

构建消费新场景、新业态 成都打造世界级消费中心城市的“谋与动”



近日,商务部等14部门联合印发《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》,提出要用5年左右时间培育建设一批国际消费中心城市。国际消费中心城市是现代国际化大都市的核心功能之一,是消费资源的集聚地,更是一国乃至全球消费市场的制高点,具有很强的消费引领和带动作用。当前,成都、北京、上海、广州、杭州、武汉、南京等城市已积极加入角逐。

目前,成都已明确了建设国际消费中心城市发展路径。2018年,成都提出到2022年,要建成具有国际影响力的消费中心城市。培育一批国家级示范商圈和老字号特色街区,形成商贸、旅游、文化、餐饮、康养5个千亿级消费市场,生活性服务业增加值达到5000亿元以上。比肩北上广等知名国际消费中心城市,成都的底气到底来自哪里?

成都发展 Chengdu Development



成都太古里商圈。

A

“夜经济”点燃消费热情

高品质活力商圈正加速形成

夜幕降临,灯火璀璨的城市中心却刚刚开始热闹起来,锦江河畔的酒吧内隐隐传来音乐,结束了一天工作后的都市人群走进了各大商圈,开启了“逛吃逛吃”的休闲模式。

如果说消费是拉动经济的“三大马车”之一,那么夜间经济就是消费经济的新增长点。在近日公布的《成都夜间经济发展报告》中,成都以90.29分高居2019年全国不夜城综合评分第三名。从占比数据来看,成都夜间经济在全天消费中的占比为45%,位居全部样本城市中第一。

而这份报告的数据正是来源于成都具有代表性的21个商圈,三个月的全时段数据,从消费客流量进行了上百万条数据的采集。结果显示,成都夜间经济的特点是餐饮+购物+休闲娱乐为主力业态。

新场景潮流消费是热点,具有多样、前沿、年轻化特点的339酒吧群成为成都潮流达人的聚集高;在全天客流

消费占比中,339商圈和九眼桥商圈夜间消费客流量各自占比超50%,两大商圈是成都夜间经济商圈典型代表。

夜间经济是成都构建新消费场景的一个缩影。加快建设国际消费中心,成都不仅需要培育新场景新业态,还需注入国际时尚元素,盘活消费存量,建设一个又一个的活力商圈。

“百年金街”春熙路、蜀中“首街”东大街,地处成都最繁华的市中心,今年以来,以春熙路商圈为代表的传统旅游街区正加快转型升级,与周边区域相融合,共同打造高品质的国际时尚、创意社交、文化体验、特色旅游消费场景和生活场景,变成了国际范、时尚化的国际化商圈。

在成都,更多高品质的活力商圈正在加速形成,浸润文化的宽窄巷子商圈,热闹繁华的传统老牌商建设路商圈,这几年新崛起的成都南门各大高端商圈……高端要素和新兴业态在各大商圈内聚集,成为推动成都消费经济持续增长的澎湃动能。

B

首店经济加快“开跑”速度

“公园+首店”探索经济新模式

与“夜间经济”并驾齐驱,“首店经济”也是近年来城市商业的热门词汇。作为商业中心乃至各个城市之间争夺的稀缺资源,“首店”能带动地方的消费潮流与人气热度,其数量的多寡也成为评估城市商业潜力与消费能力的重要指标。

今年4月,成都出台的《关于加快发展城市首店和特色小店的实施意见》提出,到2021年,每年新落户全球性、国际性和区域性的品牌店、旗舰店和体验店等各类品牌首店超过200个、发展特色小店超过300个,其中引进国际首店及世界品牌100个,旨在通过“两店”经济推动成都早日建成国际消费中心城市。成都也由此成为第一次在全国明确提出引进“首店”数量的城市。

而在这场“首店”争夺战中,成都的表现很亮眼。2018年,在国家商务委发布的全国200家首店中,成都仅占比

6.5%。而到了2019年,成都在1-9月新增落户了371家首店,一举超越了2018年全年的首店数量,仅次于上海和北京。

其中,全球首店4家,亚洲首店1家,中国或大陆地区首店37家,西部首店18家,西南首店67家,成都首店244家,成都首店品牌持续发力。

不仅是国际一线品牌的首发站,未来成都还将探索“公园+首店”新经济模式。

在10月召开的“成都首店经济公园商业对接大会”上,成都率先提出“公园+首店”新经济模式,以天府绿道品牌招商为着力点,推动绿道商业、公园商业、“公园+”城市商业综合体首店经济的发展。18个品牌与成都公园商业项目签约,其中4个全国首店,5个西南首店,3个成都首店,这也是成都首店与公园商业擦出的闪亮火花。未来,在“首店+公园”的新模式下,成都的首店将探索更多可能。

C

文旅融合 激发消费潜力

多举措拓展经济增长新空间

今年国庆黄金周,成都成为最吸金的城市。数据显示,国庆假期成都接待游客首次突破2000万人次,达到2017.13万人次,同比增长32.7%;实现旅游总收入286.46亿元,同比增长25.2%。值得关注的是,成都接待游客数量居全国第三位,而旅游收入实现反超,位列榜首。

