城市更新盘活老厂区的新商机



近年来，围绕老旧街区、厂区改造，各地涌现了一批颇具亮点的案例。随着《关于推进老旧街区厂区改造提升的指导意见》正式发布，老旧街区厂区改造迎来统一“行动标准”。

本报综合报道 走进石家庄“织音1953”，锯齿形屋顶下红砖墙未改，里面已换成展厅、剧场和咖啡馆；南京“玻纤里”的老厂房，被改造成能容纳3000人办公就业的“产城商旅”综合体。机器停转多年，这些空间正被重新纳入城市的消费版图。

近日，住房和城乡建设部、工业和信息化部等六部门联合印发《关于推进老旧街区厂区改造提升的指导意见》（以下简称《意见》），把这场自发的城市更新实践上升为有目标、有路径、有保障机制的系统部署。

从“修房子”到“造场景”

2025年，市场监管总局等五部门印发《优化消费环境三年行动方案（2025—2027年）》，消费供给提质、消费秩序优化、消费维权提效、消费环境共治、消费环境引领五大行动同步推进。今年10月，十六部门又把全国“优化消费环境月”铺开。环境要优化，前提是消费者有值得去、愿意待、还想再来的去处，老旧街区厂区改造补的正是这块短板。

住建部相关负责人表示，推进老旧街区、厂区改造提升，意在通过做优增量、盘活存量，为新产业、新业态发展创造条件，发挥城市更新对扩内需、稳增长、促消费的作用。

落到操作层面，《意见》先回答“改哪些、怎么改”。《城市更新“十五五”规划》提出，“十五五”时期全国将有序实施1500个老旧街区厂区改造提升重大工程项目，此次出台的《意见》正是配套落地、细化1500个项目实施路径的专项文件。

《意见》将改造对象按主导功能划为四类：老旧厂区、老旧商业街区、老旧生活街区、老旧交通枢纽及周边街区。分类之下路径各异：老旧厂区重在功能转换，在安全前提下做材料置换、局部加建、内部改造和空间优化，把闲置低效的厂房、仓库、设施腾出来，装进科技研发、文化创意等新业态；老旧商业街区重在业态升级，老旧商圈、商业综合体改造与数字经济、银发经济、夜间经济接续；老旧生活街区重在品质提升，补齐公共服务设施短板、整治背街小巷；老旧交通枢纽及周边街区重在融合发展，把交通流量转化为街区活力。

清华同衡规划设计研究院院长恽爽认为，城市发展已从大规模增量扩张转向存量提质增效为主，城市更新不只是对老旧空间进行修补，更要在既有空间中重新组织功能、提升品质、培育动能。

老厂区、老街区的“新生意”

随着老旧街区厂区改造的政策导向持续明晰，配套机制逐步落地，一些城市已经先行试水，涌现出一批可供参考的改造样本。

北京首钢园依托原有钢铁工业遗存，把高炉、厂房、冷却塔等保留下来，承接赛事会展、科创产业和文旅消费，截至2026年10月，入园客流已突破1440万人次，同比增长29%。北京隆福寺片区完成更新之后，串联起老字号、非遗、演艺、市集等元素，打造出沉浸式老城消费场景。

石家庄“织音1953”，由石家庄第一、第二棉纺织厂旧址改造而来。2024年，当地将其列入重点城市更新项目，在保留18栋历史建筑的前提下，对旧址开展空间重构和重建。2025年5月，更新后的园区正式开放，至今累计接待游客超1420万人次，实现营业收入2.07亿元。

在南京，始建于1964年的南京玻纤院老厂区，改造为“玻纤里”后于今年9月亮相。在“小规模、渐进式、可持续”的更新理念下，项目改造最大限度保留红砖外墙、厂房桁架、老树木等历史肌理，实现了从科研老院到“产城商旅”融合新空间的转变。

人流为什么愿意来？在北京二七厂1897科创城里，从市区赶来的李女士带着孩子在老厂房改造的书店里挑书。她说，以前这片厂房闲置时，路过只觉得冷清，如今喝咖啡、看展、逛市集，一下午就耗在这儿，“不是为了买什么，就是愿意待着”。

在北京首钢园，退休工人王先生站在保留下来的老厂房前给孙子讲起当年的事，他说自己年轻时就在首钢上班，如今这里变成了时尚街区，老同事聚会有了新地方，年轻人也愿意来。

中国城市规划设计研究院副院长孙娟认为，当下已进入“第五消费时代”，人们会更加注重品质体验和情感共鸣，对空间提出了从功能满足到场所体验的更高要求。存量时期，城市空间面临的核心矛盾不是供给不足，而是供需错配。老旧街区厂区自带叙事性，“一区一貌”的非标特质、街巷格局和烟火气，天然具备社交属性，这些项目一旦做对，客流和消费会同步起来，消费者停留得越久，消费的颗粒度就越细。

