



小切口 大成效

# 扮靓城市

## 步行街改造提升

■ 本报记者 王旭光

为培育一批具有国际国内领先水平

的步行街,满足人民日益增长的美好生活需要,商务部今年1月发布了《商务部关于开展步行街改造提升试点工作的通知》,致力于推动步行街改造提升,补齐发展短板,优化消费环境。目前,《通知》发出4月有余,涵盖了4个直辖市和7个区域中心城市的首批步行街改造提升试点工作已取得阶段性成效。

日前,商务部副部长王炳南在西安出席全国步行街改造提升工作现场推进会时表示,步行街改造提升工作,是党中央、国务院着眼于推动经济高质量发展和新一轮对外开放、促进形成强大国内市场的重要部署,是一项具有“小切口、大成效”特点的重要工作。

王炳南强调,推动步行街改造提升是一项系统工程,工作难度很大,任务十分艰巨。商务部党组高度重视,多次组织专题研究,谋划步行街改造提升工作顶层设计,确定了一个总体目标和六大重点任务,为全面推进这项工作指明了方向、明确了要求。

商务部流通业发展司5月8日发布的第5期步行街改造提升工作简报对首批11条步行街改造提升试点进行了阶段性总结。各地步行街改造提升工作亮点纷呈:力

建绿色发展典范、致力智能化提升、与茶文

化等传统文化融合、打造国际时尚范儿等,可谓百花齐放、百家争鸣。据简报所述,在建设绿色发展典范方面,4月底,天津金街改造提升重点工程之一的“步行+公交”慢行交通系统建设一期工程基本完成。该工程投入0.89亿元资金,按照“海绵城市”设计理念对滨江道及周边8条交叉道路逾9万平方米进行改造,新建雨水花园165个,种植国槐、白腊、金叶槐等400余株,安装了休闲座椅、街景照明、雕塑等。下一步,天津市还将投入1.89亿元实施二期工程,努力打造“海绵街区”。

在致力智能化提升方面,广州市北京路步行街与阿里巴巴集团进行对接,拟在智能设备铺设、小程序应用、可视化大屏管理、新零售业态引入等方面共同推进北京路智慧街区建设。首期引入无感停车、扫码支付等应用,促进线上线下流量共享,不断增强信息发

布、文旅宣传和精准分析决策能力,促进消费升级。在与传统文化融合方面,成都宽窄巷子举办的第九届“宽窄茶会”上再现了“曲水流觞”诗酒茶会雅事,以茶为媒,将传统茶文化

与时尚新元素结合,同期,宽窄商家也推出了书香茶会、茶艺表演、茶文化知识沙龙、茶品优惠等一系列活动。福州市则在读书文化艺术月活动中,通过在三坊七

巷举办闽剧文化艺术周、坊巷悦读家·朗读读书会、品味经典鲁迅展、绚丽通草画展、创意市集等活动,向市民和游客发出“来古街,逛坊巷,赏春光,品艺术”的邀请,展现古老坊巷的时代芳华。

在打造国际时尚范儿方面,青岛市积极谋求步行街改造提升与当前城市发展的契合点,结合国际时尚城市建设,力争在三年内,通过对15条步行街、15条特色美食街的改造提升,带动全市形成布局合理、层次清晰、功能完善、优质高效、特色凸显的“活力时尚街区”发展体系。

此外,各地步行街改造提升工作也在紧锣密鼓地进行着。4月,北京市召开了市政府专题会议,原则同意王府井步行街北延交通导改方案;上海市首位“夜间区长”、首批由南京路沿街企业负责人等组成的“夜生活首席执行官”亮相,旨在打造国际范、上海味、时尚潮的夜生活集聚区,推动上海夜间经济繁荣发展;哈尔滨市道里区政府已初步制定形成业态升级扶持办法和街区管委会机构设置方案;郑州市德化街改造提升工作方案及总览图已完成初稿,街区有20栋单体建筑开始形态改造;昆明市启动南屏步行街改造提升工作,将翠湖、讲武堂等历史文化元素与恒隆广场等现代商业元素相融合,体现街区的优势与特色,力争将南屏步行街纳入商务部改造提升试点。

## 大唐不夜城 为西安递出亮丽名片

■ 本报记者 王旭光

日前,商务部副部长王炳南在西安出席全国步行街改造提升工作现场推进会时要求,首批试点步行街要发挥先行先试的带动作用,为全国步行街改造提升树立标杆。在推进会举办地西安的“大唐不夜城”已然成为步行街改造提升的标杆之一,成为一张西安的亮丽名片。

