

国际消费中心城市：各具特色 竞相发展

■中国城市报记者 邢 灿

国际消费中心是现代国际化大都市的核心功能之一，具有强大的消费实现、引领和带动作用。2021年7月，经国务院批准，上海、北京、广州、天津、重庆等五个城市率先开展国际消费中心城市培育建设工作。

国际消费中心城市培育建设即将迎来两周年，上述五城交出了怎样的发展答卷？培育建设国际消费中心城市还有哪些待破解的命题？对标国际消费中心城市，还有哪些城市在持续发力？近日，中国城市报记者进行了相关梳理和采访。

蹄疾步稳成绩明显

累计引进首店3177家、跨国公司地区总部217家、223家老字号年度总营收达1300亿元……在不久前的“品创·全球品牌节2023”开幕式上，北京市商务局亮出了北京建设国际消费中心城市的最新“成绩单”。

两年来，北京消费市场“高

科技、大平台、多商圈、重品质、强保障”的优势不断凸显。今年前5月，全市总消费额同比增长8.9%，60个重点商圈客流量同比增长25.9%，消费市场持续回暖复苏。

相比之下，上海同样不遑多让。今年1月至5月，上海市实现社会消费品零售总额7707.66亿元，比去年同期增长27.5%。上海国际消费中心城市的全球影响力、美誉度不断提升。

此外，广州、重庆、天津的国际消费中心城市培育建设也都各有亮点。

中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东在接受中国城市报记者采访时评价，近两年以来，先批复的国际消费中心城市培育建设取得阶段性成效。疫情期间，上海、北京、广州、天津、重庆五大城市率先制定相应规划和工作方案，开展国际消费中心城市培育建设，扎实推进建设工作向纵深发展，均取得阶段性成效。

“今年以来，各试点城市更是抓住疫情优化调整后消费反弹的时机，持续改善消费环境，

丰富消费场景，推动消费市场持续扩容提级，从而推动了消费市场稳步复苏、消费结构加快升级，成为拉动消费增长的重要力量。”刘向东说。

“点赞”当前国际消费中心城市建设的还有中国商业联合会专家委员会委员、北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳。“首批国际消费中心城市在商圈改造提升、首店经济、夜间经济、文旅商体融合以及消费新模式探索方面，均取得了显著成效。”赖阳说。

以商圈改造提升为例，赖阳告诉中国城市报记者：“以前，商圈是一个接一个的百货店，其品牌严重同质化；如今，商圈在聚焦核心商业的同时，不断加快与文化、艺术、时尚等多种服务业态集成融合发展。观察首批国际消费中心城市，其商圈品质提升明显。”

“去年，商务部公布首批全国示范智慧商圈，对行业的转型发展发挥了示范引领作用。许多城市不仅对一些大型商业综合体进行升级改造，还搭建了统一的智慧管理体系、服务体系以及运营体系，推动商圈提质升级，不断发展竞争新优势。”赖阳说。

如何再上新台阶

刘向东分析，与纽约、伦敦、巴黎、东京等国际大都市相比，我国试点国际消费中心城市培育建设还有较大差距，具体体现在满足本国消费者对国际化、高品质、时尚性的需求、全球著名消费品牌及其总部汇集配置、新产品新消费展示发布和体验应用以及大型化、综合化、多样化、分层化发展等方面均有不足之处。

“尤其是在国际化、品质化和引领性等方面，各试点城市各有短板。”刘向东举例，在国际化方面，重庆发展略显不足，国际品牌的总体数量不够，尚未形成世界级的商圈，距买全球目标尚有差距；在品质化方面，北京、上海等城市软硬环境仍有待提升，消费便利化的制度供给有待全面完善，如免税购物提取还存在诸多不便利；在引领性方面，广州、天津虽在数字化消费场景打造方面下了不少功夫，但在引领全球智慧消费的新潮流方面还有提升空间，免税、退税和报税等跨境电商政策尚待优化完善等。

赖阳认为，建设培育国际消费中心城市必须推动优化营商环境迈向纵深，确保持续发展。

赖阳举例，随着文旅商体深度融合，市场出现了越来越多的跨业态、跨行业商业模式

创新。这些商业模式创新可能面临复杂的审批手续，容易受到一定程度制约，而破解这些问题的关键是如何进一步优化营商环境。

又比如，推动首店经济也有赖营商环境改善提高。首店经济的繁荣需要地方政府持续推进“放管服”改革，增强服务经济、服务发展、服务企业的意识。例如，对品牌首店入驻和开业进程中所涉及的新品通关、新品首发、知识产权保护等，可开启“绿色通道”，缩短办理时限，加快开业进程。

