

当灯光在洪崖洞的飞檐渐次亮起、千厮门大桥五光十色的倒影坠入嘉陵江波心,重庆,这座长江、嘉陵江交汇的山水之城,反而更加热闹——来自重庆市商务委员会的统计显示,今年上半年

年,重庆超过一半的城市消费发生在夜间。

夜间经济是城市商业的重要组成部分,一头连着居民生活,一头连着经济发展。今年1月,国务院办公厅印发的

《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》提出,“发展夜间文旅经济”。

培育发展夜间文旅经济,重庆的探索由来已久,迄今已创建国家级夜间文

化和旅游消费集聚区15个。今年初,“夜间经济”被写入重庆市政府工作报告。

“不夜重庆”是怎样点亮的?这里的夜间经济有哪些新变化?国庆、中秋假期,记者在重庆探访。

■人民眼·提振消费

超过一半的城市消费发生在夜间,山城重庆——

点亮夜间经济

本报记者 姜 峰 王欣悦

载体之变

从特定商圈到特色街巷,引入“非标商业”,打造“高颜值”地标场景

夜幕垂下,临崖步道上,一盏盏红色灯笼次第亮起,与迎风招展的国旗交相辉映。光影从山脚蔓延至山顶,勾勒出节日的轮廓。这个国庆、中秋假期,渝中区山城巷每晚都游人如织。

曾经,因为年久失修,这里的许多建筑屋面漏水、管网不畅,不少居民搬离。即便与人气颇高的解放碑商圈毗邻,也少有烟火气。

改变,源自一次会议。

“洪崖洞、解放碑,这些全国闻名的夜间经济地标都在渝中,但消费场景只能在传统地标吗?”2017年,渝中区开了一场专门的讨论会,研究如何更好地发展夜间经济。会上,渝中区商务委员会有关负责人开门见山。

这次会议后,背街小巷被纳入重庆夜间经济发展视野。

“渝中区面积约20平方公里,本就是‘螺蛳壳里做道场’,我们应该串珠成链,把原本作为知名地标‘配角’的背街小巷纳入总体规划,做大夜间经济生态。”渝中区商务委员会副主任曾云说,从特定商圈迈向全域消费,打造更多元的载体势在必行,“白天主街繁华,晚上后街热闹。点亮背街小巷,就点亮了不夜重庆。”

重庆,长江、嘉陵江交汇的山水之城,独特地形成就独具魅力的山城夜景。围绕“惬意江岸、崖壁步道、商圈后街、防空洞穴、云端天台”等五大地理特色,渝中区挖掘新空间、塑造新场景。

“海拔最高处394米,最低处167米,227米的相对高差,形成渝中独具特色的城市景观。发展夜间经济,就要向空间要价值。”渝中区文化和旅游发展委员会副主任卢永军说,“山城巷是高差近80米的临崖步道,是最佳夜景观赏平台之一,我们一直想开发这里。”

2018年,政府引导,企业实施,山城巷改造启动。

“如何改造?”起初,重庆永宏智造文化旅游有限公司负责人黄衡冥思苦想。直到一天夜里,他在解放碑远眺入夜后的山城巷——悠长又陡峭的临崖梯道上,点点灯光与商圈的高楼大厦形成鲜明对比,豁然开朗:“保留传统风貌,专注‘夜间’山城。”

如今,一度冷清的山城巷,已跻身重庆夜间经济“网红”,今年上半年日均客流量2万余人次。在渝中,由“江崖街洞天”精心打造的新场景超过60个,构建起多元化的夜间消费空间。今年国庆、中秋假期,渝中区累计接待游客1353.9万人次,同比增长7%。

同样毗邻解放碑商圈,同样跻身重庆夜间经济“网红”,鲁祖庙街区走的是“文艺路线”,方法是引入“非标商业”。

“非标商业”即非标准化商业,个性化、特色化是其突出特点。

在鲁祖庙街区一家咖啡店内,一名身着扎染长裙的姑娘正将一杯桂花拿铁举过镂空灯罩,在暖黄光晕中定格。

“饮料是配角,拍照才是目的。”咖啡店主理人陈琪说,大到桌椅墙饰,小到杯子杯垫,咖啡店完全由自己一手设计,“80%以上的顾客是来拍照的,看来大家还蛮认可我的审美。”

2023年鲁祖庙招商之初,陈琪和一群志同道合的主人朋友一起,入驻鲁祖庙,带来“原木风”咖啡厅、“金属风”比萨店等个性店铺。如今,这样的非标商业店铺在鲁祖庙街区占比超过七成。“某种意义上,我们这些主人,定义着鲁祖庙的风格。”陈琪自豪地说。

在寸土寸金的解放碑商圈,店面不愁租,为何要选择非标商户?

