“十四五”时期丰台区促进消费提档

升级规划

二〇二一年十二月

目 录

**[一、“十三五”时期消费市场发展基础 - 1 -](#_Toc31777)**

[（一）主要成效 - 1 -](#_Toc29130)

[1.消费规模稳步增长，经济拉动作用增强 - 1 -](#_Toc15471)

[2.消费设施持续扩容，空间承载能力提升 - 1 -](#_Toc28302)

[3.消费需求活力强劲，市场潜力加速释放 - 1 -](#_Toc9014)

[4.消费业态创新升级，引领带动效应明显 - 2 -](#_Toc24738)

[5.消费环境改善优化，服务品质不断提升 - 2 -](#_Toc8422)

[（二）存在问题 - 3 -](#_Toc5747)

[1.商品消费增速波动大，市场增长空间有待挖掘 - 3 -](#_Toc29421)

[2.消费结构“倒挂”明显，特色服务消费有待培育 - 4 -](#_Toc17805)

[3.商业品牌化程度偏低，优质消费供给有待扩大 - 4 -](#_Toc30518)

[4.大型高端商业设施少，区域均衡布局有待优化 - 5 -](#_Toc142)

**[二、新时期消费升级面临机遇与挑战 - 6 -](#_Toc30910)**

[（一）新要求与新机遇 - 6 -](#_Toc17905)

[1.开放发展格局下国际消费升级部署加快 - 6 -](#_Toc9665)

[2.城市功能定位下消费市场层级显著提高 - 6 -](#_Toc13831)

[3.新兴技术应用下消费供给市场扩容升级 - 7 -](#_Toc9284)

[4.居民结构升级下消费需求能力总体向好 - 7 -](#_Toc12753)

[（二）面临的主要挑战 - 8 -](#_Toc8205)

**[三、“十四五”时期消费升级总体要求 - 9 -](#_Toc29086)**

[（一）总体思路 - 9 -](#_Toc17740)

[（二）主要目标 - 11 -](#_Toc22932)

**[四、扩大优质商品消费供给能力 - 12 -](#_Toc30070)**

[（一）加快高端商业品牌集聚 - 12 -](#_Toc17297)

[（二）释放老字号品牌新活力 - 13 -](#_Toc12332)

[（三）培育特色生活消费品牌 - 14 -](#_Toc28936)

[（四）拓展消费品牌供给渠道 - 14 -](#_Toc14368)

[（五）完善物流配送网络体系 - 15 -](#_Toc11456)

**[五、做大特色融合服务消费规模 - 15 -](#_Toc31830)**

[（一）强化四大特色服务消费品牌 - 16 -](#_Toc9126)

[1.打造汽车主题消费链条 - 16 -](#_Toc20528)

[2.做大交通服务消费规模 - 17 -](#_Toc29967)

[3.激发信息服务消费动能 - 17 -](#_Toc4396)

[4.拓展教育服务消费市场 - 18 -](#_Toc15896)

[（二）培育四大潜力服务消费市场 - 18 -](#_Toc3900)

[1.彰显文化融合消费特色 - 18 -](#_Toc16652)

[2.培育健康养老消费优势 - 19 -](#_Toc29974)

[3.塑造休闲旅游消费品牌 - 20 -](#_Toc4344)

[4.丰富体育休闲消费供给 - 21 -](#_Toc6143)

**[六、培育新兴消费服务业态模式 - 22 -](#_Toc10962)**

[（一）加强“体验消费”布局 - 22 -](#_Toc4818)

[（二）释放“在线消费”活力 - 23 -](#_Toc28891)

[（三）提升“夜间消费”特色 - 23 -](#_Toc28242)

[（四）营造“智慧消费”环境 - 24 -](#_Toc26892)

**[七、加强消费空间资源整合升级 - 25 -](#_Toc30606)**

[（一）聚焦丽泽、南中轴大红门，打造两大国际时尚消费新地标 - 25 -](#_Toc17240)

[（二）激活新发地、花乡花卉、丰台站与河西地区特色资源，培育四大标志性特色消费中心 - 27 -](#_Toc6142)

[（三）加快活力中心特色升级，形成N个区域性消费节点 - 29 -](#_Toc22575)

**[八、规划实施保障 - 31 -](#_Toc27295)**

[（一）建立消费升级统筹机制 - 31 -](#_Toc20984)

[（二）完善消费升级政策支持 - 31 -](#_Toc14561)

[（三）加强消费项目引进培育 - 32 -](#_Toc634)

[（四）强化消费市场引导促进 - 32 -](#_Toc24464)

[（五）优化消费经营服务环境 - 33 -](#_Toc15118)

一、“十三五”时期消费市场发展基础

**（一）主要成效**

**1.消费规模稳步增长，经济拉动作用增强**

“十三五”时期，全区消费市场平稳运行，消费规模持续扩大，总消费额突破2000亿元，对经济发展的基础性作用显著提升。从内部结构看，社会消费品零售额年均增速2.2%，呈现稳步发展态势；服务消费年均增速2.8%，其中医疗保健、交通和通信等服务消费领域保持快速增长，消费需求活力强劲。

**2.消费设施持续扩容，空间承载能力提升**

“十三五”以来，随着城南地区崛起和区域位势提升，一批中高端商业设施和主体相继落地，有力支撑消费供给扩大和市场升级。全区已建成商业服务建筑面积559万平米，其中10万平方米以上的商业综合体有6家，5万-10万平米的有3家，永旺梦乐城、花乡奥莱村、万达广场等品牌项目加快聚集，基本形成以丽泽、科技园区、马家堡、方庄等为代表的重点商圈。万丰餐饮街纳入北京市第二批“深夜食堂”特色餐饮街区，方庄餐饮街、镇国寺北街等特色街区影响力提升，传统商业设施改造升级有序推进，消费集聚带动效益明显。

**3.消费需求活力强劲，市场潜力加速释放**

随着经济中高速增长和居民收入水平提高，全区消费需求基本保持稳定，市场活力和潜力持续释放。2020年，全区人均可支配收入66799元，同比2016年增长30%，居民消费能力不断提升。2020年，全区人均消费支出38472元，“十三五”时期年均增速2.4%，蕴藏着较大的消费增长空间。消费品质化、多元化特征明显，人均医疗保健支出4348元，交通和通信支出3977元，位居各消费支出领域的前列。

图1 “十三五”时期丰台区人均消费支出增长情况（元）

**4.消费业态创新升级，引领带动效应明显**

顺应消费需求升级和供给结构调整，全区消费新业态、新模式快速发展，对消费增长的引领带动作用显著。2020年，全区实现网络零售额329.7亿元，同比增长37.7%。引进盒马鲜生、七鲜、美团买菜、无人便利店等一批新零售业态，设立智能售菜机、智能售餐机等一批智能零售设施，消费智慧化、便利化水平提升。首家“夜间动物园”亮相南宫，方庄入选首批“夜京城”生活圈，夜间经济活力释放，消费市场的集聚性提升。

