



探索国际消费中心城市建设新路径



太古里-春熙路商圈夜景



成都IFS爬墙熊猫

培育建设国际消费中心城市，是推动经济高质量发展和加快构建新发展格局的重要举措，对于促进形成强大国内市场、增强消费对经济发展的基础性作用、更好满足人民日益增长的美好生活需要具有重要意义。

新时代国际消费中心城市建设的内涵与要求

城市是人口、经济不断加深集聚的产物，承载着人类追求幸福美好生活的梦想。国际消费中心城市是城市消费经济发展到高级阶段的形态表现，是全球化持续发展、全球消费市场一体化的产物。国际消费中心城市具有丰富的消费内容、高端的消费品牌、多样的消费方式和优越的消费环境，是吸引全球消费者的高度繁荣的消费市场、配置全球消费资源的枢纽中心和引领全球消费发展的创新高地。

2019年商务部等14个国家相关部门正式联合印发《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》，全面推进国际消费中心城市的培育建设试点工作。培育建设国际消费中心城市，既与消费在经济发展中的基础性地位以及推动经济转型升级、实现高质量发展的重要作用有关，也与保障和改善民生、满足人民群众日益增长的美好生活需要密切相关，同时还是应对外部不确定性、加快构建新发展格局的战略手段。新时代我国国际消费中心城市建设必须坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持以人民为中心的发展思想，坚持新发展理念，顺应现代城市发展规律，以促进形成强大的国内市场为基本方向，构建以供给侧结构性改革为主线的发展动力机制，立足中国经济社会建设

动力源具有重要意义。

建设美丽宜居公园城市的内在要求。2300多年的商业历史文化孕育了成都休闲之都、消费中心的深厚底蕴，生活城市、休闲宜居已成为成都最鲜明的城市特质和最亮丽的名片。中央明确支持成都建设践行新发展理念的公园城市示范区，成都将美丽宜居公园城市作为城市永续发展的最高目标形态。建设国际消费中心城市将有利于推动市民生活消费方式由生存型、传统型、物质型向发展型、现代型、服务型转变，让人们拥有更多的获得感和幸福感，使城市综合实力争先进阶与人民生活品质改善提升相得益彰。

实现城市动能转化、城市能级跃升的必然选择。建设国际消费中心城市是成都打造具有国际国内两个市场资源配置功能的重要载体和平台，将助推城市发展向以“服务+创新”为核心的内生型增长模式转变，是实现城市高质量发展的必然选择。加快国际消费中心城市建设有利于抓住新技术变革机遇，促进消费市场中新产品、新服务、新时尚涌现，在新兴消费发展新赛道中推动“弯道超车”能级跃升，从而为支撑西部大开发形成新格局、带动全国实现高质量发展注入新动能。

成都建设国际消费中心城市的现实基础与发展优势

成都，自古因商而立，因商而兴。消费之于成都，既是这座城市历久弥新的特色优势，更是前进的航标。近年来，成都消费潜力稳定释放，文化旅游等传统消费继续繁荣，夜间经济、首店经济、医美消费等新兴消费表现亮眼；国际化水平快速提升，开放合作进展明显，国际消费通道设施建设成效明显；宜居宜业的城市环境持续优化，获评“中国国际化营商环境建设标杆城市”，连续12年位居“中国最具幸福感城市”榜首。

消费市场活跃、消费创新持续涌现。成都常住人口超过2000万，向外辐射四川9000多万人口和西部3.5亿人口，广阔的回旋余地和开阔的市场腹地，赋予成都潜力巨大的经济韧性。2020年成都社会消费品零售总额达到8118亿元，居全国城市第六位。成都居民愿消费、敢消费、会消费，中青年消费人群规模大、占比高，对新兴消费的接受程度高。国内一大批消费新业态、新模式纷纷被成都吸引，争相布局成都。2020年成都引入386家各类型首店，仅次于上海、北京，继续领跑新一线城市。成都也是国际品牌拓展内地市场的首选城市，国际知名品牌数量紧随上海、北京，国际品牌引进率、门店数均居中西部地区之首。

国际消费通道设施支撑作用日益强劲。近年来，成都积极谋划国际战略通道建设，促进全域开放，变交通走廊为消费走廊、经济走廊，不断聚集全球消费资源，增强对周边地区消费的引领和带动力，为实现消费驱动增长注入巨大动能。随着天府国际机场投入运营，成都成为继上海和北京之后内地第三座同时运营双国际枢纽机场的城市。目前成都开行的国际班列连接境外63个城市，截至2021年8月20日中欧班列（成都）开行量超过8700列，综合运营指标持续全国领跑。

