

Research on Construction  
of Beijing International Business  
and Trade Center

# 北京国际商贸中心 建设研究

王成荣 黄爱光 等◎著



中国经济出版社  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京地方高校科技创新平台——首都流通现代化平台阶段成果

# 北京国际商贸中心 建设研究

王成荣 黄爱光 等◎著



中国经济出版社  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

## 图书在版编目 (CIP) 数据

北京国际商贸中心建设研究/王成荣、黄爱光等著

北京: 中国经济出版社, 2012. 1

ISBN 978 - 7 - 5136 - 1323 - 1

I. ①北… II. ①王…②黄… III. ①国际贸易中心 - 城市建设 - 研究 - 北京市

IV. ①F752. 81

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 006094 号

责任编辑 路 巍

责任审读 贺 静

责任印制 张江虹

封面设计 华子图文设计公司

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京兴鹏印刷有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 28. 25

字 数 420 千字

版 次 2012 年 1 月第 1 版

印 次 2012 年 1 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 1323 - 1/F · 9165

定 价 80. 00 元

中国经济出版社 网址 [www.economyph.com](http://www.economyph.com) 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换(联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

# 本书作者

(按篇章写作顺序)

|     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|
| 王成荣 | 米锦欣 | 于继超 | 黄爱光 |
| 王霄宁 | 赖阳  | 罗清  | 周佳  |
| 王卫华 | 王剑  | 高丽敏 | 胡昕  |
| 王春娟 | 张慧  | 蔡蕊  | 夏飞  |
| 李馥佳 | 李作聚 | 刘雁琪 | 蔡丽伟 |
| 韩凝春 | 王冉  | 康健  |     |

## 前 言

北京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,形成了发达的商脉,积淀了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,北京逐渐成为中国都城型消费城市和商业重镇。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 多年的建设,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。

北京市在 2010 年明确提出建设中国特色“世界城市”目标的基础上,2011 年正式发布了《关于加快北京国际商贸中心建设的意见》,推动北京国际商贸中心建设进入快车道。

北京建设国际商贸中心已经具备较好的条件。从经济基础上看,全球金融危机突显了“中国模式”的优越性,人民币在世界金融体系中的地位不断提升,中国经济的持续增长对世界经济复兴起到带动作用;北京作为中国政治心脏和环渤海经济中心,在全球经济发展中的领军地位也已显现,其国际化程度和参与国际事务的能力日益提高。从发展基础上看,北京是国家交通枢纽和重要贸易枢纽;服务业在 GDP 中占比超过 75%,居全国大城市之首;金融业、物流业、会展业、批发零售业和商务服务业等产业均较为发达;人均 GDP 超过 1 万美元,具有旺盛的经济活力和消费能力;作为国际交往中心和世



界著名旅游目的地,每年入境人数接近 500 万人次。尤其是北京作为全国人才高地、总部基地和研究机构集聚区,首都效应、总部经济和知识经济效应明显,北京现已成为世界 500 强第二大“全球总部之都”、跨国公司的投资热土与重要研发基地,是世界零售商和著名品牌的必争之地。尽管北京在国际机构和国际社区建设以及国际金融、国际文化、国际传播等竞争力与影响力方面还存在较大差距,在各种要素的协调性和服务软件建设上还有不足,但北京国际商贸中心建设的基础坚实、起点较高、环境条件优越。可以认为,国际商贸中心建设是北京“世界城市”战略在商贸领域的具体体现,是北京流通现代化的必然选择。

北京国际商贸中心建设,没有现成的理论、模式、方案可以照搬照抄。因此,需要研究国际商贸中心形成与发展的规律,需要研究并借鉴国际成熟经验,需要结合北京自身的条件和经济社会发展特点,提出创新性思路与对策。本书的出版,正是适应了这一迫切需求,为学界、政界和企业界提供一个可资研讨、启发思维的引玉之砖。

全书共分为上中下三篇。上篇从总体上研究了国际商贸中心的标准、演变规律、发展趋势、系统谋略、关键点、资源约束及消费模式等问题;中篇从中观角度研究了国际商贸中心建设中的城市功能区建设、总部基地建设、商业街建设、老字号品牌建设、京商文化特色、城市群协调发展和政府营销等问题;下篇重点研究了国际商贸中心建设中的相关行业,如现代服务业、零售业、物流业、旅游业、会展业、餐饮业、演艺娱乐业和便利商业等的发展与创新问题。全书揭示了北京国际商贸中心建设道路上的机遇与挑战、优势与劣势,结合国际先进经验,有针对性地提出了北京国际商贸中心建设的目标、模式、