**5.消费环境改善优化，服务品质不断提升**

“十三五”以来，全区围绕民生消费热点，大力改善软硬件配套设施，提升消费服务品质，营造安心、放心的消费环境。全区共有便民商业网点4263个，千人网点数2.1个，千人网点面积508平方米，网点连锁化率达45.5%。草桥镇国寺北街被评为中心城区首个“生活性服务业示范街区”和全国首个“15分钟便民示范商圈”，怡海社区商业街成功创建丰台区第二个市级生活性服务业示范街区，便民消费品质显著提高。成功创建食品安全示范区，重点食品和药品检测合格率、阳光餐饮工程覆盖率均达到市级标准。

**（二）存在问题**

**1.商品消费增速波动大，市场增长空间有待挖掘**

受市场供给、居民需求、品牌培育等多重因素影响，全区商品消费规模增速波动较为明显，且整体上呈现持续下降趋势，消

图2 2011-2020年丰台区社会消费品零售额增速情况

费增长动能有待培育。受新冠疫情影响，2020年，全区实现社会消费品零售额1318.9亿元，同比下降9.9%。从商品消费类别情况看，位居规模首位的汽车消费持续低迷，2020年同比下降23.1%，成为下拉全区社会消费品零售额最主要的因素。随着统计口径范围的调整，长期具有规模优势的中西药品消费规模大幅减少，区域商品消费可持续增长任务艰巨。

**2.消费结构“倒挂”明显，特色服务消费有待培育**

“十三五”时期，全区总消费市场规模持续扩大，但内部结构有待优化，服务消费占比较低，与全市消费结构相比存在明显的“倒挂”现象。2020年，全区服务消费占总消费市场的比重为40.6%，低于全市平均水平5.4个百分点，与海淀、西城、东城差距较大。2016-2020年服务消费年均增长2.8%，低于总消费和

图3 “十三五”时期丰台区消费市场内部结构情况

商品消费增长速度，且占总消费比重呈现下滑态势，区域丰富的文化、生态、旅游等资源优势尚未转化为消费增长支撑，主题化、特色化的服务消费业态有待培育，服务消费潜力有待挖掘。

**3.商业品牌化程度偏低，优质消费供给有待扩大**

全区商业经营主体规模普遍偏小，连锁化、品牌化、专业化水平较低，高端优质消费供给不足，对周边乃至更大区域消费市场的集聚性有待提升。以零售、住宿、餐饮等领域的国内品牌为主，国际一线奢侈品牌仍处于空白，首店、旗舰店、体验店等新兴业态培育不足，具有知名度和影响力的餐厅布局较少。平台型消费供给主体较少，与海淀、朝阳拥有多家生鲜、文娱、教育、医疗消费独角兽企业相比，缺乏具有资源集成效应的大型商业平台。

**4.大型高端商业设施少，区域均衡布局有待优化**

全区已形成较为完善的消费空间格局，但载体规模总量依然偏小，人均商业营业面积1.81平米，略低于全市平均水平，与中心城区差距明显。高端大型商业空间较少，营业面积1万平方

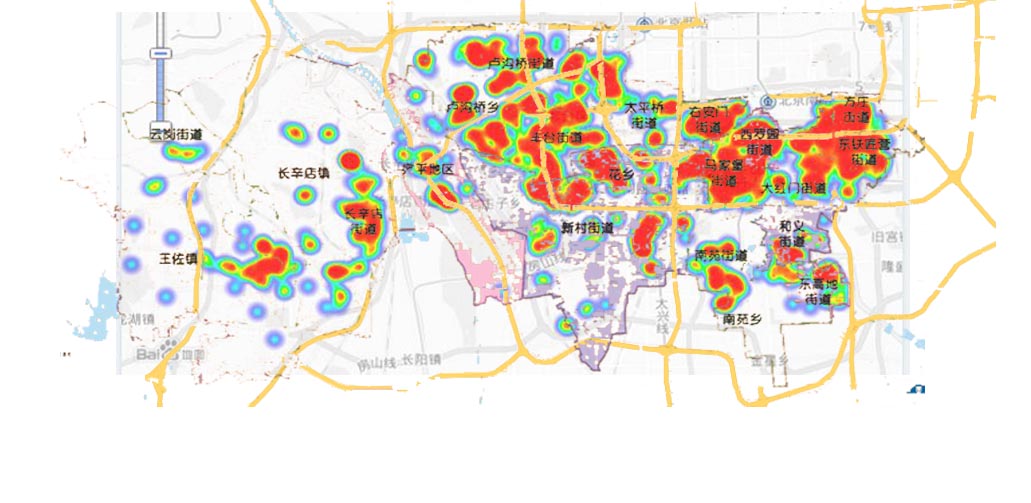


图4 全区生活性服务业网点分布热力图

米以上的商业设施36家，占全市总量的比重仅有10%，消费业态同质化程度较高，面临较大的优化升级压力。空间分布“东密西疏”特征明显，大型商业设施主要集聚在三环、四环沿线区域，便民服务网点布局差异性较大，南部地区、河西地区较为薄弱，虽与人口规模关系密切，但均衡化程度也有待提升。

二、新时期消费升级面临机遇与挑战

**（一）新要求与新机遇**

**1.开放发展格局下国际消费升级部署加快**

十九届五中全会明确提出，要加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，加快消费升级、释放内需潜力是重要发力方向。紧抓“两区”建设的开放机遇，“十四五”时期北京将全面部署国际消费中心城市培育建设，持续深化消费供给侧改革和需求侧管理，优化消费结构，提升消费质量，拓展消费场景，打通国际国内大循环的各环节，打造新发展格局的战略枢纽。随着京津冀协同、城南战略布局、南中轴地区建设等重大部署落地，丰台区将迎来更高能级开放创新的关键时期，为消费国际化、高端化发展带来新的机遇和条件。新的形势下，消费升级要从供需两端发力，扩大有效供给，培育新消费需求，激发区域消费潜力，吸引国际消费回流，为加快融入新发展格局、推动经济高质量发展提供支撑。

**2.城市功能定位下消费市场层级显著提高**

《北京城市总体规划（2016年-2035年）》既明确了丰台建设“首都高品质生活服务供给的重要保障区”的功能定位，也确定了丰台在新一轮城市空间结构中的战略位势，这是新时期全区消费提档升级的根本遵循。新定位蕴含着全新的发展契机，更加突出“首都”的概念，突出“高品质”的要求，也就意味着丰台在全市消费市场网络中的层级要进一步提升。“十四五”时期，要重点落实好“首都服务使命”，站在保障城市安全运行与生活服务的全局高度，扩大服务供给，满足消费需求，全力提升首都“四个服务”能力和水平。同时，也要把握南北城均衡发展的契机，推动城市活力中心建设，优化消费布局，提升消费品质，吸引京南地区消费集聚，成为首都南部重要的区域性商业中心和国际消费节点。

