



北京市哲学社会科学规划项目
北京市教育委员会专项资助

下

北京市哲学社会科学 研究基地成果选编

2011

beijingshizhexueshehuikexue
yanjiujidichengguoxuanbian

北京市哲学社会科学规划办公室
北京市教育委员会
北京市哲学社会科学研究基地

编



首都师范大学出版社
CAPITAL NORMAL UNIVERSITY PRESS



北京市哲学社会科学规划项目
北京市教育委员会专项资助

北京市哲学社会科学 研究基地成果选编 2011



beijingshizhexueshehuikexue
yanjiujidichengguoxuanbian

北京市哲学社会科学规划办公室
北京市教育委员会
北京市哲学社会科学研究基地

编



首都师范大学出版社
CAPITAL NORMAL UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

北京市哲学社会科学研究基地成果选编. 2011/北京市哲学社会科学规划办公室, 北京市教育委员会, 北京市哲学社会科学研究基地编. —北京: 首都师范大学出版社, 2011. 5

ISBN 978-7-5656-0360-0

I. ①北… II. ①北… ②北… ③北… III. ①哲学社会科学—科技成果—汇编—北京市—2011 IV. ①C121

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 075913 号

BEIJINGSHI ZHEXUE SHEHUI KEXUE YANJIU JIDI CHENGGUO XUANBIAN
2011(XIA)

北京市哲学社会科学研究基地成果选编 2011(下)

北京市哲学社会科学规划办公室

北京市教育委员会

编

北京市哲学社会科学研究基地

首都师范大学出版社出版发行

地 址 北京西三环北路 105 号

邮 编 100048

电 话 68418523(总编室) 68982468(发行部)

网 址 www.cnupn.com.cn

三河市富华印装厂 印刷

全国新华书店发行

版 次 2011 年 5 月第 1 版

印 次 2011 年 5 月第 1 次印刷

开 本 787mm × 1092mm 1/16

印 张 26.75

字 数 484 千

定 价 110.00 元(全二册)

版权所有 违者必究

如有质量问题 请与出版社联系退换

目 录

首都流通业研究基地（北京工商大学）

基于“世界城市”目标的北京国际商贸中心城市建设	/3
竞争与互补：大宗商品电子市场和期货市场内生关系的动态分析	
——基于白糖现货价格、远期价格和期货价格演进的实证分析	
.....	/14

首都卫生管理与政策研究基地（首都医科大学）

村卫生室医疗卫生服务现状的卫生政治学分析	
——北京市 H 区村卫生室实地观察个案研究	/33
以有效控制费用为目标的医疗服务预付费方式的选择研究	/44

北京对外交流与外事管理研究基地（外交学院）

主体间认知差异与中国的外交决策	/63
奥运会与北京国际化：理解中国与国际体系的互动	/69

法治政府研究基地（中国政法大学）

突发事件应对的问责制研究	/87
论行政规划中的损失补偿制度	/98

北京社区研究基地（北京市社会科学院）

多元服务 复合共治	
——中国社区建设解放模式的思考	/109
现代化与社区社会资本重建	/119

北京市基层思想文化建设研究基地

(北京市思想政治工作研究会)

北京市国有企业员工心理疏导工作调研报告 /129

思想政治工作的价值转型 /139

北京决策研究基地 (首都社会经济发展研究所)

交通拥堵难题该怎样破解

——治理北京城市交通拥堵对策研究 /147

关于加强社区工作者职业培训的建议 /156

北京人口发展研究中心 (中共北京市委党校)

北京市城乡独生子女生育意愿比较的社会学分析 /165

首都流动人口聚居区形成与变动分析

——基于人类生态学理论的启示 /177

北京市政治文明建设研究中心 (北京联合大学)

重温邓小平关于政治体制改革的论述 /193

北京马克思主义理论研究与传播基地

(北京市社会科学院) /205

论新中国 60 年建设改革和发展的主线 /207

北京社会主义核心价值体系建设路径研究 /214

北京市经济社会数据分析与监测评价研究基地

(北京市统计局、国家统计局北京调查总队)