钱从哪来，坎就在哪

一直以来，老旧厂区、街区等项目的改造，都是城市更新领域的“硬骨头”。上海易居房地产研究院常务副院长崔霁把这类项目的难处归为五类：用地合规门槛高，审批周期长；空间碎片化改造，统筹协同不足；重工程轻运营，可持续性不足；投融资闭环不畅，社会资本参与度低；保护与利用失衡，活化路径狭窄。

以最核心的资金问题为例，存量改造项目普遍回报周期长、收益率偏低，缺乏清晰的盈利模式和市场化退出渠道，财政资金仅能覆盖基础市政建设，难以撬动规模化社会资本。

作为全国首个统筹老旧街区厂区改造的国家级专项政策，《意见》正对着这些堵点下手。崔霁认为，该政策最具突破性的是设置5年过渡期规则：符合条件的项目可在不改变用地主体、不调整规划条件的前提下先行启动改造，过渡期结束后再通过租赁、协议出让等方式完善用地手续。这一设计降低了项目前期的合规成本与不确定性，打通了社会资本进场的核心障碍。

上海易居房地产研究院副院长严跃进表示，政策利好之余，还有一些潜在问题不容忽视。譬如，要实现资金闭环，仍依赖运营能力的实质性提升，REITs、社会资本参与等多元渠道的底层逻辑，是项目自身需具备可测算现金流；若改造后租金爬坡缓慢，REITs所要求的稳定运营期分红便难以满足。

崔霁也称，政策设置的过渡期到期后，协议出让的定价机制、续期条件等尚未形成全国统一标准，地方自由裁量空间较大，企业长期投资的确定性仍有不足。此外，政策明确了投融资渠道框架，但未配套有针对性的税收减免、运营补贴、租金扶持等激励政策。

整体而言，在业内看来，随着1500个重大改造项目分批落地，各地有望加快出台配套实施细则，并探索更多差异化的运营模式，形成一批可复制、可推广的标杆项目。

观察

即时零售从比速度到拼货品

今年前三季度，网上商品和服务零售额同比增长4.4%，即时零售交易额保持两位数增长。

从咖啡奶茶到生鲜果蔬、从节日消费到旅行出游……凭借随时响应、快速触达的特性，即时零售持续突破场景边界，不断向着全品类、全场景延伸拓展，稳步发展为居民常态化消费选择，成为扩内需、促消费的重要支撑。

释放便利需求

出门旅行不必提前囤积物资，新款手机发布无需到门店排队购买，朋友相聚也可即时畅享好物……可触可感的消费变化表明，即时零售正全方位融入百姓生活。

美团闪购数据显示，今年以来，平台上出行一次性用品的销售额同比增长47%，覆盖出行场景的即时零售门店达80万家。美团核心本地商业CEO王莆中认为，即时零售已跨过需求培养与网络铺设的阶段，下一站是从“店仓配时代”跨入“商品时代”，这将为商品的数量扩容、质量提升、品类创新打开空间，进一步扩大用户的即时消费需求。

消费者对即买即达的品质与品牌诉求正日益凸显。每年9月是各大品牌旗舰手机集中上新、密集发售的窗口期。数据显示，今年9月京东秒送手机品类订单量同比增长超70%，配件品类增长超120%。例如，在iPhone18 Pro发售期间，超7000家苹果授权专营店、超万个前置仓站同步首发开售，开售1小时全国已有超3万名用户完成签收。

从品类结构来看，非刚需、日用品类快速攀升。淘宝闪购数据显示，今年“七夕”期间鲜花订单比上月增长30倍，其中近七成是首次下单买花的用户。下沉市场消费潜力也在持续释放，三、四线城市鲜花销量同比增长124%，贡献了鲜花总订单的近七成。

实现多方共赢

发展即时零售是落实扩大内需战略、培育新型消费的重要抓手，也是服务便民生活、构建现代流通体系的有效途径。便捷购物与体验消费的同步提升，为不同零售业态提供了发展空间。今年前三季度，限额以上仓储会员店零售额增长超25%，购物中心零售额增长超10%。

即时零售连接着广大实体商超、便利店、社区小店，在移动化、数字化技术助力下，各类实体零售业态显著扩展了服务的时间、空间、广度、深度，获得了发展新增量。以美团闪购为例，大量实体门店扎根平台经营，目前，美团上每天中午12点有超100万个实体营业点位，深夜12点有超35万个实体营业点位。接入即时零售的实体商户也实现了明显增收。

各大平台持续推出配套方案，降低商家参与即时零售的门槛。京东2025年推出“秒送仓”仓配一体服务，创新采用“共享前置仓+自营配送”模式，为实体商户打造“入仓即享”的分钟级即时履约服务。美团闪购宣布，未来3年将在基础设施建设、产品研发、商品营销方面向行业伙伴投入资源，联合实体零售企业共建“30分钟商品圈”。

