

近悦远来,国际消费中心城市留客有道

■中国城市报记者 邢 灿

日前发布的《扩大消费“十五五”规划》明确提出,深化国际消费中心城市培育建设,打造引领全球消费潮流的消费品牌和场景,营造具有全球吸引力的消费环境。

早在2021年7月,国务院就批准在上海、北京、广州、天津、重庆5座城市开展国际消费中心城市培育建设。经过5年持续推进,这5座城市已发展成为我国入境消费的重要承载高地。

商务部数据显示,2025年,上述5个国际消费中心城市的外国入境人次占全国三分之一,消费品进口占全国二分之一,离境退税销售额占全国三分之二。

这份亮眼的成绩单,既展现了培育建设的阶段成效,也折射出各城市因地制宜、大胆探索的积极作为。中国城市报记者就此走访调研,探寻各地建设的特色路径与鲜活经验。

做强首发平台 构建首发经济全链条生态

走进位于北京园博园内的依文城堡,首先映入眼帘的是一座典雅大气的欧式城堡建筑:洁白墙体、雕花廊柱、蓝色尖顶,让人恍惚间置身童话世界。不久前,依文集团旗下依文EVE SINCE 1994与诺丁山NOTTING HILL 2027春夏西装新品发布会在依文城堡成功举办。

首发经济是国际消费中心城市的核心竞争力之一。2025年,北京市扩容升级首发经济平台,培育建设12家首发活力中心和10家首店集聚中心。其中,依文城堡由依文集团打造,是北京市唯一以“国潮时尚+沉浸式场景+完整服装产业链”为核心定位的首发活力

中心。

依文集团办公室负责人杜丽云告诉中国城市报记者,自获评首发活力中心以来,园区累计举办各类品牌首发、首秀、首展活动百余场,其中超三成来自国际品牌。

曾在此进行过产品首发的品牌方代表对园区印象深刻,他评价道:“不同于传统展馆、商业综合体等标准化场地,园区融合了欧式建筑与中式非遗美学,形成差异化视觉表达,打造出了具有强记忆点的品牌发布场景。”

该园区拥有约5万平方米欧式古典园林与约2万平方米法式城堡建筑群。室外草坪、广场可举办千人户外大秀。室内配备有魔幻长廊、艺术展厅和私享空间。无论是露天大秀、大型新品首发,还是私密高定品鉴、跨界展陈,均可一站式落地。

国潮非遗首发是园区主打活动。园区收录约9800种少数民族纹样,将苗绣、蜡染、侗布等非遗工艺融入时尚发布,打造“戏韵·绣梦”“绣梦中国”专属国潮秀演体系,是北京市常态化落地非遗时尚首发的活力中心。

首发经济平台不仅是空间提供者,更是生态构建者。园区打通了设计、打样、生产、渠道、高端客群全链条,入驻及合作品牌首发可直接对接全球设计师、476家智造工厂、280万高端私域会员,实现“发布即转化”。

目前,依文城堡已集聚入驻、长期合作时尚品牌、独立设计机构百余家,形成覆盖男装、国潮女装、礼服、手工文创、数字设计等领域的完整时尚创意集群。

“多年来,园区依托首发活力中心平台,系统性孵化培育多支本土原创首发品牌梯队,包括依文集团自有原创品牌、

新锐独立设计师品牌以及非遗手工艺原创孵化品牌等。”杜丽云表示。

依文城堡是当前北京市首发经济蓬勃发展的一例缩影与生动注脚。近年来,北京市锚定首发经济关键引领作用,多措并举培育建设首发中心,吸引国内外知名品牌来京开设首店、举办首发活动。今年上半年,北京市新增实体首店483家,举办首发首秀首展首演活动超520场。

活化历史建筑 文旅融合激发消费新活力

天津市近年来对多处历史建筑进行活化利用,改造为商业综合体,打造出一座兼具“新潮范”“文化范”的都市消费新地标。

天津市和平区河北路275号便是典型代表。这座沉淀着城市岁月记忆的百年小洋楼,通过精细化更新实现华丽蜕变,焕发全新生机与活力。

步入275号洋楼,只见阳光从窗棂流淌而入,铺满展厅,轻柔覆于画作、雕塑与艺术装置之上。不少观众驻足凝神,细细观赏馆内展品,其中不乏外国游客的身影。

2023年10月,大行道文化科技(天津)有限公司对275号洋楼进行改造,历时16个月。如今,该楼作为大行道艺术中心投入使用。改造全程遵循“修旧如故、最小干预、功能适配”原则,平衡文物保护规范与艺术场馆运营需求。