北京建设世界城市监测评价体系研究 /223

马克思主义研究基地 (中国人民大学)

我们为什么需要马克思主义? /241

北京能源发展研究基地 (华北电力大学)

北京市低碳绿色发展与能源结构调整 /255

燃油消费税调整及其政策影响调查报告

——以北京市为例 /264

北京新农村建设研究基地（北京农学院）

北京市农村专业技术协会的发展现状及对策研究 /281

北京都市型现代农业发展趋势研究 /289

北京市知识管理研究基地（北京信息科技大学）

高校知识创新体系中产学研的博弈模式研究

——以联合开发方式为例 /305

企业知识管理绩效评价模型研究 /318

北京社会建设研究基地（中国人民大学）

世界城市人口调控的政策措施及启示 /343

首都国际文化研究基地（北京语言大学）

国学宗旨与道德文章传统

——新世纪“国学”主体自觉的实践课题 /353

西方主流媒体“上海世博”报道研究 /365

北京世界城市研究基地（北京市社会科学院）

建设世界城市的战略思维 /379

北京建设世界城市的战略问题研究 /384

首都高校党建研究基地（北京航空航天大学）

探索提高干部队伍建设科学化水平的有效途径 /397

高校学习型学生党支部建设与政治理论学习 /403

首都大学生思想政治教育研究基地（北京交通大学）

社会主义核心价值体系几个深层次问题探析 /413



首都流通业研究基地
(北京工商大学)

基地名称：首都流通业研究基地

依托单位：北京工商大学

项目类别：北京市科技创新平台项目

基于“世界城市”目标的 北京国际商贸中心城市建设^①

北京城自古以来就是一个商业城市，超过 3000 年的建城史和 850 年的建都史，积淀了发达的商脉和深厚的商业文化底蕴。尤其是明清以来，随着政治中心地位的强化和人口的迅速增加，万商云集，各地精品无不荟萃于此，北京成为中国北方的贸易枢纽和商业重镇。

新中国成立以来，北京作为世界著名古都和全国的政治文化中心，经过 60 年的建设，已经成为基础设施优越、服务业比较优势突出、经济社会文化繁荣的现代国际城市。《北京市土地利用总体规划（2006—2020 年）》提出建设“世界城市”的目标，北京成功举办奥运会后，在建设“人文北京、科技北京、绿色北京”的科学发展思路基础上，提出建设“北京国际商贸中心城市”，这是一个宏伟的战略构想。从各个方面的条件看，笔者认为北京建设国际商贸中心城市，具有可能性和可行性。

一、北京建设国际商贸中心城市的可能性

目前，国内明确提出建设类似国际贸易中心的城市和地区，主要有上海和“深港地区”。

上海在提出建设国际金融中心、国际航运中心基础上，去年提出建立国际贸易中心，明确落点在大虹桥地区和浦东。上海建设国际贸易中心具有得天独厚的条件。从金融市场看，2008 年，上海证券交易所股票市值 14253.5 亿美元；上海期货交易所全年成交金额 4.2 万亿美元。从航运市场看，2008 年，上海海港吞吐总量达 5.61444 亿吨，居世界第一，其航海运力在 2001 至 2008 年间增长 260.8%；上海空港货运能力在 2005 至 2008 年三年间增长 40.2%；2008 年上海物流业增加值达 262.5 亿美元。金融、航运与贸易，相互推动，共同发展，这是上海建设国际贸易中心最好的理由。

“深港地区”是近年来中国乃至世界经济发展最活跃的地区之一，两地

^① 本文是《首都流通现代化研究》项目的阶段成果。

产业互补,经济互动,目前已成为全球人流、信息流、资金流、物流的集散地。2009年,“深港地区”已经获得了国务院批复的建设“五大中心”的定位,即建设全球性的金融中心、物流中心、贸易中心、创新中心和国际文化创意产业中心。深港全球性贸易中心的建设目标由此确立。