“实体商户能否持续获益是评价即时零售发展成效的重要尺度。”洪勇认为，实体门店是即时零售的重要供给基础，承担着备货、选品、品质保障和售后服务等功能，而即时零售为实体门店增加了连接消费者的渠道，并推动库存和订单管理数字化。

推动提质增效

“我国消费转型升级、向新向优是大势所趋。”国家统计局新闻发言人、国民经济综合统计司负责人王冠华说，随着经济的持续发展和人民生活水平的提高，商品和服务供给不断优化，新业态新场景持续涌现，我国消费市场的潜力有望进一步释放。

商务部国际贸易经济合作研究院发布的《即时零售行业发展报告（2025）》显示，2026年即时零售市场规模预计突破1万亿元。当前，即时零售行业已搭建起分钟级、小时级、4小时级、半日级等多层次时效服务体系。

“即时零售对扩大内需的贡献，最终要体现在是否满足原本不便实现的需求、是否增加了有效供给，而不能只是把交易从线下转到了线上。”洪勇分析，关键是让消费者得到便利、商户获得合理收益、骑手获得应有保障，形成可持续发展的商业模式。

为此，平台要在提升经营和配送效率上下大功夫。拓展下沉市场，应结合人口密度、消费需求和配送距离，优先连接现有商超、便利店等网点，合理安排服务范围；提高收费和促销规则的透明度，帮助中小商户降低数字化经营门槛。此外，监管和公共服务也要协同跟进。加强对不正当竞争、商品质量和平台规则的监管，畅通商户与骑手的申诉渠道，将配送停靠、便捷取送、骑手休息等需求纳入社区配套建设，让即时零售更好嵌入日常生活。 **吉蕾蕾**

关注

6天盛会释放365天效应

短短6天的中国国际进口博览会（以下简称“进博会”），如何将溢出效应延续到365天？

在第九届中国国际进口博览会上，从常年展销平台到保税展示交易，从通关便利化到专业服务配套，一条覆盖展前、展中、展后的全链条承接体系，正把6天的集中相遇转化为全年的持续合作。

平台承接，让展品“撤展不撤场”。“展商可以在撤展后继续依托‘6天+365天’的交易服务平台和‘365展贸网’搭建线上线下多元贸易通道，实现常态化展示交易。”上海市副市长卢山介绍。线下，与国家会展中心一路之隔的绿地全球商品贸易港，已有76个国家和地区180家企业及组织入驻。线上，“365展贸网”为不能到现场的采购商提供对接渠道。

制度创新，让展品流转更顺畅。“进博直通车”是上海海关为上海市中心城区商圈和进博会主场地之间搭建的一条绿色通道。今年，这项政策推向常态化，符合条件的保税仓可直接赴进博场馆开展保税展示交易，点到点最快只需35分钟。位于上海静安区的张园专用型保税仓，进博期间直通展馆，展后回到保税仓延展，6天展期被拉长为365天常态化展示。“不要小看这35分钟，对我们企业布展无缝衔接非常重要。”参展商维缇珐珠宝联合创始人陈文威说，“进博直通车带来的通关提速，让高价值展品实现快速流转成为可能。”

今年，张园保税仓运营企业上海静安置业进出口有限公司获颁海关AEO（经认证的经营者）高级认证。公司副总经理姚杰介绍，认证落地后，展品进出境、保税跨区流转可享受更低查验率、优先通关，大幅压缩高价值展品通关耗时与物流成本。

双向开放，让合作走深走实。“进博会的长期价值在于‘把展会流量转化为产业增量’。”华夏研究院特聘研究员、山东工商学院国际贸易教授张晓微介绍，2018年至2025年，印尼国别指数累计提高37.4%，对华货物出口由271.27亿美元增至670.38亿美元；新加坡国别指数累计提高20.2%，在中国服务进口来源中的排名由第六位升至第三位。

“衡量进博会的带动作用，还要看有多少中小企业真正接到了订单、拿到了机会。”上海市公共关系协会会长沙海林说。2023年10月，国务院批复上海市“丝路电商”合作先行区创建方案，明确虹桥国际中央商务区建设“丝路电商”合作先行区辐射引领区。依托“丝路电商”辐射引领区，2025年虹桥与伙伴国进出口贸易额204.8亿元，同比增长20.9%，连续3年保持两位数增长；跨境电商进口单量、交易额连续3年居上海首位。丰益国际连续9年参展，扎根中国市场近40年，累计在华投资约1000亿元。