大唐不夜城步行街位于西安市曲江全域国家5A级旅游景区,紧邻大雁塔、大唐芙蓉园,南北长2100米,东西宽500米,于2009年9月28日建成运营。按照建设有中国特色、地方特点、国际水平步行街的总体要求,以国际化、人文化、特色化为目标,规划形成了大唐不夜城步行街“一轴·两市·三核·四区·五内街”的总体布局。

作为西安的一张亮丽名片,大唐不夜城步行街的主要做法及成效很值得借鉴。在坚持文旅融合发展有效提升街区知名度和品牌影响力、融入国际一流智慧街区、有效发挥政府和市场“两只手”作用等方面都很有建树。

随着连续两年成功举办的“西安年·最中国”活动,大唐不夜城地区已成为全国著名的网红街区和国际时尚新地标。2019年春节,在为期66天的“西安年·最中国”活动期间,大唐不夜城步行街共接待市民游客近1700万人,元宵节当日客流突破80万人次。同时,引进国际一流团队创排《再回大雁塔》《再回长安》两大常态驻场演出,并连续举办西商大会、丝绸之路国际电影节、国际模特大赛等时尚文化活动。2018年12月16日,中粮·大悦城开业首日,商场人流突破26万人。目前,大唐不夜城步行街已成为集购物、餐饮、文娱、旅游于一体的超人气步行街和80后、90后年轻时尚消费人群的打卡胜地。

同时,提升改造后的大唐不夜城成为全国首个刷脸支付商圈;设置374组智能化集成杆,实现全街免费WIFI覆盖、一键紧急呼叫;利用GPS和蓝牙信号对游客进行定位和路径规划,通过手机提供街区文字音频介绍;建立街区客流监控体

系,可实时掌握街区客流量、停留时长、客源地信息等大数据,实现智慧管理。

此外,在街区建设管理方面,大唐不夜城积极探索政府引导、市场主导的开发模式,由曲江新区管委会成立大唐不夜城管理办公室作为街区管理单位,统筹活动策划、商业布局等工作,实现街区市容、保洁、市政的统一管理,确保管理标准规范一致。同时,街区内商业物业资源统一整合和业态更新这一体制创新,成功破解了传统商业街区物业分散、多头管理,难以形成合力的难题,为商业品质和管理标准升级提供了坚实的保障。

据悉,下一步,西安市将围绕“四个突出”推进步行街改造更上一层楼。首先,突出规划引领,进一步优化完善“1+3”规划方案。学习国内外先进经验,聘请国际一流团队,进一步完善优化大唐不夜城步行街的总体规划 and 街区环境、业态布局、交通网络三个子规划,做好顶层规划设计,做到既符合街区实际又彰显西安特色,而且更符合国际标准。

其次,突出文旅核心,打造特色鲜明商业步行街典范。文化旅游是大唐不夜城步行街最大的优势和特色。街区将进一步充分发挥“西安年·最中国”这个超级IP释放的新势能,依托举办国际时尚周等活动,通过中国技艺、中国味道、中国雅逸、中国智造、中国节日五大载体和“唐风建筑+现代商业+时尚活动”的模式,打造“一带一路”沿线国家文旅交流的国际窗口,助力西安丝路文化高地建设。

再次,突出业态创新,将人气新势能转化为商气新动能。以高品质、多业态、时尚化为定位,大唐不夜城计划新增高品位商业面积18万平方米,引进品牌商户237家,融入文化创意、老字号餐饮及新零售等精致生活业态,满足市民游客全方位消费升级需求。

最后,突出“绣花”功夫,打造步行商业街区精细化管理典范。加紧制定《大唐不夜城步行街管理标准》,涵盖保洁管理、工程绿化等五大类34小项工作执行标准,使大唐不夜城步行街更有温度、更具品质、更富魅力,成为西安“来了不想走、走了还想来”的标杆街区。

## 在线旅游平台消费藏猫腻

■ 本报记者 阎密

作为消费者出行的主要渠道,在线旅游平台为消费者提供了一站式的便利服务,但订单退改难、高额手续费等消费问题也极大地影响了消费者度假的好心情。“五一”小长假后,电子商务消费纠纷调节平台发布报告显示,在线旅游平台仍是消费投诉“重灾区”。

该平台显示,“五一”旅游消费投诉主要涉及十大问题:默认搭售、霸王条款、大数据“杀熟”、订单退改难、虚假宣传、低价陷阱、高额手续费、发票难开具、旅游意外险赔偿难、旅游途中强制消费。