消费文化特色鲜明、高度集成。天府之国优渥的自然资源和深厚的历史文化底蕴孕育了包容开放的消费基因。“生活城市”“公园城市”“休闲之

都”成为成都特有的文化标识和软实力。金沙遗址、杜甫草堂、武侯祠等历史古迹彰显出成都独特的巴蜀文化气质，周边还簇拥着青城山-都江堰、九寨沟、黄龙、大熊猫栖息地、峨眉山-乐山大佛、三星堆等世界自然文化遗产。成都消费文化中的川菜美食等独特元素驰名国内外，受到全球消费者的青睐。

成都建设国际消费中心城市的创新探索

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，坚定落实国家培育建设国际消费中心城市的战略部署，成都抢抓战略机遇，为建设充分体现天府文化特色和国际时尚魅力的国际消费中心城市，积极开展全方位实践与探索。

以高规格顶层设计科学谋划国际消费中心城市建设思路。2017年以来，成都贯彻党中央决策部署，先后发布了一系列促进消费经济发展、建设国际消费中心城市的指导意见和支持政策，保障在多领域顺利推进改革创新，为国际消费中心城市建设工作指明了目标、方向与路径。2019年12月，成都市建设国际消费中心城市大会召开，正式吹响了成都从中国西部消费中心、西南生活中心城市迈向具有全球影响力、区域辐射力的国际消费中心城市的冲锋号。

在遵循城市发展规律，准确把握时代特征的基础上，成都明确了建设国际消费中心城市要以顺应人民美好生活向往为逻辑起点，以促进形成强大消费市场为基本方向，以深化供给侧结构性改革为主线，以塑造时代价值、培育战略优势为长远目标，以在世界城市体系中争先进位为战略方向，加快建设全面体现中国特色、时代特征、城市特质的国际消费中心城市。在2020年仲量联行综合测评出的国际消费中心城市全国TOP10榜单中，成都排名第三。

以“三城三都”建设为抓手打造成都国际化消费品牌。成都在品牌发展战略实施中，着力打响“成都休闲”“成都服务”“成都智造”“成都消费”四个品牌，把建设具有世界影响力的文创名城、旅游名城、赛事名城、美食之都、音乐之都、会展之都作为成都冲刺世界城市的“先行军”，借势借力进入国际消费市场，不断提升城市国际美誉度和世界影响力。

以世界文创名城建设培育发展文化消费，打造具有国际影响力和天府文化特色的文化消费中心。以世界旅游名城建设发展培育旅游消费，加快建设对接国际市场、具有中国典范、独具东方休闲神韵的世界旅游名城。以世界赛事名城建设培育发展体育消费，推动国际与国内赛事相辉映、体育赛事与文化旅游相融合，塑造成都特色的城市体育品牌。以国际美食之都建设培育发展美食消费，加快建设全球川菜权威发布中心、国家美食文化交流中心，形成荟萃中外美食、展示多元文化的国际美食之都。以国际音乐之都建设培育发展音乐消费，加快建设具有世界影响力的现代音乐产业领军城市。以国际会展之都建设培育发展会展消费，努力建成“一带一路”会展门户城市和具有全球影响力的国际会展之都。

以满足人民美好生活向往为目的推动消费场景营造。美丽宜居公园城市是成都建设国际消费中心城市的形象识别和价值体现。依托城市特质，成都着力培育高端化与大众化并存、快节奏与慢生活兼具的消费场景，集聚消费人气、增强价值认同、提升城

市品质。

深度挖掘特色文化消费资源，营造生活美学消费场景。将天府文化与时代风尚景象活化于休闲娱乐、美食品鉴、体验购物中，为消费者提供历史文脉怀旧场景氛围体验。传承培育一批“成都味儿”特色小店、老字号店，多维度发展“社交+”业态，让温馨、舒适的消费体验充分体现健康向上、格调高雅的品质生活。

深度挖掘景观生态消费资源，营造公园城市消费场景。尊重、保护山水田园生态本底，以龙泉山城市森林公园、大熊猫国家公园、天府绿道体系等世界级城市生态工程为牵引，打造特色小镇、林盘院落、消费商圈等生态文明物化载体和消费空间。培育“公园+”消费模式，发挥绿色开放空间体系引流聚人兴业作用，满足有益身心、简朴健康、回归自然的生态消费需求，实现绿水青山的生态价值、诗意栖居的美学价值、以文化人的人文价值、绿色低碳的经济价值、简约健康的生活价值和美好生活的社会价值。