人文消费，让展会热度融入城市。上海长宁区把古陶瓷修复、沪上绣球制作等非遗技艺体验从展馆延伸到虹桥艺术中心、酒店和商圈，6天展会热度变成市民可预约的文化体验。今年国庆假期前3天，绿地进博集市客流突破5万人次，进博同款食品与进口食材销售额同比增长超85%。“今年团订占比显著增长，预订周期较往年前移1个月左右。”龙湖霞菲公馆上海虹桥店相关负责人岑皓然介绍，进博会期间，228间房源基本售罄，客均房费提升约60%。展客商在“四叶草”谈完合作，走进周边酒店、商圈和街区，6天的展客流量在展馆之外转化为可感知的消费场景。

11月6日，《中国国际进口博览会溢出效应指数研究报告（2026）》发布。数据显示，2025年，全国、上海、虹桥3个层面的进博会溢出效应总指数分别为62.94、68.19和93.01，同比分别增长10.27%、18.88%和54.58%。

“大国市场的确定性，本身就是最大的溢出效应。”沙海林说，进博会这个开放大平台，一头连着伙伴国的优质商品与特色技艺，一头连着中国超大规模市场。 **卢杨静**



在进博会上，天猫启动天猫“双11全球美食直播节”。

资讯

2030年中国汽车消费服务业市场规模或破10万亿元

近日，中国汽车流通协会、中汽信息科技(天津)有限公司、懂车帝联合发布《2026中国汽车消费服务业白皮书》（以下简称“白皮书”）。白皮书显示，2025年中国汽车消费服务业市场规模约7.2万亿元，预计2030年将突破10万亿元。

白皮书首次明确“汽车消费服务业”产业边界，指出该产业围绕用户汽车消费全流程展开，是链接汽车制造与居民消费、服务实体经济的重要组成部分，内容覆盖新车销售、二手车交易、新能源车维保、改装与赛事等领域。其中，2025年新车销售配套服务规模约1.8万亿元，为产业链中价值量最大的板块。

白皮书认为，数字化平台企业在连接供需、提升效率以及推动产业规模化、标准化、品牌化发展方面具备独特优势。平台企业正围绕“AI+汽车消费服务”探索实践。

白皮书显示，截至2025年末，中国汽车保有量达3.66亿辆，平均车龄升至7.3年；新能源汽车保有量达4397万辆，占比12.01%。汽车保有量规模、单车全生命周期服务支出、服务渗透率与数字化水平，共同决定汽车消费服务业市场空间。

白皮书称，服务业扩能提质为汽车消费服务业独立化、专业化发展打开政策空间。在政策、行业、企业多方推动下，中国汽车消费服务业正迎来历史性发展机遇。 **周亚强**

铁路快运优质高效服务“双11”

近日，“双11”购物正热，不少快件通过铁路跨越山海，来到消费者家门前。今年的“双11”网购高峰期快运服务为期20天，已于11月1日正式启动。

在运力投放方面，铁路部门每日安排设有高铁快运柜且有富余空间的高铁载客动车组列车约1900列，设有专门车厢或空间装运快件的动车组列车约78列，清晨开行、全列无乘客、可装运快件的高铁确认列车43列，在昆明至成都、成都至广元至贵阳间运行的整列高铁快运列车3列，开展高铁快运服务，高铁快运能力预计同比增长10%。

同时，铁路部门不断优化产品供给，充分利用中国铁路网络货运平台，提供以铁路干线运输为主体，有序衔接两端接取送达公路运力的“门到门”物流服务，提升全程物流效率。例如，“高铁急送”服务网络现已覆盖国内196个主要城市，采用即收、即运、即送方式，优先装运，保障时效，最快4小时“门到门”当日送达。针对安全、保密要求高的货物，提供“高铁专人送”服务，专人手提、全程押运、专车取送，更好满足客户差异化、个性化物流需求。针对温控药品、检测试剂、生物样本等医药冷链运输需求，提供医药冷链“定温达”、温控货物“定时达”快运服务，实现多温区精准控温，全程保障物流时效和品质。

在服务品质方面，铁路部门完善快运装备设施，增加主动制冷设施及被动蓄冷包装，保障西北地区牛羊肉、华南地区海鲜等季节性生鲜产品运输需求，确保安全高效送达。主动深入农产品市场，为吉安柚子、阳澄湖大闸蟹、东海黄鱼、云南鲜花等农特、时令产品提供全程铁路快运服务，让更多优质农特产品高效便捷走向全国，助力乡村全面振兴和农民增收致富。 **齐 慧**

主管主办单位：陕西新华出版传媒集团有限责任公司 出版单位：陕西出版传媒集团报刊有限责任公司 本报地址：西安市高新区锦业一路10号中投国际大厦A座18楼 邮编：710065 联系电话：(029)89668717 89668179 81168500
全年订价：298.8元 广告许可证：陕工商广字01-013 制版：本报照排中心 印刷单位：西安蓝星新技术开发有限责任公司 地址：西安市新城区咸宁东路东方厂北门 电话：(029)82466577