

# 多城加速跑 角逐国际消费中心城市

■中国城市报记者 郑新钰

“十四五”开局良好，小长假消费火热。

在刚刚过去的“五一”假期，我国线上线下消费亮点纷呈。短期来看，假日经济加之全国消费促进月活动的启动，使得经济发展呈现火热态势；长期来看，国际消费中心城市培育将成为我国经济稳定向好的重要支撑。

引人关注的是，就在“五一”假期前几天，江苏省南京市、浙江省杭州市相继发布建设国际消费中心城市的三年行动计划；北京市发布五年实施方案；上海市、广东省深圳市则提出建设国际消费中心城市的若干措施；广东省广州市召开构建世界一流国际消费中心城市圆桌会议……

从近来各个城市的积极性和踊跃度来看，在国际消费中心城市这条赛道上，竞争已经升级。

“国际消费中心城市是一个全球化产物。从国际经验来看，目前全球约有140余个国际消费中心城市。”国务院发展研究中心市场经济研究所所长王微在接受记者采访时表示，新冠肺炎疫情改变了国际消费中心城市所担负的时代使命，在新发展格局下，它要担起为经济增长提供新引擎的重要责任。

## 六大任务将成为“必修课”

今年初，商务部部署2021年促消费任务，其中一项重点工作是“加快推进国际消费中心城市培育建设”。对比以往政策文件中关于国际消费中心城市的提法，“加快”二字既是一种发展态势，也是一种竞进过程。

事实上，这项工作与“十三五”以来国家推动消费升级与创新等相关要求一脉相承。

2019年10月，商务部等14部门联合印发的《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》（以下简称《指导意见》），为国际消费中心城市的竞赛鸣了枪。

《指导意见》提出，利用5年左右时间，指导基础条件好、消费潜力大、国际化水平较高、地方意愿强的城市开展培育建设，基本形成若干立足国内、辐射周边、面向世界的具有全球影响力、吸引力的综合性国际消费中心城市，带动形成一批专业化、特色化、区域性国际消费中心

城市。

上海交通大学安泰经济管理学院特聘教授陆铭认为，眼下社会各界在讨论国际消费中心城市建设时，更多强调“消费”，但对“国际”和“中心”的讨论较少。

“国际消费中心与消费国际化有所不同。”商务部研究

大型体育场馆、闲置工业厂区向消费体验中心、休闲娱乐中心、文化时尚中心等新型发展载体转变；培育发展一批博览会、购物节、时尚周、消费展等国际产品和服务消费新平台；新建和改造社区便民服务中心和街区生活服务集聚中心等。

国消费市场的制高点，具有很强的消费引领和带动作用。

“建设国际消费中心城市将成为一个新‘标签’，即除GDP规模之外，有望成为中国城市繁荣度与全球吸引力的评价标准。”21世纪经济研究院研究员李果如是说。

从区域角度来看，目前长



“五一”假期期间，北京市王府井商业街游客众多，在步行街上以“国潮”为主题的2021时尚北京展成为游客打卡的“网红”景点。图为游客在王府井商业街上的“国潮”时尚北京展选购商品。

三角地区积极性最高。上海、南京、杭州、合肥、宁波、苏州、无锡七座城市加入竞赛，可以说，长三角的“精锐”基本投身其中。

从2020年消费数据来看，上海市以1.59万亿元的社会消费品零售总额位居全国第一，优势遥遥领先，北京市和重庆市紧随其后，社会消费品零售总额均突破1万亿元。

从国际经验来看，可以发现国际性消费城市共同的特征皆是经济体量在一国之中占比较高的城市。

不过，王微提醒，并不是所有的大型城市都有可能成为国际消费中心城市。

“目前，我国各地积极培育建设国际消费中心城市，但对比国际中心城市仍有提高空间。特别是新兴服务业的标准体系建设还略有滞后，以及与消费直接相关的新兴服务行业对外开放程度有待进一步提高。”王微透露，近期商务部会加快培育建设国际消费中心城市试点城市的选择。

## 对标国际和突出特色 改善硬环境、提升软环境

细看各地实践路径，提升步行街区及商圈品质、开展购物消费节、打造多元化消费场景等成为了不约而同的举措。

但需要指出的是，在建设过程中，突出特色是应有之义。

“在培育建设国际消费中心城市过程中，最重要的是要做出特色，避免千篇一律。”中国贸促会研究院副院长赵萍称，根据自身独特的优势形成独特消费环境，实现差异化消费体验，才能提高对全球消费者的吸引力。

具体实施方面，赵萍认为，一方面城市要做到目标差异化，即充分考虑本地综合实力，确定创建目标是区域性还是全球性；另一方面，依托本地优质消费资源，形成独特的商品和品牌供给能力，特别是要增加特色产业、知名品牌、独特的文化资源等优质商品和服务供给，吸引国内外知名品牌新品首发，加快培育和发展服务消费产业。

不过，找到特色、错位发展绝非易事，每个城市都在实践中寻找着自己的答案。

记者注意到，杭州市表示，将利用自身优势，打造直播电商发展高地、新零售示范支撑、数字生活新服务标杆城市；近期公布的《南京都市圈发展规划》也为南京争创国际消费中心城市注入强劲动力；广州市在2020年的汽车产量全国第一，因此提出大力促进汽车消费，推动汽车平行进口、二手车出口创新发展；成都市三年来一直在积极打造“现代商贸产业生态圈”，意在汇聚全球资源、引导集群成链、创新要素配置、推进产城一体，巩固国际消费中心城市产业支撑……

此外，接受记者采访的专家提醒，国际消费中心城市不仅需要硬环境的提升，更需要软环境的建设。

记者注意到，《指导意见》提出，围绕国际消费中心城市建设，从原则角度要“把握我国主要城市在消费领域存在的问题和不足，破除体制机制障碍”。

“从我国来看，日常消费品市场随着发展日渐饱和，消费面临突出短板集中在文化、教育、医疗等方面。”陆铭说，“这些通常在购物节中是没有的，也存在一定供给制约。”