深圳和香港加起来面积是3000平方公里,人口有2000万。GDP总量3000亿美元,两地的股票市值是20000亿美元,两地的集装箱的吞吐量是4000万标箱。据香港测算,到2020年,按8%的增长率,两地的GDP总量将达到1.1万亿美元,届时将超过伦敦,和洛杉矶相近,是全世界第三大都会。(届时纽约GDP1.7万亿美元;东京1.4万亿美元;洛杉矶1.1万亿美元;伦敦0.5万亿美元。)可见,“深港地区”建设全球性的贸易中心,与其他四个中心建设相得益彰,是具有现实可能性和可行性的。

北京定位于“国家首都、世界城市、文化名城和宜居城市”,建设“国际商贸中心城市”的战略构想是较为科学的战略选择。

第一,从世界经济大势来看,全球金融危机凸显了“中国模式”的优越性,后危机时代中国经济仍然具有持续增长的巨大潜力,人民币在世界金融体系中的地位不断提升。北京作为中国政治心脏和经济强市,在这种世界经济大势中会凸显其领军地位,其国际化程度会迅速提升,吸引国际投资、参与国际事务的能力和影响力会日益提高。

第二,北京作为环渤海地区的中心城市和华北地区的重要贸易枢纽,也是中国铁路、公路和航空枢纽,交通非常发达。距离海上门户天津港只有160公里。2008年,北京首都国际机场旅客吞吐量达到5566万人次,世界机场排名第8位,货运量世界机场排名第9位;2009年1—11月,客运量6700万人次,跃居世界第5位,成为亚洲第一大机场。

第三,北京具有建设国际商贸中心良好的产业基础。服务业在GDP中的比重超过73%,在全国大城市中处于第一位。截止到2009年10月份,北京电子商务网站达到8.4万个,其中B2C企业网站达4067家,在钢材、木材、棉花等电子交易上,北京均居全国第一。北京特色商业得到充分发展,已形成10个市级特色商业街区和15个区域性特色商业街,400余家特色商店、特色餐厅为主体的特色商业体系。在第二届中华老字号品牌价值百强榜上,有53个北京老字号上榜,位居全国首位。从产业地位来看,北京经济总量的十分之一、社会就业的四分之一、税收的五分之一来自商业服务业,成为拉动经济增长的重要力量。

第四,北京是一个经济活力非常旺盛和消费力很强的特大型国际城市。人均GDP已近一万美元,生活方式正在走向富裕阶段。北京是大城市小农村,城市化率超过75%。北京是全国各界精英的荟萃之地,集中了大量高消费人群。胡润中国富豪排行榜上榜353位中北京有47位,占13.3%。奢

侈品牌在北京的发展也十分惊人,“富一代”创造财富,“富二代”成为消费奢侈品的重要力量,超越自身经济实力进行奢侈品消费的“后排观众”构成了奢侈品消费的新推力。北京 2008、2009 年连续两年社会消费品零售总额超过上海,成为中国大都市之首。

第五,北京是国际交往中心和世界著名旅游目的地。2008 年奥运会直接提升了北京的国际形象。2008 年入境旅游人数 380 万人,国内旅游 1.4 亿人次,旅游收入达到 2000 多亿人民币。目前入境旅游者人均消费较低,人均在京消费 1000 多美元,具有较大的消费潜力。

第六,北京具有良好的商业环境,是人才高地,首都效应明显。2009 福布斯中国大陆最佳商业城市排行榜,北京位居第六位,其中城市规模指数、人才指数和创新指数排在前列。优惠的投资政策、商业环境和人才环境、良好的商业设施和民生设施,以及接近宏观、监管机构及产业政策决策中心的优势,宜居宜商,都是吸引民营及跨国公司投资的重要砝码,高端产业和总部经济将会给北京带来更大的发展潜力。目前,北京总部企业集中度很高,全国 103 家央企 90 家总部在北京,2009 年世界 500 强中有 43 家中国企业上榜,其中 26 家总部在北京。部分世界 500 强的地区总部设在北京。世界 500 强企业在北京投资项目已达到 447 个。北京的商务服务体系日益完善,全球著名的会计师事务所 7 家、著名的律师事务所 6 家进入北京。