取得的成绩与成都深耕文旅融合,拓展经济增长新空间的系列举措密不可分。成都市文化广电和旅游局相关负责人介绍,今年以来,成都坚持对外招商引资和对内培育孵化“两手抓”,推进龙泉山城市森林公园、天府绿道、天府锦城等重大项目的文旅植入,加快推进融创成都文旅城、天府国际文化旅游度假区、三郎国际旅游度假区、成都音乐坊、东门遗址、天府视听产业园等重大文旅产业项目建设。

同时,不断推出新的文旅产品,大力发展文旅消费新业态。目前,文旅融合新业态玛歌庄园、66号房车营地已成为网红打卡地,明月村、竹艺村、战旗村等成为成都乡村旅游首选地。此外,成都还是国际品牌酒店汇聚之都,已有华尔道夫、J W万豪、希尔顿、洲际、六善等数十家国际品牌酒店和博舍、崇德里等主题文化酒店。

“我们正大力实施‘文旅+’战略,深度挖掘古蜀、熊猫、美食、休闲、绿道等文化潜力,塑造文化旅游核心IP。”该负责人表示,成都坚持国际视野,推动文旅产业高质量发展,正在引进一批世界级文旅项目,推动一批重大项目建设,打造夜游经济,构建国际化品质化特色化多元化的旅游产品体系。

十三五规划文件提出,将发展文旅产业成为我国支柱产业之一,未来5-10年预计达到15万亿规模,占国家经济总量的15%-18%。成都也将迎来文旅发展新机遇,为成都及四川经济高质量发展提供强劲动能。



优化营商环境促消费 “首证通”行政审批改革模式 向全国推广

2019年是成都“国际化营商环境建设年”。成都高新自贸试验区积极探索制度创新,两年时间形成了90个改革创新实践案例。其中,“首证通”行政审批改革模式已向全国推广。

“证”和“照”是企业进入市场的两把“钥匙”。此前,全国推行“先照后证”改革,部分前置许可事项改为后置审批,对从事一般经营活动的市场主体降低了准入门槛。但对于经营涉及后置许可的项目,依然存在“办照容易办证难”“准入不准营”等问题。

“首证通”打通了“先照后证”改革最后一公里。所谓“首证”,是指市场主体开办时在环保、工商、食药监、城管等部门申请获得的首个审批许可(备案核定)。“首证通”改革是以“首证”作为审批办理“后证”(审批许可、备案核定)的依据,“后证”部门见“首证”后直接“发证”,不再要求市场主体提交重复性申请材料,“后证”部门只做合规性审查。

“以一家小型外贸进出口企业为例,在成都银行办理贷款500万元,每年周转率5到6次的话,可节约年度财务成本42.6万元。”成都高新自贸试验区相关负责人介绍,截至2019年4月,“自贸通”已为54家企业提供各类服务;累计为15家中小外贸企业发放自贸贷,年底自贸贷余额5700万元;累计为10家企业提供自贸惠免费结算服务。

2019年,成都高新区在“首证通”行政审批改革经验的基础上,将招牌承诺审批由餐饮业向全行业推广,并对高新区内的零售商业、银行金融、通讯服务、品牌快餐、房产中介等信誉较好的连锁企业,在店招设置时给予绿色通道,实行“一代多”豁免制审批,即批一次、管多次,批一时、管多时,批一店、管多店。

相关负责人表示,此举将最大限度减少政府对市场活动的直接干预,更大激发市场活力和创造公正透明的营商环境,有效推动依法守规企业的发展壮大,形成诚信守规示范效应,进一步优化营商环境。

专家观点

戴德梁行华西区总经理张裕鹏: 联合“三城三都”建设 构建具有成都特色的 国际消费城市

戴德梁行华西区总经理张裕鹏认为,国际消费城市是指具有丰富消费内容、高端消费品牌、多样消费方式、优越消费环境,吸引全球消费者的高度繁荣的消费市场。其评价维度众多,最为关键性的指标集中于“国际化商圈建设”、“国际性品牌数量”以及“国际化消费方式”等。

成都近年来连续在中国城市商业魅力排行榜被评为新一线城市榜首,国际消费城市的建设优势明显。在商圈建设上,除传统春盐商圈外,成都正加快建设金融城商圈、双流空港商圈等其他国际化商圈;在消费内容和品牌上,成都着力发展“首店经济”。2019年只用半年时间就吸引各类首店237家,成为中国西部首店第一城;在消费方式上,成都“夜间经济”优势明显。由新一线城市研究所公布的“夜生活指数榜单”中,成都的城市夜生活指数排名第五,仅次于北上广深,其中更以2294家酒吧数量超越上海,位居全国首位;从“时尚消费”来看,根据《2018年中国城市时尚指数报告》排名,成都已经与上海并列第一,成为中国最时尚城市,并与北京、杭州一起并称“中国四大时尚之都”。

未来,建议成都继续在消费场景塑造、消费品牌建设、消费热点培育等方面进行重点优化实施。特别是可以联合“三城三都”建设,与成都的旅游市场、音乐赛事等相互融合,构建出具有成都特色的国际消费城市。同时加强“全通式消费”理念,通过对各商圈或街区之间串联,消费时间延长、消费内容丰富,实现“空间全通、时间全通、内容全通”。

华西都市报·封面新闻记者 杨金祝 罗田怡



下载封面新闻APP
加入青蕉拍客得大奖