**3.新兴技术应用下消费供给市场扩容升级**

目前，以大数据、云计算、人工智能等为代表的新兴技术蓬勃发展和深度应用，极大地推动消费供给模式创新，深刻改变着居民消费方式。特别是受全球新冠肺炎疫情影响，以5G典型应用为代表的新型消费模式快速发展，在线娱乐、云直播等在线消费占据主导地位，促进消费回补和释放新兴消费潜力。“十四五”时期，要紧抓供给侧结构性改革契机，引导大型商圈、商业设施、市场主体智慧化升级，推动线上线下互动融合，布局特色消费场景，有效提升消费体验，构建具有辐射和引领性的智慧消费生态。同时，要以新技术应用和商业模式创新加速消费方式变革，培育和引进新兴消费业态，做大“在线经济”“到家经济”“非接触式经济”等品牌，引领首都消费市场扩容和新兴消费升级。

**4.居民结构升级下消费需求能力总体向好**

实践表明，消费人群结构是消费市场的基础，具有稳定收入和较高消费倾向的中等收入群体是引领消费升级的中坚力量，受教育水平较高和乐于尝试新鲜事物的“80后”“90后”“零零后”是扩大新兴消费的主力。《丰台区2019年国民经济和社会发展统计公报》指出，2019年末丰台区15-64岁中青年人群占比78.7%，位于中心城区第二位，高于全市平均水平，消费需求基础较好。“十四五”时期，是丰台区高精尖产业培育发展的关键时期，也是丽泽金融商务区、首都商务新区建设的重要阶段，亚洲最大的铁路交通枢纽丰台火车站和丽泽城市航站楼建成，区域消费人群结构将发生显著变化，金融类、商务类、科技类等高收入群体比例大幅提升，年轻化、高知化特征越来越突出，将改变过去以本地居住人口为核心的消费格局，带动全区消费规模扩大和消费结构升级，为新时期消费高质量发展创造条件。

**（二）面临的主要挑战**

当前及今后一段时期，国内外消费市场环境将发生新的变化，全区消费升级在迎来重要机遇的同时，也面临着较大的压力和挑战。**一是全球疫情影响下消费升级不确定性增加。**受新冠肺炎疫情影响，国际贸易双重压力凸显，全球供应链受到严重冲击，消费品进出口波动性较大，进口商品价格和供应存在不稳定性风险。**二是商业空间资源升级利用面临约束较多。**从现实情况看，全区商业经营设施即将进入大面积改造升级的集中期，但受规划调整、产权结构、资金投入等诸多因素影响，部分大型商业空间改造进度慢甚至长期处于低水平经营状态，特别是大量的疏解腾退空间由于缺乏统一的规划部署，整合利用难度较大。**三是区域外部社会认知改变提升需要时间。**受历史以来的区域定位影响，全区服务保障首都城市运行的功能较为突出，批发市场、火车站、客运站密集，基础设施、生态环境、公共服务领域的短板明显，城市综合配套品质偏低，外部社会对丰台的认知度不高，对高端商业资源、消费人群的吸引力有待提升。**四是高端商业资源竞争加剧消费分流。**在全市消费升级的战略引导下，各区都将消费作为新时期经济高质量发展的重要抓手，纷纷加强规划和政策部署，推动大型商业项目落地，特别是周边区域高端商业集聚态势越来越突出，形成较明显的市场引流效应，对全区消费升级发展带来一定的挑战。

三、“十四五”时期消费升级总体要求

**（一）总体思路**

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中、六中全会精神，紧紧围绕新发展格局构建、“两区”建设、国际消费中心城市培育建设等重大战略部署，充分研判新冠疫情带来的消费模式变革机遇和市场不确定性挑战，统筹好国际与国内、供给与需求、传统与新型、规模与品质、政府与市场“五大关系”，以建设首都高品质生活服务供给的重要保障区为抓手，突出“国际化、特色化、智慧化、融合化”导向，挖掘区域消费资源优势，着力打造“流量型消费、枢纽型消费、链条式消费、品质化消费”四大消费主线，统筹推进“消费供给、消费空间、消费生态”三大升级任务，激发潜在消费市场活力，扩大周边消费市场辐射，打造京南国际消费新中心、首都特色消费新地标，为全区开放发展、创新发展、高质量发展注入新动能。

**突出人群聚合，释放流量型消费潜力。**充分挖掘三大火车站和丽泽城市航站楼的大客流基础，分析不同类型、不同层次流动人群的消费特征，加强匹配性消费业态和功能布局，留住更多的外来消费人群，形成强大的消费引流和截流效应，培育形成新的消费增量。

**突出资源整合，提升国际化消费能级。**依托独特的消费供给市场基础和资源优势，锻长板、补弱项，加快国际消费品牌集聚，强化品质消费服务功能，培育具有全球影响力的国际化商圈、文化活动和体育赛事，增强国际消费的知名度、便利度、活跃度，成为京南国际消费的重要节点。

**突出业态融合，培育链条式消费品牌。**整合利用文化、健康、生态、汽车等特色资源，以构建“大消费”生态圈为导向，加强河东河西统筹联动布局，推动重点消费领域产品融合、渠道融合和市场融合，集中打造“品质生活、健康养生、文化体验”特色消费链，提高消费关联度和黏性。

**突出供需结合，提升品质化消费环境。**顺应居民消费升级新趋势和新需求，以改善消费体验为根本，坚持“补短板、强弱项、促提升”，推动传统商业设施和空间改造升级，优化交通、生态、金融等消费服务环境，提高重点行业、重点区域市场经营秩序，提高消费获得感。

**（二）主要目标**

通过五年的规划实施，到2025年全区消费市场扩容升级，消费结构日益优化，消费环境持续改善，消费品牌显著提升，整体迈向品质化、高端化、数字化新阶段，成为北京国际消费中心城市培育建设的重点区域。

**消费市场繁荣活跃。**总消费规模持续扩大，消费对经济发展的基础性作用显著增强。优质商品消费市场升级，社会消费品零售额增速保持稳步增长，在区域经济发展中的基础性作用提升。服务消费引领作用突出，新兴消费热点纷呈，辐射集聚效应明显。

**消费供给持续优化。**首都高品质生活服务供给保障体系日益完善，新业态、新模式、新场景、新零售快速发展，体验消费、夜间消费品牌影响力提升。“智能+”消费全面升级，在线文娱、在线医疗、无接触配送等在线消费经济规模扩大，引领全市消费升级新方式。

**消费空间扩容升级。**持续推进传统商场“一店一策”升级改造，推动重大新建和改建商业项目建设，力争建成一批适应居民消费新变化的城乡便民消费服务中心，2-3个能够集聚消费人流和引领消费时尚的高品位特色商圈、示范街区，集中打造1-2个多业态、全链条、主题突出的京南消费地标，支撑消费升级的平台和设施体系更加巩固。