大行道艺术中心执行馆长蒿亚楠介绍,中心联合文物保护、建筑设计、工程施工等专业团队,多次开展实地勘测和技术研讨,科学制定保护方案;改造采用“微更新”模式,最大限度保留原有建筑风貌与空间肌理;轻量化植入新业态,设置艺术、咖啡、书吧、文创等多功能板块,空间隔断能根据需求自由拆装重组。

“通过对原有空间的改造,以及连贯完整的游览动线、多功能区域划分,中心可以满足打卡、观展、休闲消费、文艺社交的多元需求,实现文物可保存、空间可开放、业态可持续。”蒿亚楠说。

依托全新的空间格局与业态布局,大行道艺术中心以文化艺术为核心内容、中青年客群为主要载体、商业消费为有力支撑,构建起“文旅引流—艺术留客—商业变现”的完整融合发展体系。

在文旅融合方面,该中心联动五大道海棠花节、万国建筑文旅线路,将场馆纳入和平区历史建筑游览动线,节日期



重庆市入境消费青年志愿者为外国游客提供帮助。
重庆市青年志愿者协会供图

间推出主题艺术展、限定文创、打卡装置等。在文商融合方面,中心打造“观展—艺术活动—咖啡下午茶—文创衍生品”一站式消费场景,形成艺术展品、原创手办、特色周边、主题咖啡多元消费品类,并持续更新空间内容,把单次观展客流转化为复合型消费客群。在文产融合方面,中心以馆内艺术展品为基底,开发限量可收藏产品、联名文创;线下文创衍生品同步线上发售,线下艺术场景提升线上IP传播力,联动达人探店引流、品牌联名与快闪活动,打通文化内容生产、线下观展体验、文创商品研发销售一体化全产业链。

蒿亚楠表示,未来大行道艺术中心将持续深化洋楼活化利用,以当代艺术为核心,打造天津标志性复合型艺术空间,形成可复制、可推广的“历史建筑+当代艺术+商旅文融合”发展样本,助力天津国际消费中心城市城市建设。

优化消费环境 志愿服务架起中外连心桥

重庆市渝中区山城巷依山临崖、错落有致,承载着老城记忆。早上九点,重庆理工大学学生吴文龙准时来到山城巷服务点位,在摆放好服务立牌后,开始了一天的志愿服务。

为助力培育建设国际消费中心城市,共青团重庆市委联合重庆市商务委共同推出重庆市入境消费青年志愿者服务,为海内外旅客提供集接待导览、基础翻译、秩序维护、交通指引、便民服务、资讯推介和文化宣传为一体的综合多语言服务。吴文龙正是其中一员。

山城巷的上坡下坎,常让初来者感到吃力。一次,吴文龙看到一对外国夫妇无助地站在路口:老太太眉头微蹙、四处张望,老先生则手拿地图,看着眼前陡峭的阶梯,面露难色。

见此情景,吴文龙先示意

他们坐在路边的长凳上,然后交流得知对方来自意大利。他用一句轻松的玩笑缓解了对方的紧张:“In Rome, you walk on the flat ground. But in Chongqing, we climb.(在罗马,你们走在平地上;但在重庆,我们要爬坡。)”

为了让外国友人理解重庆的“8D魔幻”地貌,吴文龙打开手机地图,切换至3D模式,指着上方的吊脚楼说:“That balcony is someone's front door.(那个阳台就是别人家的正门。)”那位老先生这才恍然大悟,他高兴地拍了拍吴文龙的肩膀,用意大利语道谢。

在吴文龙看来,入境消费青年志愿者不仅要让国际友人看得懂路牌,更要让他们读得懂重庆。“作为志愿者,我们不能只做‘活地图’,更要当好‘翻译官’,把重庆独有的城市特色转化为世界可感知的山城暖意。”吴文龙向记者说道。

像吴文龙这样的青年志愿者有一个专属名字——“Yi小青”。其中“Yi”字蕴含多重美好寓意:翻译的“译”、公益的“益”、友谊的“谊”、驿站的“驿”、求同存异的“异”;同时,“y”可理解为“young(年轻的)”,“i”还可理解为“international(国际的)”。

炎炎烈日下,“Yi小青”们坚守岗位,熟悉的“国际蓝”身影时常可见,他们为往来国际旅客提供便捷、暖心、优质的服务,为持续营造重庆市国际化消费环境注入源源不断的青春力量。

自今年2月以来,重庆市围绕入境消费人群集中的两江新区、渝中区、九龙坡区、南岸区等,在江北国际机场T3航站楼出入境进出口、重庆东站、重庆北站等10个重点区域开展入境消费志愿服务。截至目前,志愿者参与服务超1500人次,覆盖旅客70万余人次,为营造国际化消费环境注入了青春力量。



不久前,泰国知名IP黄油小熊及其姐姐Bianca中国合体首展亮相上海BFC外滩金融中心,现场人气爆棚,商圈客流同比增长20%。
王 迪摄