路径与方法。

本书是北京地方高校科技创新平台——首都流通现代化平台(以下简称“平台”)的年度成果。北京财贸职业学院作为“平台”研究工作的承担单位,长期以来致力于北京流通现代化理论与流通规划的研究,主持了北京市“九五”、“十五”、“十一五”、“十二五”和中关村、CBD、BDA 等功能区以及新东城、新西城、通州新城等 10 多个区县商业规划、重点街区规划的编制,参与了多项国家及北京市行业标准和规范的制订与修订,承担了数 10 项国家及北京市流通类课题的研究,为上百家流通企业提供战略咨询,出版了《流通现代化新论》、《北京流通现代化》等一批有影响的学术著作,积累了较丰富的流通研究资料和研究经验。2010 年,北京提出建设国际商贸中心目标以后,我院以商业研究所为核心团队,积极参与研究与研讨活动,并主持了“北京国际商贸中心建设重大项目规划”的制定。“平台”研究工作的重心随之转移到国际商贸中心建设上来,在“平台”上立项了若干相关课题,全院近 30 位教师参与了课题研究。本书即是这些课题初步研究成果的集成。

本书由我提出总体计划和研究思路,黄爱光协助我指导其他作者修改文稿,并独立完成了全书的编纂工作。第一章由我撰写完成,第二章作者为米锦欣、于继超,第三章作者黄爱光,第四章作者王霄宁,第五章作者赖阳,第六章作者罗清,第七章作者周佳,第八章作者王卫华、王剑,第九章作者高丽敏,第十章作者胡昕,第十一章作者王春娟,第十二章作者张慧,第十三章作者蔡蕊,第十四章作者夏飞,第十五章作者李馥佳,第十六章作者黄爱光,第十七章作者李作聚,第十八章作者刘雁琪,第十九章作者蔡丽伟,第二十章作者韩凝春,第



二十一章作者王冉,第二十二章作者康健。

参与本书研究工作的,除所列作者外,还有一部分老师以课题组成员的身份,提供资料,参与研讨,默默无闻地做出了贡献。本书研究过程中,参考了卢彦、黄国雄、何明珂、洪涛等很多产官学各界专家的观点,赖阳、李宇红等对本书出版提出过很好的建议,在此一并对他们表示衷心的感谢。

本书作为一本由相关课题梳理、浓缩、整合出来的著作,在逻辑体系、内容结构、学术观点以及资料运用和写作风格上,难免存在一些不协调、不统一之处,诚望学界同行和广大读者予以指正,同时也希望本书能激发学界研究热情,共同为北京中国特色“世界城市”建设和国际商贸中心建设奉献才智。

王成荣

2011年8月18日

# 目 录

## 上篇

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 第一章 北京国际商贸中心建设概述 .....    | 3   |
| 第二章 国际商贸中心演变规律 .....      | 25  |
| 第三章 国际商贸中心发展趋势 .....      | 40  |
| 第四章 北京国际商贸中心建设的系统谋略 ..... | 59  |
| 第五章 北京国际商贸中心建设的关键点 .....  | 77  |
| 第六章 北京国际商贸中心建设的资源约束 ..... | 92  |
| 第七章 北京国际商贸中心建设的消费模式 ..... | 111 |

## 中篇

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| 第八章 北京国际商贸中心的城市功能区建设 .....          | 135 |
| 第九章 北京国际商贸中心的总部基地建设 .....           | 168 |
| 第十章 北京国际商贸中心的特色商业街建设 .....          | 191 |
| 第十一章 北京国际商贸中心的老字号品牌建设 .....         | 205 |
| 第十二章 北京国际商贸中心建设的京商文化特色 .....        | 222 |
| 第十三章 北京国际商贸中心建设与环渤海城市群发展的相互影响 ..... | 242 |
| 第十四章 北京国际商贸中心建设中的政府营销 .....         | 269 |