**消费服务品质提升。**消费促进体制机制日益完善，市场经营秩序持续优化，消费舒适度、商务诚信度、消费安全度显著提升，成为首都品质消费的示范引领。智能化、场景化的消费体验环境逐步形成，多层次、便利化的城乡物流配送网络基本建成，交通、金融、信息、法治等消费配套服务支撑有力，消费市场活力进一步释放。

四、扩大优质商品消费供给能力

以高端化、品牌化、品质化为导向，把握消费升级新趋势、新需求，加快引进国内外知名品牌，扩大新兴品牌消费供给，激活老字号消费品牌活力，拓展消费品牌供给渠道，完善物流配送服务网络，构建多元化、高层次商品消费供给体系，打造首都南部优质商品消费集聚地。

**（一）加快高端商业品牌集聚**

立足区域消费资源和市场基础，引进20家左右国际一线品牌，落地200家左右特色首店品牌，扩大对周边乃至全市前沿消费、国际消费、高端消费的辐射带动力。依托重点商圈改造和重大商业项目建设，瞄准高奢、箱包、珠宝等领域，加强与国际品牌集成运营商对接，引进一批高级品牌体验店、品牌买手店，提升区域国际品牌供给能级。用足用好市级品牌首店扶持政策，支持大型商业综合体引进特色品牌的中国首店、北京首店、区域首店，推动向5G体验馆、OLED体验厅、8K体验中心等数字化首店升级，积极举办全球新品首发活动，做大做强“首店经济”和“首发经济”品牌影响力。以品牌聚合力和消费感知度提升为导向，支持大型购物中心引入1-2个品牌集合店，聚集潮流服饰、创意手工、主题餐饮等经营类别，打造多层次、多风格、多场景的综合型概念消费体系，构筑城市“超级流量中心”。强化“全民健身”概念，加大3D/4D馆、虚拟体验馆、攀岩俱乐部、射击俱乐部等新兴运动娱乐品牌布局，培育发展“运动娱乐经济”，激发商业消费市场新活力。

**（二）释放老字号品牌新活力**

挖掘整合全区老字号、非遗等传统文化资源，培育产业化、品牌化消费模式，推动文化底蕴与商业消费的深度融合，打造1-2个“丰台印象”消费品牌。加强庆福斋等老字号品牌保护及技艺传承利用，支持拓展直营零售、网络分销及线上团购等多元化营销模式，鼓励以跨界融合、创新技术应用等方式培育新业态，激发老字号品牌活力。发挥“三站一楼”交通枢纽优势，规划建设中华老字号集成店或展示区，积极引进吴裕泰、狗不理、六味斋、女儿红等知名老字号品牌，完善线下实体体验店、线上购物商城等立体化布局，面向国际市场展示和推广中华文化魅力。做好怪村太平鼓、卢沟桥传说等非遗项目保护传承，推动非遗元素与文化创意产业深度融合，打造一批具有丰台底蕴的非遗文创产品、文博衍生品。支持大型商业设施设立“老字号·非遗课堂”、老字号快闪市集、传统文化体验专区，创新开展非遗购物节、国潮文创购物节，丰富老字号品牌消费内容。

**（三）培育特色生活消费品牌**

放大全区花卉、家居、农产品等特色市场资源优势，扩大高品质消费供给，创新多样化运营服务，培育2-3个具有丰台特色的生活消费品牌。依托花乡花卉数字经济产业示范园区建设，完善花卉交易、休闲体验、展览展示等功能布局，集中培育1-2个龙头经营主体，探索发展花卉衍生精品、花卉文化艺术、花卉主题餐厅等新型业态，力争成为消费市场升级的亮点和名片。紧密结合整装、全屋定制等家居业态发展趋势，推动传统家居建材市场转型升级，更新前端营销方式、打通后端供应链、强化柔性生产能力，打造1-2个全景式家居超级体验店。顺应居民生活消费升级需求，持续强化新发地、岳各庄等农产品批发市场的高品质供给能力，探索多样化的连锁终端营销模式，满足定制需求、品质需求，扩大农产品消费品牌影响力。

**（四）拓展消费品牌供给渠道**

发挥大型商业综合体的空间和品牌优势，积极对接大型采购平台和供给商，推动2-3个跨境电商体验店、跨境保税生活馆等实体门店落地，主动发掘境外优质产品，拓展多元进口供应渠道。依托丽泽城市航站楼建设，积极申请设立市内进口商品免税店、保税店、退税店，引入美妆、香水、手表饰品等商品种类，逐步实现“不出境即可买遍全球”。挖掘利用丰台站、丽泽航站楼等交通枢纽的流量优势，支持在周边区域开设1-2个国别商品馆、国际商品直营中心，有效实现“零距离”全球购。顺应新时期全区消费人群年轻化、高知化特点，支持品牌商业主体培育高素质买手团队，成立服装、箱包、珠宝等领域的买手联盟，探索“国内外新兴品牌+原创设计师品牌+资深买手团队”的定制化消费模式，建立精准化时尚品牌营销传播方式，增强全球优质商品配置能力。

**（五）完善物流配送网络体系**

落实北京市物流规划部署，围绕消费升级和物流多元化需求，积极推动物流中心、配送中心、末端网点建设，创新发展新兴配送模式，构建“枢纽+通道+网络”的多层次物流体系。推动新发地、五里店等物流节点仓储设施智能化升级，支持物联网感知技术、大数据技术在仓储单元的应用，实现仓储设施与货物的实时跟踪、网络化管理以及库存信息的高度共享，打造1-2个智能仓储物流中心。支持农产品直供企业发展全冷链物流，推动在大型商业综合体、农贸市场、社区消费中心布设公共冷柜，提升生鲜农产品配送效率。完善智能物流末端配送体系，支持京东、顺丰、菜鸟等龙头企业在社区建立物流服务站、安装智能自提柜，推动智能快递柜与生鲜投递柜、无人货柜等末端设施功能优化整合，打通物流配送“最后一公里”。大力推广无接触配送模式，鼓励大型超市和电商平台开展“安心送”，引入无人机、末端配送机器人、智能快递无人车等新型设施，提高精准投递服务。

五、做大特色融合服务消费规模

紧抓产业融合发展和居民消费升级双重机遇，以特色化、链条化、协同化为导向，扩大融合型、高品质服务消费供给，创新服务业态和模式，集中培育四大百亿级服务消费市场，充分激发四大特色服务消费活力，力争打造成为多业态融合、多场景覆盖、多客群共享的京南服务消费引力场。