“消费者更愿意为个性化的店铺买单。”街区运营方、渝中区文旅发展集团总经理朱健介绍,“鲁祖庙街区历史底蕴深厚,与之相匹配,我们把老街巷当天然摄影棚,让主人人们当导演,突出老街巷的文化感、潮流味。”

昔日的防空洞被改造成火锅店、书店;高楼天台的空中餐酒吧成为热门打卡地……在重庆,越来越多的非标商业主人用他们的创意,将一个个老小区、老厂房、老街区等,打造成为城市消费的新地标。

“重庆夜间经济已迈入‘场景消费时代’。渝中要让游客常来常新,才能持续吸引人流。”曾云说,未来还将打造20个特色非标商业项目,推动一批潜力街巷实现“新生”。

2025年重庆市政府工作报告提出,“实施城市商业载体转型升级发展行动”。不断做靓消费载体,打造“高颜值”地标场景,全市200多个特色

供给之变

从单一场景到缤纷业态,丰富夜间消费体验

夜愈浓,位于江北区观音桥街道的九街愈发人头攒动——

街心主题空间的开放舞台,吸引不少“潮流达人”争相登台,献唱《我爱你中国》等歌曲;各式餐饮店铺、特色酒吧,迎来许多市民和游客……即使凌晨一两点钟,依然车水马龙、人流如织。

“美食、健身、美发……晚上的九街真热闹。”90后消费者岑钰颖是九街的常客,这个假期,她几乎每晚都和朋友约在这里。她告诉记者,九街临近观音桥商圈,位于城市中心地段,朋友聚会比较方便,“我们刚刚在观音桥商圈逛了街,现在来九街健身。”

“先前以为九街就是吃吃喝喝一条街,从没想到在这里管上了一家健身房。”乐刻运动江北九街店店长罗金山是名95后,“我们店是江北区人气最高的健身房之一,24小时营业,晚上10点多是人流量高峰,来的多是年轻人。”

这家高人气健身房,仅用半个月就完成了店铺更替。业态的高频调整,在九街是常态。“我们近3个月就有20家商铺进行业态调整。商家如果不主动创新求变,就可能被‘淘汰’。”重庆九街文化产业集团有限公司运营总经理邱月朗说。

在九街,“夜生活”远不止“夜色美”那么简单,它已经成为年轻人的一种生活方式。“卖的多是新奇创意,买的是情绪价值。”岑钰颖说。

“发展夜间经济的关键是内容供给。”邱月朗介绍,九街开街之初,场景相对单一,就是“餐饮一条街”。后来运营方聚焦年轻群体消费需求,将收益好、租金高但偏离定位的商家“忍痛割爱”,坚决转型。如今,潮牌店、桌游店、民谣吧等,成为九街的主流业态。

构建多元消费场景,丰富夜间消费体验。2020年,重庆市商务委员会等多个部门联合出台《关于加快夜间经济发展促进消费增长的意见》,系统梳理夜间经济主要业态,明确要培育以“夜品特色美食、夜享运动康养、夜赏文化艺术、夜休闲观光、夜尚精品”为主的“五夜”业态。

怎么培育?观音桥街道的答案是给九街做加法——在九街的基础上,打造“重庆·不夜大九街”项目。

距离九街不过数百米,来到北仓文创街区,节奏陡然慢了下来。接近晚上11点,24小时营业的北仓图书馆内,一盏盏橘黄色的台灯依然明亮,映衬着不少青春面庞。

在这里,每周都会举办约30场夜间集市,每场有约20个商家与300多名文创青年互动,吸引近千名游客和当地居民参与。

“从九街一直走,看了一路时尚年轻的生活消费场景,走到北仓,我想在这里做点不一样的东西。”重庆北仓文化产业集团有限公司董事长李传波忆起创业之初,“已经有了一个九街,再复制没有意义。”