北京国际商贸中心建设研究

BEIJING INTERNATIONAL TRADE CENTER  
CONSTRUCTION RESEARCH  
ANALYSIS AND STRATEGY

下篇

第十五章 北京国际商贸中心的现代服务业发展 ..... 293

第十六章 北京国际商贸中心的现代零售业发展 ..... 309

第十七章 北京国际商贸中心的物流业发展 ..... 328

第十八章 北京国际商贸中心的旅游业发展 ..... 346

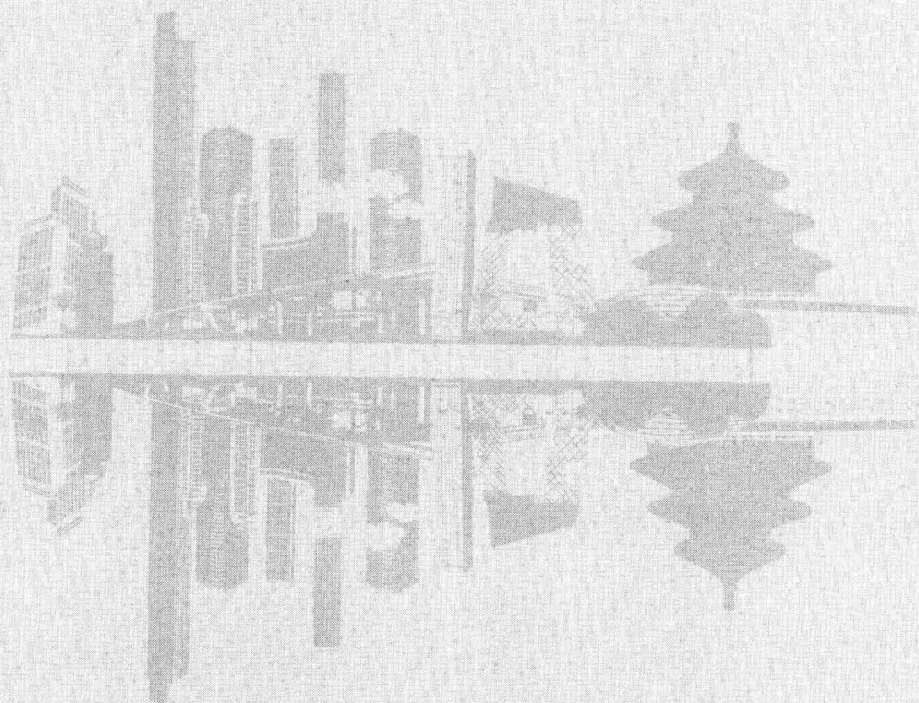
第十九章 北京国际商贸中心的会展业发展 ..... 363

第二十章 北京国际商贸中心的餐饮业发展 ..... 384

第二十一章 北京国际商贸中心的演艺娱乐业发展 ..... 402

第二十二章 北京国际商贸中心的便利商业体系建设 ..... 424

# 上 篇





## 第一章 北京国际商贸中心建设概述

北京历史上是中原农耕文明与草原游牧文明的汇集点。<sup>①</sup> 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,北京成为中国都城型消费城市和商业重镇。

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 多年的建设,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。2010 年,北京在建设“人文北京、科技北京、绿色北京”科学发展思路基础上,明确提出建设中国特色“世界城市”的战略目标,相应提出建设具有国际影响力的金融中心城市、国际商贸中心城市和国际一流旅游城市的构想。

国际经验表明,凡世界城市一定是国际商贸中心。打造具有东方文化魅力的国际商贸中心,有利于加速世界城市建设的步伐。

### 第一节 北京建设国际商贸中心的可能性

#### 一、国内提出类似概念的城市和地区

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”。

##### (一) 上海

上海在提出建设国际金融中心、国际航运中心基础上,2009 年提出建立国

---

<sup>①</sup> 卢彦. 建设国际商贸中心的若干思考[R]. 2011. 6.



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,2010年,上海证券交易所股票市值27165亿美元,居全球第6位;上海期货交易所累计成交量为12.4亿手,累计成交额为19193亿美元,黄金期货累计成交3397吨,成交量居世界第四位;从航运市场看,2010年上海港货物吞吐量达6亿吨,连续4年超过纽约、伦敦、鹿特丹等国际知名大港,蝉联世界第一;上海空港货运能力快速提升;物流业迅速发展。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。

## (二)“深港地区”

“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。2010年GDP总量3725亿美元,两地的股票市值40224亿美元,超过纳斯达克交易所的38890亿美元,次于德国证券交易所的45940亿美元,居全球第二位。

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GDP 1.7万亿美元;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。

## 二、北京建设国际商贸中心的可能性

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

### (一)较高的国际地位

北京在参与国际经济与国际事务中的地位日益提高。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。

## (二)兼具贸易枢纽与交通枢纽

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。2010 年,北京首都国际机场旅客吞吐量达到 7394 万人次,仅次于美国亚特兰大机场,居世界第二位。