**（一）强化四大特色服务消费品牌**

**1.打造汽车主题消费链条**

充分整合全区汽车零售市场基础，以链条化为导向，重点提升河东地区汽车交易、展示、发布功能，完善河西地区驾驶体验、主题赛事、创意消费业态布局，打造百亿级的汽车服务消费中心。加快推动花乡二手车市场升级改造，完善高端二手车展览展示、竞拍、租赁等功能，引导具备条件的传统4S店向新零售体验店转型，布局模型展示、新车驾驶等智能体验场景，带动金融、保险、精品装饰等衍生消费服务，做大二手车服务消费品牌。依托北京汽车博物馆的空间和品牌优势，联合国内外顶尖汽车品牌，举办全球新车发布、概念车首发、限量版展示等特色活动，拓展未来驾驶、车体设计、汽车文化等体验功能，提升汽车消费品牌影响力。发挥京西驾校的行业平台作用，统筹周边交通、生态和用地条件，推动发展卡丁车、沙滩车、汽车影院、儿童汽车乐园等休闲消费业态，力争引入全国性乃至国际性的汽车主题赛事，组织各类专业交流和活动，培育汽车创意消费品牌。挖掘河西地区生态资源优势，推动规划建设以林地、丘陵为主题的汽车营地、房车营地，配套符合生态保护要求的户外餐饮、移动休憩设施，努力打造集育教、休闲、娱乐、体验为一体的汽车文化消费基地。

**2.做大交通服务消费规模**

围绕建设“高水平综合对外交通枢纽”的功能定位，以“三站一楼”为功能性支点，加快推动丰台火车站、丽泽城市航站楼建设，打造现代化智能综合交通枢纽，营造便捷、舒适、安全的交通出行服务体系。发挥首都公路发展集团、公共交通控股等大型交通运输企业的资源带动效应，加快集聚一批铁路、公路、地铁等行业上下游关联企业、配套机构、服务平台，拓展基于移动互联网、大数据、车联网等信息技术的新兴智能交通服务。推动站城融合发展，完善交通站点周边商业、休闲、生态、文化等复合功能布局，构建与流动人群需求相符合的大消费业态体系，改变传统单一的交通枢纽功能，带动区域消费结构调整和消费市场扩大，为全区消费提档升级提供动力支撑。

**3.激发信息服务消费动能**

落实全市信息消费发展部署，开展区级促进信息消费升级行动计划，至少规划建设3家信息消费体验中心，加强互联网、物联网、区块链、“5G+4K”等新技术消费应用，建立覆盖实体店、电子商务、移动端和社交媒体的全渠道营销新体系。加快超高清视频推广应用，扩大4K超高清用户群体范围，打造一批4K超高清示范社区和体验门店，拓展衍生多屏互动、VR/AR直播、视频社交等新型视频业务形态，实现超高清及各种应用的快捷入户。优化拓展智能终端设备消费网络，支持大型商业综合体布局线上线下一体化的智能终端体验店，扩大可穿戴设备、服务机器人、消费级无人机、人工智能设备等新型终端供给，推动消费类电子产品迭代升级。推广应用智能家居，推动家居市场转型升级，加大新一代智能影音图文信息设备、智能电视、智能音响等产品供给，推广精细化“产品+服务”模式，培育1-2个智能化家居产品和服务品牌，打造信息服务消费新增长点。

**4.拓展教育服务消费市场**

落实国家教育信息化2.0行动计划，鼓励5G、大数据、区块链等新技术在教育领域的应用，吸引优质互联网企业、教育机构和平台参与全区数字化教育建设，提供“AI+教育”智能化产品和创新解决方案。以艺术类、成人考试类、专业技术类等领域为重点，引导专业化、规范化的民办教育培训机构发展，持续加强培训机构专项治理。加强与品牌国际学校对接，高标准推进北京十二中联合总校丽泽国际学校建设，以改扩建、新建或更名的形式新增1-2所区级国际学校，支持一批中外合作办学项目，提升国际教育服务能力和水平。依托丰台职业教育中心学校等优质主体资源，支持开展职业教育国际交流与合作，建设高技能人才和企业员工培养培训基地，以产教融合释放教育消费新活力。规划建设特色国际高端教育集聚区，集聚国内外高端教育资源，实现全年龄一站式的教育服务，打造集国际学校、教育培训、高端居住、品质生活等多功能于一体的教育新高地。

**（二）培育四大潜力服务消费市场**

**1.彰显文化融合消费特色**

挖掘全区“一轴一带、三区十景”文化资源基础，以文化景观引领文化体验，带动主题文化消费和文化价值传播，塑造独具魅力的特色文化消费格局。以莲花池-金中都、南中轴-南苑、卢沟桥-宛平城-长辛店三大文化板块为重点，统筹整合老旧厂房、腾退空间、老旧建筑资源，推动博物馆、艺术馆、展览馆等载体布局，规划打造1-2个集展示、体验、娱乐、科普等复合功能的大型文化消费项目，建设专业化运营的文化特色街区、文化特色小镇，释放文化消费的辐射力和集聚力。依托区内特色文创园区和文化场馆设施，引导运营主体加强空间改造升级，重点引进和培育文化传播、电竞游戏、时尚艺术、创意设计等新兴文化消费业态，布局实体书店、小众书坊、主题影院，深度推广“家庭书房”阅读计划，形成1-2个文化消费新增长点。整合中国戏曲学院、中国评剧院、北京京剧院、北京市曲剧团等专业戏曲院校（团）资源，加强戏曲演出与现代音乐、话剧表演等艺术形式的融合创新，做大做强中国戏曲文化周消费品牌，不断提升戏曲文化传播力、影响力。

**2.培育健康养老消费优势**

发挥大健康产业基础和生态休闲资源，推进中医药健康服务创新发展，培育医养结合、居家养老等特色服务品牌，壮大健康养老消费规模。围绕国家中医药综合改革试验区创建，推动在河西地区发展以中医文化为主题的健康养老社区，支持建设中医主题酒店、药用植物园、药膳食疗馆等一批中医药特色康养项目，构建中医药健康服务消费链条。整合区内优质医疗服务资源，推动综合性医院重点专科、特色诊室建设，规划建设国际医疗服务区，引进一批具有国际水准的眼科、口腔、妇产、儿科等专科医疗机构，提升区域医疗服务消费供给品质。积极引入知名健康管理机构，推动私人体检中心、私家医师、健康会所等高端业态发展，满足不同类型健康服务消费需求。做大“智慧家医”服务品牌，推广“喘息服务”试点项目，推动养老照料中心、社区养老服务驿站建设，拓展文化养老、健康养老、居家养老等新型服务消费，培育新型医养结合服务模式。