第七,北京这几年商业发展迅速,零售商业品级与品味迅速提升。除了一些老的商业地标,如燕莎、赛特、国贸、百盛、当代、翠微、王府井、西单商场等中高档零售业,中友、新世界、SOGO 等时尚店外,近几年新兴业态和新的商业地标不断出现,新光天地、蓝色港湾、金源新燕莎、世贸天阶、西单大悦城、金融街购物中心、东方新天地、三里屯 VILLAGE、西环广场、华贸购物中心等新地标、新业态、新品牌,使北京零售业焕然一新,大大增加了零售业的品级、品味与吸引力。

但认真分析,北京建设与“世界城市”相适应的国际商贸中心城市,还有很多薄弱环节。首先是“国际性”不够,虽为世人熟知,但不是众多国际机构所在地,也没有明显的国际社区(如唐人街、小意大利等)。在经济与金融方面,北京的商业硬件发达但软件不足;虽是金融决策管理中心,各大金融总部管理着超过 50 万亿资产,但不是国际金融活动中心,没有股票交易所,中介服务还不够发达。在文化与体育方面,缺少蜚声国际的文化机构(如博物馆和大学)、浓厚的文化气息(如国际电影节、交响乐团、歌剧团、美术馆和街头表演者)、强大而有影响力的媒体(如着眼于世界的 BBC、纽约时报、法新社和路透社),等等。

二、北京建设国际商贸中心城市要有标杆与标准

北京建设国际商贸中心城市，在与发展规模与质量上应找到标杆城市，进而找到最基本的标准。世界上典型的国际商贸中心城市有纽约、伦敦、东京、巴黎以及新加坡、香港等。这些城市的发展经验和水平，应该成为北京的标杆与参照系。

总结世界典型的国际商贸中心城市的建设经验，大体可以发现，这些城市整个商业环境安全、便捷，能够满足多元多层次多样化需求，充分体现出商贸的人本化、人文化、时尚化、绿色化、信息化和高效率，综合体现在以下十个显著特征。

第一，对国际著名品牌的吸引力。国际商贸中心是国际著名品牌，尤其是奢侈品的必争之地，是这些品牌代理商基地、总部基地。路易·威登、古驰、香奈儿、巴宝利、爱马仕和兰姿等大牌在这些城市云集，成为它们实现品牌梦想的“价值高地”。北京现在已累计批准外商投资零售店铺 2500 家，品牌专卖店占零售外资店铺总数的 66.8%，世界 280 家顶级零售商中已有 101 家在北京开展经营，各大高档商场吸引了数千个国际品牌，其中不乏国际一线品牌，但还不是代理商基地、总部基地。在中国，多数国际著名品牌的代理商集中在香港和上海。

第二，对高端消费人群的吸纳力。国际商贸中心的市场半径很长，可以延伸至全国，一个、两个国家，甚至全球。比如巴黎、伦敦、香港不仅对本国和本地区的消费者有强大吸引力，甚至对全球消费者，特别是全球高端消费者同样有强大吸引力。2008 年香港入境游客超过 2000 万人次（跻身全球第七位），其中大陆消费者到香港购物就花费了 686 亿港元；中国游客到欧洲的巴黎、伦敦等城市人均购物消费超过 1000 欧元。国际商贸中心应是消费者的“价格洼地”，国际品牌因为价格低所以对高端消费人群吸纳力强。北京目前的商业吸纳力不够，外国人来了只游不买，只是国内部分高端消费在支撑高端商业。原因很简单，这里是“价格高地”而非“价格洼地”。美世咨询公司对全球生活消费的一项调查表明，世界十大高消费城市，^① 北京榜上有名，位列第九，按北京目前的 GDP 和人均可支配收入计算，消费价格过高。

第三，对周边城市的巨大辐射力。国际商贸中心因其物流成本低、商业氛围好、商业资本和店铺扎堆效应明显，产生巨大的商业能量，使得周边中小城市无法与之抗衡，城市群内部靠竞争形成产业分工，商贸中心尤