接手北仓后,李传波引入创意书店、文艺集市等业态,确立了这里较之九街“一动不如一静”的差异化定位。

事实证明,年轻人既喜欢九街的热闹,也热爱北仓的宁静。在由九街、北仓文创街区等组成的“大九街”,大部分消费者为25岁以下年轻人,六成以上的营业额来自文化和休闲娱乐。

提升消费体验

今年国庆、中秋假期,九街和北仓文创街区人流量累计分别达150.5万人次、34.5万人次,同比分别增长28.1%、9.5%。

从九街到“大九街”……一路走来,场景模式逐渐丰富,有效供给持续创新,释放了消费潜力。

管理之变

从严格管理到精细服务,以“绣花功夫”推动夜间经济释放消费潜能

“这儿得铺上防油毡,注意卫生。”“凳子别摆到路中间,挡到街坊邻居就不好了。”

假日里的夜晚,南方花园夜市管理办公室工作人员刘新民比平时更为忙碌。

九龙坡区渝州路街道,在重庆信息技术、广告传媒等行业发展之初,便聚集了一大批年轻创客,带动这里的南方花园夜市迅速兴起,成为“啤酒一条街”。

夜啤酒,是许多重庆人不可或缺的生活元素。聚在街边大排档,摆龙门阵、吃小烧烤、喝夜啤酒,是对一天辛苦工作的慰藉,也是假期里常见的休闲方式。

可话说两头:油烟污染、噪声扰民、占道经营,让周边居民苦不堪言。“那些年,几乎每晚都有纠纷要处理。”居住在渝州路街道多年,刘新民记得,矛盾最尖锐时,网上不少人留言:封了南方花园夜市!

一封了之,确实容易。可商户丢了饭碗,新的消费热点刚开个头,就要偃旗息鼓。

怎么办?渝州路街道每天派出城管执法人员加强巡查,专门成立南方花园夜市管理办公室,制定夜市管理办法等规章制度,把原来的游摊变成固定摊位,商户们再也

不用“打游击”,消费者和居民也有了投诉渠道,由夜市办负责协调解决……很快,投诉从月均上百条降到只有几条,商户们生意更好,消费者也更放心。

然而,挑战并未结束。这两年,夜市盲目扩张、同质化竞争、争抢商户和客流等现象逐渐浮现,市场面临“洗牌”。

“高峰期,重庆各类夜市超过百家,如今真正具有品牌效应的只剩10余家。”重庆市商务委员会副主任彭和良介绍。

南方花园夜市不远处,九龙坡区石坪桥街道的小花市集正在积极转型。这个以文创手作、复古饰品和美食为主的夜市集,一度面临热度衰退的困境。

“小花市集起初由商业团队运营,主要面向游客,有近70个游摊,同质化严重,吸引力下降。”石坪桥街道党工委副书记田晋分析。

石坪桥街道是重庆中心城区人口密度最大的街区之一,常住人口超过3万,周边小区众多,消费场所却不多。“市集要保持生命力,必须将重心转向服务本地居民。”田晋认为。

街道经调研后调整业态,只保留火锅、烤鱼、坝坝茶等更贴近本地人生活的美食类型。每逢节假日或举办活动时,再引入商业团队增设临时摊位。

“如今市集只有4家常驻商户,比之前游摊的数量大幅减少,管理压力减轻,但承载能力不变,效益并未降低。”田晋说。

“不定期开设、摊位难固定、业态又多变,小的夜市集,给政府如何加强管理服务提出一道‘必答题’。”彭和良直言,政府应在管理上做细活、准施策,以“绣花功夫”推动夜间经济释放消费潜能。

美丽夜色,装点城市容颜,激发消费潜能。今年1至8月,重庆市社会消费品零售总额达1.11万亿元,其中夜间消费占比过半。

重庆夜间经济的走红,源于不可复制的夜景资源。

以天为幕、以城为景,独特的山城地形塑造了不可多得的夜景美学:从两江游轮眺望渝中半岛万家灯火,在“云端之眼”俯瞰城市天际线,“8D魔幻景观”为夜间经济发展提供绝佳背景。