**3.塑造休闲旅游消费品牌**

发挥规划引领和资金引导作用，加强旅游与文化要素融合，打造旅游消费新产品、新业态，力争成为北京世界旅游名城建设的重要支撑。以文彰旅，以旅促文，集中打造以南苑皇家苑囿-莲花池-金中都遗址公园-长辛店古镇为代表的古都古镇文化，以南苑革命遗迹群-卢沟桥-宛平城-二七厂为代表的红色文化，以中华航天博物馆-中国运载火箭技术研究院为代表的航天文化等主题文化旅游品牌。以永定河文化带建设为统领，加强河东河西资源统筹，以自驾、亲子、休闲为主题，串联园博园、世界公园、世界花卉大观园、南宫旅游景区、北宫国家森林公园、青龙湖公园等重点景区，策划园林生态、温泉养生、山地体验等3-5条休闲旅游线路，延长吃住游购娱消费链条。挖掘河西地区生态资源优势，推动具有乡村气息和田园风光的郊野公园、休闲农场、养生度假村建设，筹划打造一批原生态文化古村落，大力引进和培育农业休闲、农事体验、农业采摘、农业科普等特色农业观光项目，提升乡村旅游的价值和魅力，打造北京民俗民情的重要标志与形象符号。

**4.丰富体育休闲消费供给**

以功能化、多样化、特色化为导向，拓展体育休闲设施空间，培育新兴体育消费业态，形成覆盖不同年龄、不同层次人群的体育消费供给网络。依托大型商业设施和商务配套空间，引进健身、游泳、瑜伽、台球、羽乒、武术等共享消费业态，吸引知名体育品牌体验店、户外用品旗舰店布局，扩大高品质体育产品和服务供给。持续推广“绿·动”融合模式，充分利用疏解腾退空间、城市公园等场所，因地制宜建设特色活动空间、专项活动场地和健身设施，鼓励国有企业和高校体育场馆面向社会开放，力争实现“一刻钟健身圈”全覆盖。全力保障二七机车公司国家冰雪运动训练科研基地按期投入使用，引进具有国内外影响力的冰雪赛事，持续举办冰雪品牌活动，营造冬奥体育消费氛围。积极创建“北京市全民健身示范街道”和“北京市体育特色乡镇”，着力推动“三大球”青训基地落户，完善重点区域足球场、篮球场、羽毛球场等多功能场地和建设，以全民健身带动体育消费。利用丰台体育中心、北京园博园等大型户外体育空间及河西生态资源，引进1-2个国内外知名的体育品牌赛事，规划打造规模适度的绿色骑行环廊，布局林间赛道、设施竞技、低碳出行等主题休闲项目，培育群众体育和竞技体育市场。

六、培育新兴消费服务业态模式

充分发挥市场的决定性作用，加快培育适应新消费需求的新产品、新模式、新业态，强化新兴技术对传统商业的赋能升级，完善智慧商业设施布局，构建“智能+”消费生态体系，打造京南乃至全市消费新热点的“竞技场”。

**（一）加强“体验消费”布局**

挖掘区域家居、汽车、中医药等市场基础和资源优势，突出文化体验、创意体验、休闲体验主题，集中培育一批特色消费体验馆、超级体验中心，完善“数字化”“个性化”与“开放创新”的沉浸式体验服务。准确把握消费体验式、智能化升级需求，大力引进无人超市、无人商店、无人餐厅等新零售业态，植入VR试衣间、智能结付、自助点餐等基于不同场景的个性化互动体验，培育体验消费新模式。引入“商业+社交”的运营理念，支持大型商业设施、老旧商业空间改造智慧人本、有社群情感连接的特色消费场景，引入模型手办店、生活概念店、跨界书店、创意酒吧等主题IP化的体验式消费业态，策划举办读书会、好书分享会等社交型活动，营造全景式消费环境。挖掘亲子经济消费潜力，支持大型商业综合体引入亲子教育、亲子餐厅、亲子娱乐、亲子手工坊等新兴体验业态，打造“吃喝玩乐游娱购学”全方位需求聚合的消费场景。瞄准圈层消费时代特征，鼓励特色商业空间举办非遗展、动漫展、摄影展、艺术展，吸引具有共同兴趣、爱好和价值观的人群集聚，催生关联性体验消费需求。

**（二）释放“在线消费”活力**

加强新一代信息技术与文化传媒、医疗、物流等行业融合，引进和培育线上线下交互式应用体验项目，发展在线诊疗、在线文娱、在线健身等新兴消费业态，引领在线消费经济新潮流。依托人民银行数字货币研究所，争取扩大商超连锁、电商平台、品牌首店等数字货币应用场景布局，培育数字消费新业态、新模式，激发数字消费新动能释放。以满足消费者需求为中心，鼓励知名商业品牌拓展面向小社群的垂直传播、众筹消费、圈层消费等线上消费渠道，培育“云逛街”“云生活”“云海淘”等新业态，打造全方位、全天候特色在线消费品牌。探索“直播+内容+电商”的营销新模式，推动建立新零售直播电商基地，加强美工摄影、推广联营、供应链管理、品牌孵化等资源配套，打造直播新零售集群。鼓励区内有条件的大型零售主体开发线上商城，延伸构建“线上下单+线下体验+智能配送”的一体化服务闭环体系，探索“社区团购+集中配送”“中央厨房+线下配送”等在线消费模式，提升营销精准化、智能化、自动化水平，拓展消费升级新空间。

**（三）提升“夜间消费”特色**

深化落实丰台区关于进一步繁荣夜间经济促进消费增长的措施，瞄准商务消费、生活便利、休闲购物、快捷活力等不同类型，集中打造1-2个夜经济商圈，形成夜间经济2.0版发展格局。探索开展“特色消费区域”试点，积极创建“深夜食堂”特色餐饮街区，培育1-2个集合娱乐、餐饮、休闲、体育等业态的“夜间集市”。打响文化夜经济品牌，支持世界公园、世界花卉大观园、中国园林博物馆、北京汽车博物馆丰富科普、展览、定制体验等夜间消费内容，引进1-2家具有全市影响力的“深夜书房”，策划拓展“戏剧长夜”消费链条，打造北京夜间文化消费地标。整合购物、餐饮、娱乐、休闲等消费资源，设计季节性夜购、夜食、夜娱、夜游、夜跑等主题消费线路，支持举办夜生活节、购物不眠夜、博物馆奇妙夜、深夜健身等夜消费活动，辐射带动周边地区消费集聚。大力发展社区夜经济，完善大型社区周边微型电影院及24小时便利店、健身房、书坊布局，引入亲子型、生活化的夜间消费业态，培育特色公共文化活动，提升夜生活品质。

**（四）营造“智慧消费”环境**

坚持硬件设施改造和软件服务提升相结合，以智能化、便利化为导向，建立多层次的智慧消费服务网络，激发区域消费活力。实施智慧商店增补计划，优化无人零售店、24小时无人值守货柜等智慧终端布局，支持运用智能门禁、身份识别、大数据会员、智能后台等前沿技术，实现智慧备货、智慧物流、智慧决策顺利衔接。实施智慧街区提升计划，推动传统商业街数字化升级，完善智能安全监控、智能灯光、智能停车等配套设施，打造1-2条5G应用示范街区。实施智慧商圈打造计划，以丽泽金融商务区、中关村科技园区丰台园为重点，率先开展人工智能、物联网、大数据、智能机器人等新技术新产品应用，加强科技对消费场景、经营管理、物流仓储、消费者行为分析等重点环节的支撑作用。依托全区“新基建”规划布局，支持率先实现三站一楼、重点旅游景区等枢纽节点的5G网络全覆盖，集中打造1-2个高速网络接入、高清视频监控、AR/VR等应用场景试点。推动“智能+”“科技+”消费升级，支持中国评剧院、北京京剧院、世界公园、北宫国家森林公园等品牌消费项目开发官网、微信公众号、微信小程序，完善在线预约购票、热点项目推荐、营销推广等便利化消费功能。