^① 2009 年世界十大高消费城市的排名是：东京、大阪、莫斯科、日内瓦、香港、苏黎世、哥本哈根、纽约、北京和新加坡。

其是高档商业多集中于中心城市。新兴古典城市化理论认为：集中交易可以改进交易效率，降低交易成本。市场会自发地形成最优的分层城市结构，大中小城市并存，有序分工。不像目前，商业品级分工不明显，连二三线城市都有国际一线品牌，这是不太正常的。批发业也具有很大的中心城市效应，纽约的批发零售贸易比为 3.13:1；而东京的这一比例高达 9.5:1。

第四，对时尚生活方式的领导力。国际商贸中心是时尚的风向标，如在著名品牌新款时装的发布，新电影、新音乐的首映式或首发式以及某种新的生活方式的流行方面，起到领导潮流的作用。美国“全球语言监督”（Global Language Monitor）在调查及分析全球媒体、网络及网志的用字及用词等基础上，发布“全球时尚城市排行榜”，从 2007—2009 年三年排名看，纽约、罗马、巴黎、伦敦、米兰始终稳居前五位。巴黎有香榭丽舍大街和奥斯曼大街；纽约有第五大道和麦迪逊大街；购物者到意大利米兰的蒙提拿破仑街（Via Monte Napoleone），可以感受最新的时装流行趋势；而伦敦多种族的人群在这座充满魅力的城市共享着他们的文化风格、时尚与美食；罗马拥有有别于米兰的更加高贵、平和、大度、自由和包容的时尚。一项由中国国情研究会和《VOGUE 服饰与美容》杂志联合组织，盛世指标数据管理有限公司研究执行的《2006 年 VOGUE 中国时尚指数研究报告》所推出的“最时尚的中国城市”，排名依次为：上海、广州、北京、深圳、杭州、大连、珠海、厦门、成都和三亚，上海遥遥领先，它作为中国国际化城市代表，从“十里洋场”到“东方明珠”，短短百年历史，演绎太多时尚传奇，而成为中国时尚的代表。北京尽管名列第三，但在时尚领导力方面影响还不大。

第五，与高品质购物消费方式相适应的综合服务力。国际商贸中心城市具有健全的服务体系和独特便捷的服务项目，这种软件与好的硬件环境往往相得益彰。一般来讲，除了诸如导购服务、送货服务、定制服务、邮寄服务、退换服务、维修服务、信息服务、退税服务以及相应的金融、餐饮和娱乐服务等常规服务和配套服务外，还会有很多个性化服务。例如，巴黎推出兼具游购娱综合功能的 PARIS CITY PASSPORT（巴黎城市护照）就是一种独特服务，持有这种护照的人，能在巴黎旅游局评选出的上百个有代表性的地点（包括文化、景点、购物、娱乐等单位），享受 10%—50% 折扣等各种特殊优惠，成为巴黎的 VIP 客人。该卡售价只有 5 欧元，在各旅游问讯处和旅游促进署的网站等都有售。还有一本名为 PARIS FOR YOU（《您的巴黎》）的册子，提供巴黎吃、住、行、游、购、娱全方位信息、各资源整合产品信息、旅游路线指导，让游客到了巴黎有如家的感觉。还有，巴黎免费提供巴黎交通图和巴黎旅游交通图，在巴黎主要的交通枢纽，如地铁站和旅游点等地都能免费取到。其中巴黎交通图设计为袖珍型的，能放到签夹里，展开后，巴黎蜘蛛网式的交通网络清晰可辨；旅游交通图重点

突出, 各大著名旅游景点及乘车方案一目了然。又如, 国外客人在这里购物退税, 全球回报集团这一全球最大的购物退税(tax free shopping)体系为你提供十分便捷的退税服务。在这样服务周全的城市购物或游览, 人们是不会有陌生感的。