手续费收取存乱象

王女士在某在线旅游平台上购买新某航空公司从北京飞往圣彼得堡的机票,后因故要求退票。在此之前,她曾咨询过该航空公司的客服,并确定退票费为30欧元,折合人民币不到250元。虽然该平台官方APP宣称退票费以航空公司的规定为准,但对于王女士的要求,平台却坚持要收850元的退票费。

电子商务研究中心特约研究员、河北省社科院法学研究所助理研究员刘勇认为,退票费实质是违约金。但过高的退票费违背了公平交易的原则,实际损害了消费者的合法权益。

而针对机票的退票费问题,刘勇建议,民航总局应抓紧制定相关规范性文件,对航空公司、互联网机票销售平台收取退票费划定一条红线,避免高额退票费成为航空公司、互联网机票销售平台牟取暴利的途径。

虚假宣传引纠纷不断

“五一”期间,一些消费者通过在线旅游平台预订酒店,而在到达目的地后却大失所望,自己所入住的房间与所订不符。还有消费者表示下单成功后被告知房间已满订单被取消。

## 本地派送服务的蛋糕要怎么切?

■ 本报记者 李子晨

近年来我国社会物流总额呈现逐年稳定上升的趋势,2018年达到260万亿元左右,物流需求增强,作为提供城市中两个地点之间物流配送服务的同城货运(也称本地派送)应运而生。与快递公司的业务侧重点不同,同城配送讲究速度快、距离短以及最大化地提升配送效率。

速途研究院日前发布2019年第一季度国内同城货运行业研究报告指出,目前我国同城货运的市场规模已经是快递市场的2~3倍,市场前景十分广阔,预计未来4~5年内同城货运市场规模会继续保持稳定增长,但增速会逐渐回落。

资本不断入局

数据显示,近年来同城货运行业处于稳定增长态势,2017年同城货运市场规模达到1.1万亿元。随着物流行业的不断发展,预计2019年同城货运市场规模将达到1.32亿元,2020年将突破1.4万亿元。

同城货运行业发展迅速,融资金额庞大,在移动互联网带动下也出现了许多非常有前景的项目。2017年2月,云鸟配送完成D轮1亿美元融资,货拉拉在2017年10月完成C轮1亿美元的融资,唯捷城配在2018年6月完成1.16亿元人民币的B轮融资,快狗打车在2018年7月完成A轮融资,其融资金额达2.5亿美元,搬运帮则在2018年9月获得Pre-A轮融资5000万元人民币的融资。

资本的不断入局也让本地配送服务更加多元。如2014年进入大陆市场的货拉拉,其服务范围已经覆盖一百多座城市。旗下有多种车型,根据运送货物的不同可以选择不同的车型,满足了多种不同类型货物的需要。搬运帮则是以搬家和货运为主要业务的平台,通过平台的集中管理解决搬运迟滞、乱收费、服务差等问

题,能够让用户更加快速、安全地享受搬运服务。

从面向的客端来看,当前本地派送主要有面向B端和C端两种模式,B端的客户类型主要是中大型客户,客户需求有严密的计划性,有严格的风控标准,配送模式是一点对多点,有着稳定的规模化运力。C端的客户类型主要是个人消费者和小型B端客户,客户需求属于偶发性需求,不存在计划性。业务主要是点对点模式,运力呈现碎片化的特点。

搬家服务比重日益增长

根据速途研究院的报告,在同城货运用户年龄的分布上,超过一半以上的用户年龄在25~34岁之间,有12.2%的用户处于18~24岁之间,9.7%的用户在18岁以下,35岁及以上的用户只有22.7%。可见,新消费群体是同城货运市场的消费主力军。而在性别比例上,同城货运用户男性达到了近八成左右,女性占比只有两成左右。

在用户使用目的上,据统计,2019年第一季度有63.8%的用户使用同城配送用于大件商品配送,46.6%的用户使用平台进行小件物品配送,而33.55%的用户使用了同城搬家服务,相比传统搬家公司的服务,同城货运的搬家服务更加高效、简洁、方便,由此这一块业务的比重也在日益增长。

速途研究院分析师认为,同城货运业务非常广泛,有效地填补了B2B物流和电商物流之间的空白,给C端用户带来了多种选择的服务方式。但这一行业目前仍存痛点,如行业准入门槛非常低,只要具备车和司机,各种公司都可以进行行业试水,造成行业内私营业主太多,行业比较分散。同时,各平台更需要精细化运营,解决货运等业务消费频次低、空载率高的问题。另外,行业价格标准化的问题还没有得到解决,难以提供标准化服务。