谁能入围第二批名单

2019年，商务部等14个部门联合发布《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》，提出利用5年时间，指导“基础条件好、消费潜力大、国际化程度较高、地方意愿强”的城市，培育若干国际消费中心城市。

中国城市报记者注意到，聚焦国际消费中心城市培育建设这一目标，今年以来多个城市频频发力。

今年2月，山东省济南市商务局将推进国际消费中心城市创建列为2023年全市商务工作要点之一，提出将“持续开展国际消费中心城市创建战略研究，出台国际消费中心城市培育建设方案，进一步明确发展方向和创建路径”。

3月，湖北省武汉市政府出台《关于培育建设国际消费中心城市的实施意见》，明确提出“武汉将加快培育建设国际消费中心城市，布局消费场景新地标，构建多元包容消费空间”。

此后不久，2023年湖南省长沙市商务及开放型经济工作会议提出，2023年重点聚焦“五大”发展路径，推动长沙商务和开放型经济高质量发展。其中，聚焦“大消费”，着力提速国际消费中心城市培育建设。

5月，四川省成都市国际消费中心城市领导小组办公室印发实施《成都市推动消费提振升级建设国际消费中心城市行动方案》《成都“新十二月市”促消费活动实施方案》，以进一步促进消费，助力国际消费中心城市培育建设。

为何各城市纷纷锚定建设国际消费中心城市目标？

刘向东认为，建设国际消费中心城市不仅能提升城市的国际形象，吸引更多企业落户，推动创新链、产业链融合布局，提升高端和新兴产业集群质量优势，而且还能够通过发展首店、首发、首展、首秀经济，实施消费提振行动，培育经济的内生动力，在恢复和扩大消费方

面将发挥重要作用。

在赖阳看来，这些城市不仅只是为了建设国际消费中心城市，更重要的是为了适应当前消费升级的趋势，全面提升城市商圈品质，推动业态创新，加速商旅文体融合。同时，通过国际消费中心城市的建设，引导整个城市实体商业的全面升级，以达到更高水平地满足消费者高品质消费需求的目的。

城市有温度自会有热度

对标国际消费中心城市，城市“后浪”们摩拳擦掌，在这场城市“升级”大戏中争当主角。城市“后浪”如何才能拿到“入场券”？

在刘向东看来，建设国际消费中心城市需要满足至少4个方面的条件，必须是优质消费品资源的集聚地，要具有引领全球消费趋势的能量和能力，要成为联通世界和开放多元的国际交通枢纽，要有良好的居民消费软环境和城市治理水平。

以居民消费软环境和城市治理水平为例，刘向东认为，国际消费中心城市培育建设首先要让消费者买得放心、买得安心，不仅要有良好的市民素质，还要有良好的法治环境，加强消费者权益保护，让纠纷解决更加便利快捷，具有市场化、法治化、国际化的一流城市治理水平。

赖阳认为，首先，城市要具备一定的国际化水平，需要国内外主流品牌和高端品牌入驻；同时，城市要有一定的历史文化底蕴，能够传承独特的商业文化，不断擦亮老字号金字招牌；此外，城市还要有完善的品牌孵化、创新机制，有较强的创新活力。

刘向东提醒，建设国际消费中心城市，各地要强化国际性、注重引领性、突出开放性，不仅要因地制宜在软硬件设施和环境方面加以改进，如借鉴类似淄博烧烤的经验，全面整治市容市貌和提升市民素质，为消费者营造放心安心舒心的消费环境。更重要的是要针对不同的细分消费者提供更加人性化个性化多样化的服务，让消费者能感受到城市的温度。

赖阳表达了相似的观点。在他看来，当前国内城市普遍在友好型街区环境、氛围营造上存在短板。一些城市在规划设计管理上偏向“整齐划一”，忽视了对人与人更好地交往、交流以及对新业态发展的支持，这使得城市变得过于生硬、冷漠。

暑期伊始，位于上海浦东世博地区的“上海千古情景区”重启开园，以更丰富的空间布局和游览路线，为市民与游客带来更加舒适的游玩体验。图为游客在穿越街上观赏评弹表演。

中新社记者 殷立勤摄



7月初，北京市朝阳区朝外大街“朝外一盒(THE BOX朝外)”吸引了众多年轻人前来打卡。朝外一盒(THE BOX朝外)是朝外大街街区更新项目中诞生的首个商业空间。

中新社发 胡庆明摄