。

注重科学评估,务求取得实效

对照平台企业自查报告,北京市市、区两级市场监管部门协同联动对平台落实情况进行评估。同时加强技术筛查比对,一方面,依托上半年企业报送的平台内经营者身份信息数据,开展亮证亮照情况抽查比对;另一方面,组织第三方监测机构对平台内经营者“点亮”情况进行更大范围抽查,发挥科学评估作用。“点亮”行动开展以来,在京头部平台企业“亮照、亮证、亮规则”取得实质成效。京东、美团为落实在

App端首页首屏公示平台资质和规则要求,率先创新实现App端首页弹窗显示平台证照资质和规则,消费者可随时点击查看营业执照、许可证和备案凭证、平台规则及规则修订等内容,更好地保障消费者的知情权和选择权。抖音电商设置平台服务协议和交易规则历史版本展示专区,内置协议和规则下载功能,修改服务协议和交易规则前征求意见并公示;减少查看平台内经营者资质证照跳转步骤,核验品牌商标注册证或经销商品品牌授权书,并为品牌店铺提供展示品牌证明文书渠道。京东配合北京市市场监管局大力推行电子营业执照,现已有2.2万商家完成申领及亮照;积极落实“点亮”行动要求,梳理各类证照200余种、规则300余项,新增展示经营者资质信息183条,平均每日巡检24万余商家。美团自“点亮”行动以来共梳理美团规则中心200多项规则,新增和修改规则20多项,新增和修改时都在规则中心对外公示。

(北京市市场监管局网络交易监督管理处)

“4+29+80+N”消费空间结构出炉

北京打造兼具“烟火气”与“国际化”消费中心城市

本报讯 刘卓润 胡静蓉 从小到大,不同类别的商业空间规划都有了新方向。近日,北京市商务局公示《北京市商业消费空间布局专项规划(草案)》(以下简称《专项规划》)中提出,北京市将构建“国际消费体验区、城市消费中心、地区活力消费圈和社区便民生活圈”四级商业消费空间结构,服务市民公众多层次消费需求。北京市商务局指出,通过谋划全市商业消费空间发展目标、层级体系与空间布局,从而增强商业消费空间综合竞争力,推动全市商业消费空间高质量、可持续发展。

满足多层次消费需求

在加速完善北京老商圈、促进商业提质升级的步伐之下,北京为推动国际消费中心城市再出新招。近日,由北京市规划和自然资源委员会、北京市商务局共同组织编制的《专项规划》明确了商业消费空间中长期发展的总体目标。到2025年,北京要构建起层次结构清晰、空间布局高效、功能业态完善、空间品质宜人的商业消费空间体系,初步建成便民优质的社区消费网络,有效拉动经济增长,促进城市高质量发展。

《专项规划》提出,北京构建“四级两类多维”的商业消费空间体系。即国际消费体验区、城市消费中心、地区活力消费圈和社区便民生活圈的四级商业消费空间结构,和划分更新提升型和新增培育型两种商业消费聚集区类型。

与之相对应的是,北京市提出了“4+29+80+N”的总体空间布局,包含4片国际消费体验区、29个城市消费中心、80个地区活力消费圈及结合街道、社区建设若干个社区便民生活圈。其中,按照《专项规划》,北京将整体塑造王府井×西单×前门、CBD×三里屯、环球影城×大运河、丽泽×首都商务新

区4片国际消费体验区。这些区域将以面向全球、辐射全国、引领京津冀为目标,服务国际超广域和国内广域消费人群,坚持消费国际化与在地性并重,着力打造具有全球竞争力、影响力和美誉度的国际消费名片。

北京市商务局表示,到2035年,北京整体形成国际消费有魅力、城市消费有实力、地区消费有活力、社区消费高便利的全市商业消费空间新格局,充分展现首都风范、中华风尚与时代风情,助力首都政治中心、文化中心、国际交往中心、科技创新中心的功能实现。

培育差异化商圈消费

实际上,为了建设成为“中国潮”“国际范”与“烟火气”共融共生的国际消费中心示范城市,北京已经做了众多努力。

2021年7月,国务院批准北京等五个城市率先开展国际消费中心城市培育建设。一年来,北京新落地近1300家首店,国际品牌占比近15%,孵化新消费品牌超50个。同时,2022全球首发节已于9月6日开启,“国潮老字号”“文创新消费”“数字高科技”“运动快时尚”四大领域全球首发中心加速布局。