七、加强消费空间资源整合升级

坚持落实市级部署与彰显丰台特色相结合，统筹活力中心建设、首都高品质生活服务供给保障区建设与消费升级部署，聚焦国际、国内、京内、区内四类群体需求，坚持分类打造、个性推进原则，构筑“2+4+N”全域消费新格局。

**（一）聚焦丽泽、南中轴大红门，打造两大国际时尚消费新地标**

发挥丽泽金融商务区、南中轴大红门地区交通区位和高品质空间增量优势，引入一批高端消费品牌和文化休闲时尚元素，形成商业设施高端化、业态品牌时尚化、消费体验多元化的“磁场”效应，打造服务全市、辐射京外境外的两大国际时尚消费引领区。

**1.建设丽泽高能级国际时尚消费引领区。**坚持国际化、高端化、时尚化导向，丰富商业时尚品牌和文化休闲消费供给，吸引科技、金融企业落户，构建与丽泽金融商务区产业发展相适应的新型消费体系，培育以“数字+商务”为特色的数字体验消费圈，打造北京南部核心商业中心和国际重要消费地标。紧跟国际时尚消费潮流，引进一批国内外知名品牌首店、旗舰店，探索以消费者需求为核心导向的精准服务和定制服务，打造高端品牌荟聚、模式引领的时尚消费新中心。推动龙湖天街、丽泽天地等商业设施高质量运营，丰富商业业态，引入一批特色实体书店，培育更多“网红打卡地”，营造体验型、开放式街区格局。结合金融商务发展需求，主动承办国内外知名会议、专业论坛和小型展会，自主培育数字金融特色展会品牌，强化会议会展与商业设施、特色街区、文艺场馆的一体化协同联动，释放会展经济带动效应。推进丽泽现代文化艺术中心规划建设，支持举办一批具有国内外重大影响力的文化艺术活动，提升丽泽文化艺术气息和国内国际影响力。加快推进丽泽城市航站楼建设，统筹地上地下一体化综合开发，完善高端商业、文化休闲、商务配套、娱乐体验等多元功能，打造复合型“立体城市活力中心”。培育免税消费业态，争取布局市内免税店，支持符合条件的商业品牌积极争取离境退税“即买即退”试点商店，优化离境退税自助终端布局，提升离境退税服务便利度。

**2.培育南中轴大红门高品质国际商务消费样板区。**发挥南中轴地区的区位优势，谋划大红门地区规划建设，推动功能重塑、产业升级和品质提升，打造城市更新样板。加紧业态转型，坚定有序推动服装批发市场腾退转型。积极引入首都城市功能，加速科技、文化、商务等产业要素集聚。发展现代商圈，借鉴服装批发市场转型体验式消费商业综合体成功经验，引进品牌运营商建设城市商业综合体，重点发展多业态融合的消费空间载体，规划建设大红门御道商业区，吸引国际品牌、创新业态入驻，发展特色消费新场景，提高消费热度和区域活力。承接国家级博物馆等重大公共文化设施布局，积极承办艺术博览、文艺演出等活动，打造大国首都文化展示窗口。提升区域环境品质，加快推进凉水河河道改造，统筹规划建设东西两岸滨河景观带，依托福海文化公园和大红门艺术公园建设，打造南中轴绿廊公共空间。突出融合发展，坚持传统文化与现代艺术交相辉映，布局商业、文化、博览等多元高端消费业态，提升文化博览、国际商务等功能体系，建设具有世界影响力的国际商务消费中心。

**（二）激活新发地、花乡花卉、丰台站与河西地区特色资源，培育四大标志性特色消费中心**

围绕新时期丰台功能定位，深挖历史底蕴，激活特色资源，聚焦新发地农产品供应、花乡花卉升级、丰台站站城一体和河西生态休闲四大区域消费主题，培育具有丰台标志的区域性特色消费中心。

**1.推动新发地转型升级。**发挥新发地地区现有传统农产品交易优势，优化市场基础设施，升级现代企业管理方式与电子交易模式，完善信息化管理水平。构建农产品现代流通体系，完善农产品检验检测与食品安全追溯，确保首都农产品市场充足安全供应和价格基本稳定。提升市场设施和管理现代化水平，实现用地减量、高效发展，统筹调整、协调区域内的新发地、北水嘉伦和农产品中央批发市场的用地和功能分工，充分利用现有空间，优化集约布局。提高商户户均经营规模，降低经营商户数量，实现减人减车和用地规模适度降低。推进新发地市场设施规划建设和硬件升级工作，推动蔬菜交易楼、十二万吨冷库等设施规划和实施，将新发地市场建设成为集“农产品供应保障中心、城市配送平台、电子商务平台、展示展销平台、价格指数平台、安全检测平台”为一体的现代化农产品智慧园区。

**2.打造“魅力花乡”花卉消费新名片。**推动花卉特色产业活力中心、花卉文化智慧园区、花卉数字经济产业园区建设，完善花卉交易、生态教育、展览展示功能，培育文化艺术、主题餐厅、创意体验等新型业态，打造“魅力花乡”都市生活消费新名片。坚持“互联网+”发展理念，搭建标准化的线上花卉交易服务平台，完善供需对接、电子交易、信息咨询、金融服务等复合功能，促进花卉交易模式升级。支持有条件的龙头企业，引入新技术新模式，提升品种开发、产地对接、方案设计、花艺布置、花卉保障等综合服务能力，因地制宜布局一批特色零售花店，开展“线上+线下”一体化经营，培育具有行业美誉度和影响力的平台型服务集成供应商。全力做好首都重大活动服务保障，深耕“一带一路”及国际花卉服务市场，实现供给保障品质和效率“双提升”。

**3.高标准推进丰台站“站城一体化”。**配合丰台站工程建设进程，强化“站城一体化”设计理念，统筹推进丰台站地区整体规划与开发建设，结合商务群体、居住人群的消费需求特征，加强品牌商业、特色餐饮、文化娱乐、酒店住宿等消费业态布局，打造陆上交通港、消费新地标。加强站区周边商业设施规划布局，建设1-2个集写字楼、购物中心、星级酒店、城市广场于一体的旗舰型城市综合体项目，实现城市空间“上下延展”、消费空间“7×24”不打烊，打造“站城一体、产城融合”TOD商业样板。鼓励优质社会资本参与丰台站周边商业配套项目建设，提升精准化、精细化消费服务能力，构建以站区为中心的立体服务圈层与共享服务网络，放大丰台站对区域消费拉动效应。