第六, 在质量、价格等方面的诚信度和公信力。国际商贸中心城市均是诚信度和公信力很高的城市。比如巴黎是精湛工艺的代名词, 皮革加工、服装制作工艺精致绝伦; 人们在纽约、伦敦、东京、巴黎购物很少担心上当, 精心选择只会在价格上有意外惊喜。北京有些产品如内联升千层底布鞋、同仁堂的蜜丸等给人留下的质量印象是好的。但由于某些街区、某些店铺、某些市场仍有假冒伪劣的商品或蒙骗的行为, 使有此经历的人望而生畏, 这是一大软肋。

第七, 商品品牌和零售品牌的影响力。国际商贸中心城市一般都具有影响力较大的本土商品品牌和零售品牌。世界上著名的服饰、化妆品、珠宝、腕表等品牌多出自国际商贸中心城市那些设计大师和能工巧匠之手。同时这些城市也都有历史悠久、全球驰名的高档商店。来到巴黎, 有巴黎春天、老佛爷、北岸百货; 到东京有高岛屋百货、东武百货、伊势丹百货、丸井百货、PARCO 百货; 到伦敦有 Harrods 百货和 Selfridges 百货; 到纽约第五大道有最高档的商场 Bergdorf Goodman, 有以名贵珠宝首饰著名的 Saks 百货公司和被称为“香水化妆品博物馆”的 Sephora 等名店。

《福布斯》杂志公布 2009 年“全球消费之都”排名, 北京列为第 15 位; 世界最受欢迎的“美食之城”, 北京名列第 8 位。前者排名是根据世界最好的商店及世界名牌在该城市的集中度来确定的, 集中度越高意味着这座城市越喜欢追求时尚。排名前 4 家, 第一是伦敦, 集中世界最好的商店 59.26%; 第二是巴黎, 集中世界最好的商店 49.79%; 第三是纽约, 集中世界最好的商店 46.91%; 第四是迪拜, 集中世界最好的商店 45.68%。北京目前集中世界最好的商店 36%。本土零售品牌有燕莎、赛特、百货大楼、西单、翠微、当代等, 老字号品牌有同仁堂、全聚德、张一元、六必居等, 但规模和影响都不大。连锁品牌有国美、物美、超市发、京客隆等, 与大而强的沃尔玛 4000 家店、4000 亿美元营业收入的规模比, 相距甚远。即使中国连锁百强的综合实力也难敌一家沃尔玛。

第八, 特色商业街区的感召力。国际商贸中心城市一定是有一个或几个特色商业街区令人向往的, 它既是商业名片、符号、窗口, 又是消费者满足需求、实现购娱餐目标的首选之地。在这些城市里, 举世闻名的商业街区和各种标志性商店、餐饮店、剧场等, 刺激顾客购买欲望, 使顾客流连忘返。伦敦的牛津街、摄政街、邦德街、皮卡得利、西区、中国城等商业街区比邻, 街区连接成片, 每个街区各具特色、功能齐全, 形成强大感

召力和吸引力。北京也有王府井、前门一大栅栏、西单等商业中心以及三里屯、后海、红桥、秀水、潘家园等特色街区，但商业街区之间不连贯，商业中心之间和特色街区内部店铺同质性强，顾客很难有连续逛下去的动力和精力。

第九，商业业种业态以及经营手段的创新力。这种创新能力来源于国际商贸中心城市巨大的消费能力和多元的消费需求、商业生态环境里激烈的竞争和科技、文化日新月异变化的推动。西方发达国家近 200 年来商业发展的历史、我国 100 多年尤其是改革开放以来的商业发展历程，都说明商业业种、零售业态及经营手段的升级、创新与改变，多是从重要的商贸中心城市开始，进而带动整个产业的发展的。如第一间百货店创立于巴黎，第一家超市出现在纽约。反过来，商业业种业态以及经营手段的创新力强弱，直接反映出一个城市商贸中心地位的高低和功能的强弱。