笔者在走访中看到,北京各大商圈近两年内加速了首店、首发、商业项目改造的进程。以王府井为例,商圈内的王府中環今年以来引入了BVLGARI宝格丽、Cartier卡地亚、HUBLOT宇舶表、端木良锦、AHKAH、TASSELS等品牌精品店;东安市场引入了超过600个以上国际一线奢侈品牌、独立设计师品牌和高街潮牌;东方新天地在过去一年多的时间内就引入了20余家茶饮、咖啡门店。同时,随着王府井步行街北延以及地铁8号线的全线通车,北京的本地客流也都纷纷回到这条历史悠久的商业街。

在城市消费中心的建设过程中,传统商场、老牌百货的转型亦是重要的一环。北京针对此提出了“试点先行”“一店一策”的方式对传统商场进行升级改造。截至目前,北京已经打造了一批地标性消费项目,22个传统商圈和20个传统商场完成升级改造。据介绍,29个城市消费中心,包括17个更新提升型和12个新增培育型,深度融合多样化城市功能,承载全市综合性、高能级商业活动。

除此之外,在建设若干个社区便民生活圈上,北京也取得了不菲的成绩。2022年7月,北京市商务局出台《加快建设一刻钟便民生活圈促进生活服务业转型升级的若干措施》提到,到2025年,全市实现一刻钟便民生活圈全覆盖,形成多元化、多样化、覆盖城乡的生活服务体系。目前,北京基本便民商业网点超9万个,已实现全市社区基本便民商业服务功能全覆盖。立足2022年,北京将精准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。

分级管理加大合力

针对城市商业发展的不同,划分不同级别是十分必要的。北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳指出,随着城市空间格局、居民结构的变化,需要遵循不同的规律对商业消费空间的布局进行规划,为商业的发展方向进行引导。

北京市商务局副局长郭文杰曾在“美好生活·2022国际消费全球”上表示,居民消费和商业经营模式都在发生深刻转型,数字消费、健康消费、绿色消费、体验消费等升级趋势势不可挡,融合经济、实时零售、社交化购物等新模式迅速兴起。

“北京全力拓展消费空间载体支撑,

推出全市商业消费空间布局专项规划,分级打造国际级、城市级、地区级商圈和一刻钟便民生活圈。其中,北京要发挥首都国际机场、大兴国际机场‘双枢纽’优势,打造国际消费桥头堡,加快跨境电商综合试验区建设,深化医药产品进口、免税保税相衔接等试点工作,支持海外仓、保税仓发展。”郭文杰指出。

根据规划分层级、分需求发展,能满足不同人群的消费需求。赖阳认为,不同的商圈层级有不同的功能与作用,根据商业发展的特点进行细分,能够科学管理、优化布局,从而有利于整个商圈的整体提升,助力国际消费中心城市的建设。同时,打造国际级消费中心城市,北京实际上有着超广域影响力,所以国际级既要满足本地消费人群又要在国际上有足够的消费竞争力。

全联房地产商会商业地产工作委员会会长王永平对上述观点表示了认同,他指出,规划对于城市商业的发展作用重大。王永平表示,“商业的发展与所处位置、周边人口、客群购买力有密切的关系。打造高端商业,要考虑周边人群有没有相应的购买力;如果要打造整体的商圈,各个商场之间则要考虑有没有天桥、地下通道相连接”。

王永平认为,这为商业的发展提供了新的可能性,规划对于“存量”部分进行分级,突出了不同层级的发展重点。值得注意的是,对于地区活力消费圈中“新增培育型”商业的消费中心建设,在具体操作中应明确新增商业的定位。王永平表示,“增量所带来的效果并不一定是好的,如果新增商业项目引入后,与该区域原有项目同质化,可能会形成恶性竞争的局面”。

“对于城市格局的变迁进行实时修订,根据现代消费趋势引进各个层级相应的业态,四级空间融合发展,是对于商业发展方向的引导,能够避免城市空间的无序。”赖阳表示。