## (三)良好的产业基础

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 75%,在全国大城市中处于第一位。其中,商贸领域增加值占全市比重超过 1/4,其中批发零售业增加值位居第三产业之首;商贸领域纳税额占比超过 1/5;商贸领域从业人员占比超过 1/3。商贸服务业成为拉动经济增长的主要力量。全国服务外包 10 强企业中有 5 家在北京,在全国服务外包中处于领军地位。据北京电子商务协会发布的数据,北京小额外贸 B2B 平台规模居全国之首,北京 B2B 电子商务服务外包业规模居全国之首,北京市 B2B 平台数量居全国第三,在直辖市中位居第一,占全国总数的 10.74%,2010 年中国行业电子商务网站 TOP 100 中有 11 家来自北京市。北京特色商业得到充分发展,已形成包括前门大栅栏等在内的 20 余个市级和区域性特色商业街区,数百家特色商店、特色餐厅为主体的特色商业体系。南锣鼓巷被美国《时代》周刊评选为 2009 年亚洲 25 处必去之地。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。

## (四)旺盛的经济活力和消费力

北京是一个经济活力旺盛和消费力很强的特大型国际城市。人均 GDP 超过 1 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。根据《2010 胡润百富榜》,北京成为最多企业家居住的城市,有 15.1 万千万富豪和 9400 位亿万富豪,排名全国第一。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 年、2009 年、



2010 年连续 3 年社会消费品零售总额超过上海,成为中国大都市之首。

### (五) 世界著名旅游目的地

北京是国际交往中心和世界著名旅游目的地。2008 年北京奥运会直接提升了北京的国际形象。2010 年入境旅游人数 490.1 万人次,国内旅游 1.79 亿人次,旅游收入达到 2768 亿元人民币。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。

### (六) 明显的首都效应

北京具有良好的商业环境,是人才高地,首都效应明显。2010 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(第二位)、人才指数(第二位)和创新指数(第五位)排在前列。优惠的投资政策、商业环境和人才环境,良好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,北京已经形成了 CBD、金融街、中关村海淀园、丰台总部基地等几个各具特色的总部经济聚集区,总部企业集中度很高,全国 103 家央企 90 家总部设在北京,北京拥有 2011 年《财富》杂志评出的世界 500 强企业总部 41 家,仅次于东京的 49 家,成为全球第二大世界 500 强总部之都。截至 2010 年,北京累计认定跨国公司地区总部 82 家。256 家世界 500 强企业在京投资 598 个项目。北京的商务服务体系日益完善,全球十大律师事务所、银行、保险公司、会计师事务所等商务服务机构计入北京的数量分别达到 10 家、9 家、8 家和 6 家。

### (七) 繁荣的商业

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、品位与吸引力。

但认真分析,北京建设与“世界城市”相适应的国际商贸中心,也有很多薄弱环节。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 万亿的资产,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。

## 第二节 北京建设国际商贸中心的标杆与标准

### 一、国际商贸中心概念辨析

首先说明,商贸中心与贸易中心、商业中心是不同的。一般来讲,贸易与商业是相同的概念,都是以货币为媒介进行的各种交换活动和流通经济活动,商贸不可分离。但在现实生活中,使用贸易概念,更多地侧重于企业之间的在较大地域范围内从事的内容广泛的交易活动,如国内贸易、国际贸易,商品贸易、服务贸易等。建立贸易中心,突出流通功能,依赖于发达的交通、物流设施、金融市场、信用机制以及信息平台等,建立贸易中心,一般理解是进出口贸易、转口贸易、服务贸易、批发贸易和各类交易市场均较发达。使用商业概念,更多侧重于批发零售业,尤其是零售服务业面对最终消费者的交易活动。建立商业中心,一般理解最高目标就是形成“购物天堂”,突出零售服务业发达,如市场繁荣、品牌集聚度高、购物环境优越、服务优质等。鉴于使用习惯上形成的差异,贸易中心与商业中心的提法是有差异的。北京提出建设商贸中心城市,应该是“商”、“贸”功能兼具,要求更高。

关于国际商贸中心的概念,何明珂认为,是指商贸流通、购物消费的国际化中枢,是世界城市在经济领域的重要体现。国际商贸中心城市是以商贸业为城市支柱产业,国际商贸活动集聚并对国内外居民生活、全球商贸业发展和全球商贸要素资源配置具有显著影响力的国际化大都市。适用于商业流通、居民服务、货物贸易、服务贸易、口岸、利用外资、境外投资、商务服务、物流配送等领域;涉及商贸领域关联产业及相关配套支撑产业。他认为国际商贸中心的深层