第十，商业对当地经济发展、城市发展的贡献力。大凡国际商贸中心城市都是服务业发达的城市，其服务业创造的 GDP 均超过该城市 GDP 总额的 85%。其中的商业服务业有较大的贡献，从事批发零售餐饮业的就业人口一般超过 30%。北京服务业增加值占全市 GDP 比重已经超过 73%；商业创造的增加值超过占 GDP 的比例超过 10%，占第三产业增加值中的 13.8%。以批发零售餐饮业为主体的商业服务业涉及从业人员 230 万人，在全市职工人数中所占比例超过 25%，税收贡献占全市税收的 22%。同时，国际商贸中心城市的商业服务业保障和提升宜居品质，带动旅游，促进其他产业发展；繁荣城市，彰显城市文化特色。

三、北京建设国际商贸中心城市可资借鉴的国外经验

纵观典型的国际商贸中心城市纽约、伦敦、东京、巴黎，它们分别有 300 年到 3000 年不等的历史，其共同点：一是贸易起家，二是有清晰的城市历史文化记忆，三是都是或曾经是国家首都。这些城市靠它们日益发达的交通、趋好的商业环境和不断扩大的政治文化吸引力，逐渐发展成为影响全球的商贸中心城市，甚至是主导世界的城市。

从上述城市发展道路和经验看，建设国际商贸中心城市是一个历史过程，涉及的因素错综复杂。从直接层面看，可资借鉴的主要经验有：

第一，商旅结合建设国际商贸中心。如伦敦、巴黎的旅游当局不遗余力地把购物作为其城市亮点对旅游者进行包装。伦敦旅游局每年推出了新版本的《伦敦购物指南》和《奢侈品伦敦购物指南》，便于旅游者按图索骥前去购物。巴黎市旅游局根据游客的消费剖面图，设计了几种不同的购物路线，分别为豪华路线，即到富人街区逛高档商店和世界著名的时装设计师的商店；时尚路线，即到时尚街区购物，或是对热衷购物的游客提供浪漫

购物旅游路线。在浏览名胜的同时,平均 30% 以上的时间用于购物。外国游客在香港平均停留 4 天,在伦敦平均停留 5 天,而在纽约平均停留大约一周,其中至少都有一天的时间用于购物。目前,外国游客在北京停留 3 天,如多停留一天,其花费将增加 200 美元。

第二,商展结合建设国际商贸中心。国际商贸中心城市大都定位于“国际会展中心”,注重把会展与商业服务业结合起来,以良好的商业环境支持会展业,反过来以大型会展业拉动旅游、商业、物流、通讯、餐饮、住宿等多种产业,成为带动区域产业聚集的“动力引擎”。目前国际上展览业的产业带动系数大约为 1:9 甚至 1:10,具有巨大的乘数效应。根据业内权威人士估算,国际会展业的产值约占全世界各国 GDP 总和的 1%,但加上相关行业的获益,对全球经济的贡献达到 8%。来自会议专业工作者国际联盟(MPI)的数据表明,全世界每年举行的大型国际会议大约有 2.5 万个,每年国际会议的产值约为 2800 亿美元,由此衍生的经济效益难以估量。大型国际会议仅在北美地区就创造了 75 万个工作机会。因此,国际会展项目的竞争十分激烈。从国际上看,纽约、巴黎、伦敦、日内瓦,汉诺威、慕尼黑、新加坡、香港等都是著名的“展览城”。2006 年巴黎大区展览馆的展览总面积达 59.5 万平方米,一年举办近 400 个大小展会,约有 10 万家企业参展,接待 900 万观众。有时在同一天里甚至有 15 个不同行业的展会举行,这使得巴黎成为无可争辩的商务活动首选地之一。国际会议和大会协会(ICCAs)的统计数据显示,2007 年北京举办国际会议 87 场,在国际大会排名第八位,而新加坡则以举办 120 场国际大会排名第三。可见,发展商业与发展会展业结合,是建设国际商贸中心必由之路。