深度挖掘硬核科技消费资源，营造新经济消费场景。抢抓新一代信息技术在消费领域深度应用的变革机遇，以消费场景供给引领新经济发展，积极发展数字经济创新服务和产品。加强产业技术与消费的协同应用，鼓励更多消费领域进行技术驱动型革新。建立“城市机会清单+城市未来场景实验室/创新应用实验室”供给机制，实施城市场景创新计划，深化国际消费中心城市新经济新场景新产品发布机制，发布机会清单、释放城市机遇，吸引社会资本和社会组织更好参与消费场景营造。

以构建买全球卖全球能力体系为目标提升消费平台功能。成都建设国际消费中心城市，既包含链接全球、贯通世界的“国际”之意，又氤氲市井烟火、时尚前沿的“消费”之味，更蕴含流量枢纽、要素汇聚的“中心”之义，三者相辅相成、有机统一。成都以服务全川服务西部的担当，加快国际门户枢纽功能建设，逐步成为全球消费体系的重要节点和区域消费市场的重要支点。

加快提升城市通达能力，形成覆盖全球的消费网络。顺应消费外部关联度大幅超越现有尺度，枢纽带动、网络链接、要素运筹能力逐渐成为全球消费竞争核心构件的趋势，充分利用航空一市两场以及中欧班列（成都）等对外交通平台，加快构建完善以成都为核心的“空中丝绸之路+陆上丝绸之路”立体大通道，提升全球消费品中转集疏和国际旅客聚汇通达能力。

搭建高效、柔性、低成本的国际消费供应链体系。加快融入西部陆海新通道，共同建设面向泛欧泛亚的国

际物流供应链，全面提升对生产供给和全球消费资源的配置运用能力。加快培育汽车、电子消费品等领域形成千亿级交易平台，鼓励发展服装、医药、中医药、化妆品、酒类等领域形成百亿级交易平台。与重庆共建“一带一路”商品集散中心等国际消费品牌展会，推动成渝地区双城经济圈文化、教育、美食、体育等交流合作，推动地方产品和服务融入全球大市场。

大力打造具有国际影响力的高能级商圈。对标世界一流，以“生态公园+世界级商圈”为方向，以建设智慧商圈、聚集科技时尚潮流业态、打造时尚消费地标为目标，加快建设交子公园型国际顶级消费商圈。借力国际空港枢纽及三岔湖优美的生态资源，挖掘“航空+入境旅游”客流潜力，高起点策划空港新城临空国际商圈。太古里-春熙路商圈加快商圈景区化建设，通过升级改造多元化设施功能，重塑“百年春熙”形象。有序发展“后街经济”，加快“夜锦江”消费示范区建设，零时差对接国际时尚潮流的“成都消费”影响力稳步提升。

以服务商业投资企业全球布局为导向推动消费政策创新。建设国际消费中心城市离不开市场主体广泛参与，精准的政策引领是吸引企业集聚、创新业态模式、激发企业活力的重要推手。成都以服务商业投资企业全球布局为导向推动消费政策创新，完善消费制度安排，营造良好消费生态，不断提升消费政策的精准度和可及性。

持续深化消费领域体制机制改革。坚持以审慎包容的态度深化消费领域体制机制改革，试点推行商圈和特色商业街负面清单管理制度，为网红经济、买手经济、社群经济等不断涌现的消费新模式、新业态厚植发育土壤。

加快汇聚开放型国际化消费供给主体。全面放开消费市场特别是服务消费市场准入，加快引进具有全球视野和较强品牌运作能力的国际知名商业运营企业，鼓励企业和资本以收购、控股、合作等方式整合国际优质商业资源。

鼓励支持传统消费企业创新发展。支持传统消费企业创新组织形式和经营机制，积极引入有吸引力、有触发性的新消费新体验，发展自有品牌，实行深度联营，向全渠道平台商、集成服务商、供应链服务商、定制化服务商等转型。

加大要素保障支持力度。强化人才支撑、降低消费领域企业运营综合成本，促进更大范围国际高端商业资源在蓉集聚集成和转移转化，以一流的产业链、创新链、供应链、价值链打造一流城市商业魅力和吸引力。

（四川省成都市委党校、成都市社科院联合课题组：伍笛笛 卢燕群）



成都国际铁路港