重庆夜间经济的长红,得益于当地政府的规划设计。

系统构建“不夜重庆”城市品牌,发布网红市集打卡指引,“不夜重庆夜间消费地图”涵盖120余个特色场景,服务“食、游、购、娱、体、展、演”全链条。

城市竞争力,不只反映在楼宇高度或商业规模,文化认同感同样重要。外地游客来重庆,不仅为吃火锅、看洪崖洞,也为获得一种独特的生活体验与情感记忆。

夜间经济早已超越经济范畴,成为文化与情感共鸣的重要载体。注重挖掘特色文化资源,加强地方特色品牌建设,重庆让夜间经济的长尾效应持续延伸。

发展夜间经济,面临的挑战也不容忽视。当人流如潮而至,如何解决食品安全、噪声扰民等问题,考验着一座城市的治理智慧。重庆建立健全夜间经济协调推进机制,为管理服务难题主动求解,让夜间消费展现出强劲势能。“快进打卡”转变为“深度体验”。

重庆夜间经济的蓬勃发展给人启示,扮靓城市夜景,源自坚持高质量发展的内涵式生长。未来的城市竞争,将是文化魅力、创新能力和运营水平的综合比拼。唯有以不断创新实现超越、以文化底蕴打动人心、以精细服务赢得认可,方能使游客心向往之、市民自在安居。

■有所思

在江北区观音桥街道好吃街,精细管理更进一步,推出“楼管制管理”,每名楼管平均服务20个商户。好吃街运营管理方负责人张鹏,就曾是一名基层楼管。

“一般的市场管理与商户之间就是租赁关系,但我们要求楼管与商户成为朋友。”张鹏说。

楼管们会策划各种活动,比如在“三八”国际妇女节,整条街推出“满200送38元券”优惠;或又或是在某个时间节点,组织大规模免费品尝活动……

“这个假期,我们推出的是13.88元代20元优惠活动。”张鹏介绍,对小商户来说,最重要的是引流和帮扶,“我们每年都从利润中拨出4000万元用来营销,还组织商户外出学习。”

好吃街的楼管需要帮助商家选品、试品,甚至对产品制作过程和方法都要了如指掌。

“做楼管都把我锻炼成大厨了。”刚从房地产行业转行时,张鹏对烹饪几乎一无所知。当上楼管后,他得自己先试菜选品,从制作难度、成本核算等多方面考量后,再推荐给自负责的商户。几年下来,他也成了掌握30多道菜品制作方法的行家。

以制作一份抄手为例,好吃街的制作指南将其拆分为近150个细节流程,“必须选取一节葱3—8厘米的位置”“端上桌前提醒顾客,注意烫手”……这些流程不仅要求商家做到,楼管作为流程拟定者也要全部熟记。

好吃街还制定了一份多达16万字的商户操作规范手册,楼管们每天根据手册要求,检查入驻商户的清洁卫生、食物制作等流程规范,如果发现食材不卫生、欺诈骗客等情况,将按统一管理制度予以处罚。

“一开始,有些商家觉得过于严格。可时间久了,商户们追求品质就成了习惯。”张鹏说,在“人性化+制度化”管理模式下,好吃街的运营与服务更加规范,回头客越来越多。这条经营面积不足1.2万平方米的美食街,每天接待客人超过11万人次。

什么地方该“疏”,什么地方该“堵”?重庆市相关部门出台夜间经济集聚区管理暂行办法,解决这道夜间经济发展的“必答题”。“我们要在精细治理上先行先试、久久为功,打造更加良好的夜间经济发展生态,充分释放消费潜力。”彭和良说。

图①:江北区北仓图书馆内,游客在挑选文创产品。

图②:巡查过程中,九龙坡区南方花园夜市管理办公室综合巡查队员与小朋友交流。

周邦静摄

图③:江北区观音桥好吃街,一名楼管向商户了解销售情况。

熊鹏摄

图④:重庆洪崖洞夜景。

詹江摄

本版责编:杨彦 孙振

戴林峰 刘雨瑞

版式设计:沈亦伶