第三,商文结合建设国际商贸中心。文化底蕴深厚的世界城市,在建设国际商贸中心过程中,特别注重文化艺术的积累、挖掘、固化、创新与展示,以文兴商兴旅,以商旅促文,商旅文互动。如,伦敦有众多的文化艺术形式,歌剧、音乐剧、古典音乐、摇滚、爵士乐、皇家芭蕾、踢踏舞,应有尽有,光西区剧院就有 52 家,2008 年的观众人数达到 1381 万人次,票房收入 4.81 亿英镑。整个伦敦至少有 1000 个以上的剧场,专门设有伦敦剧院协会(Society of London Theatres)进行行业管理。这些文化场所都与商业服务业交织在一起,形成相互促进的良性循环。巴黎在商文结合上也是一座无与伦比的城市,以巴黎歌剧院为首的各大剧场演出排期表令人眼花缭乱,巴黎没有一天在没有音乐、舞蹈、戏剧的冷清中度过。巴黎尤以“艺术之都”最负盛名,巴黎的美术馆和博物馆极多,卢浮宫、奥塞和蓬皮杜等,几千年的世界美术史都浓缩在此。除了这三大美术馆外,还有诸多国立近代美术馆、大小宫殿,罗丹美术馆、毕加索美术馆、服装博物馆以及海洋、人类、文化、电影博物馆等,数不胜数。可见,国际商贸中心城市,是有

文化的城市，商业与文化发展相互渗透，文化之都与商业之都建设珠联璧合，是国际商贸中心城市发展的重要经验。

迪拜虽然也是一个古商路驿站，但真正发展则是 20 世纪 50 年代发现石油开始的，尤其近几年迪拜发展神速，建了世界上最奢华的七星级酒店（帆船酒店）和世界第一高塔“迪拜塔”（828 米），但是水泥堆砌，没有多少底蕴，近几年来制造的泡沫经济差点引发金融危机第二波。这种建在沙漠上的时尚之都，不应是我们追求的目标。

第四，商娱结合建设国际商贸中心。商业与娱乐业本身就是不可分离的。大多数国际商贸中心城市在发展商业的同时，大力兴办娱乐业，用大型娱乐设施和项目吸引消费者，从而促进商品和服务消费。

众所周知，迪斯尼把动画片所运用的色彩、刺激、魔幻等表现手法与游乐园的功能相结合，成为最诱人的娱乐场所。现在世界上有 5 个迪斯尼公园，美国洛杉矶和奥兰多、日本东京、法国巴黎、中国香港各有一家，其中有三个建在国际商贸中心城市。东京迪斯尼乐园在 2000 年高峰时接待的游客人数为 1730 万人次。香港迪斯尼是规模最小的，每年接待游客达到 500 万人次。上海争得建设世界第六个迪斯尼公园，对其建设国际贸易中心城市是非常有利的。

因此，各个国际商贸中心城市均不遗余力地引进与建设大型娱乐设施，发展娱乐街区。纽约是世界上无与伦比的娱乐城市，百老汇既是文化，也是娱乐。巴黎的康康舞给人带来巨大声色冲击，宏大的场面，豪华的布景，热火朝天的音乐，健美奔放的女郎，虽不够高雅却充满欢乐和活力；红磨坊、丽都、疯马和拉丁天堂等夜总会，足以让巴黎之夜不眠；塞纳河的游船，也给人带来美景、美食与美乐的享受。韩国首尔“乐天世界”做得也非常出色。

除此以外，商工结合、商业与金融结合、商业与物流结合，都是建设国际商贸中心必不可少的。

目前公认的世界商贸中心城市，都有发达的工业，尤其是特色加工制造业，多是高档品牌和奢侈品牌以及民族工艺品的设计中心与加工地，这些城市集中着很多掌握各种独特工艺技术的大师和技术人才，这是形成国际商贸中心城市的产业基础。

发达的商贸业离不开发达的金融业。根据万事达国际组织的排名（2008），全球十大金融中心依次是伦敦、纽约、芝加哥、法兰克福、东京、首尔、巴黎、马德里、米兰和孟买。万事达国际组织公布的“全球商贸中心”前三甲是伦敦、纽约和东京。中国香港排名第 5、上海第 32、北京第 46。这说明商贸中心与金融中心是直接相关的。

商业与物流业也是相互促进的，国际商贸中心城市毫无疑问是商流、