**4.打造河西都市休闲“后花园”。**以推动城乡均衡消费、补齐河西商业设施短板为导向，提升社区商业设施网络服务品质，落实街区商业生态配置指标要求，优化河西地区居住集中区域消费空间。加快王佐南宫区域城市活力中心建设，布局一批中高端商业设施，增加品牌性、品质型商业消费供给。推动文商旅联动，打造以园博园为核心的都市休闲消费圈、以南宫-青龙湖-千灵山为核心的生态旅游消费圈。整合区内汽车资源基础，完善河西地区驾驶体验、主题赛事、创意消费等业态布局，加强与河东地区汽车交易、展示、发布等功能联动，打造汽车主题消费链条。

**（三）加快活力中心特色升级，形成N个区域性消费节点**

坚持特色培育与品质升级相结合，统筹活力中心建设与消费升级部署，立足活力中心资源条件与发展需求，构建“N”个活力型消费节点，带动提升全域品质消费升级。

**1.强化特色活力中心品质消费引领。**结合各活力中心空间规划和商业资源条件，按照“一中心一主题”理念，做好境外、京外、区外以及周边居民等消费对象和服务群体画像，分级分类推动活力中心建设，集中打造具有全市影响力和辐射力的活力消费地标。发挥中关村丰台园科技创新、产业发展和消费群体优势，加强新基建布局，促进数字经济发展，支持丰科万达、丰台创新中心、永旺梦乐城、汽车博物馆等设施数字化、智慧化升级，率先布局一批全景式、沉浸式的智慧消费体验项目和应用场景，以多元消费场景和城市场景开放带动培育一批数字技术企业和数字型服务主体，探索数字经济发展与消费协同升级的新模式。支持草桥-花卉大观园、花乡奥莱、马家堡等活力中心发挥交通串联优势，做响“花文化”和高品质休闲品牌，凸显花卉消费、品牌+折扣、文化休闲消费特色，联合策划一批花卉嘉年华、主题消费节等活动，培育面向全市的“一站式”高品质活力消费商圈。支持西铁营、方庄、宋家庄等活力中心，加快重点商业设施改造升级，引进文化、体育、娱乐等多元消费业态，注入国际、时尚、智慧、人文元素，提升景观、公共空间体验感，向消费体验中心、休闲娱乐中心、文化时尚中心升级，形成服务本地、辐射京南的区域性品质消费中心。

**2.打造一批特色消费“网红打卡地”。**以方庄餐饮街、千禧商业街等为重点，加强新零售体验、新品潮品首发等新兴消费业态布局，引进国内外美食品牌50家以上，培育3-5条有特色、有活力的主题餐饮街区。支持可利用的疏解腾退空间改造升级为特色商业空间，引进“IP化”商旅文融合型业态，拓展公共休闲和体验场景，打造1-2个具有区域特色和文化底蕴的消费打卡地。鼓励大型商业综合体、文创园区、休闲场所挖掘文化价值，彰显个性特色，引入沉浸式、体验式消费业态，培育10个网红消费打卡地。支持花乡奥莱、北京汽车博物馆、世界花卉大观园、世界公园等区域，立足各自特色资源，培育10个“夜间集市”“夜间文娱消费打卡地”，打响京南夜间消费品牌。

八、规划实施保障

**[（一）建立消费升级统筹机制](#_Toc54684160)**

落实国家和北京市促进消费升级部署，加强顶层设计，建立全区总消费促进工作机制，由区级领导牵头，各相关部门共同参与，理清发展思路，把握关键环节，细化工作措施，强化责任落实。结合规划部署和区级实际，聚焦商品消费提档升级、服务消费提质扩容、新消费孕育成长等重点任务，加强信息共享、平台搭建、业态培育、行业监管等方面统筹协调，及时解决发展中遇到的重大问题。加强部门协同和街镇联动，及时对各项消费升级工作部署的落实及重点事项的进展情况进行督促检查，形成一级抓一级、层层抓落实的工作格局，确保各项要求落到实处、见到成效。

**[（二）完善消费升级政策支持](#_Toc54684161)**

积极对接市级相关部门，争取文化、体育、健康、养老、教育以及商圈改造、夜间经济、首店经济等促消费政策支持，切实发挥政策引导效应。研究制定全区促进消费升级的专项政策，加大财政资金支持力度，对具有消费引领作用的重大项目、活动平台、新兴业态给予优先支持，强化对消费升级的政策支撑。研究首都高品质生活服务供给的重要保障区建设措施，针对符合首都居民消费升级的重点保障任务，推动高品质供给主体集聚发展，全面提升消费供给能力水平。

**[（三）加强消费项目引进培育](#_Toc54684162)**

充分利用区域招商平台和资源，将商业项目纳入全区统一的招商工作机制，对接知名商业地产运营商，引进符合辖区定位要求的大型综合体、特色商业项目，提升消费市场集聚度和吸引力。落实首都高品质生活服务供给重要保障区的建设定位，积极争取市级对文化、生态、交通、生活等重大功能性项目支持，在用地、审批等方面给予适当倾斜，争取重点保障项目纳入全市“一会三函”试点。整合全区腾退疏解空间、集体经营性建设用地，探索优先用于生活性服务设施和基本民生消费保障项目落地，并协助办理相关建设手续，做好全过程服务支撑。

**（四）强化消费市场引导促进**

加强全区消费活动的年度统筹，积极引入高水平第三方运营机构，打响约惠丰台消费季品牌，提升美食嘉年华、汽车盛惠节等促消费品牌，策划推出一批网红打卡活动。坚持政商企多元主体合作，联合商业企业、电商平台、金融机构等，开展各类促消费活动，促进消费回补和潜力释放。推动数字人民币场景应用，举办数字货币消费体验活动。实施农村消费升级行动计划，推动“品牌商品、品质消费”进农村，引导商场、超市、品牌店渠道下沉，开设零售网点，发展连锁化经营，激发农村消费需求活力。

**[（五）优化消费经营服务环境](#_Toc54684163)**

全面推动营商环境改革任务实施，优化促消费活动备案和审批流程，支持“特色消费区域”等消费形式创新，为各类商业市场主体提供法治公平的经营环境。聚焦重点商圈、社区消费中心、特色商业街区，大力完善交通、道路、生态等消费配套设施以及智慧消费服务体系，推进无障碍设施和服务环境建设，创造安心、放心、贴心的消费服务环境。完善全过程消费质量安全追溯体系，严厉打击各类违法销售行为，在大型商业综合体、重点商圈、景区等建立消费维权精品调解室，定期开展面向消费者和经营者的消费教育引导活动，营造规范有序、和谐诚信的消费市场环境。