

2025四川平台经济产业链合作伙伴大会在成都举行 四川平台经济主体已达188万户

平台链百业，一起向未来。9月2日，由四川省委宣传部、四川省商务厅、成都市人民政府主办的2025四川平台经济产业链合作伙伴大会在成都举行，吸引了来自淘天、京东、抖音等头部平台以及标果、得物、焕新生活等新锐企业的200余名嘉宾参会。

四川作为人口大省、经济大省和消费大省，发展平台经济基础良好、优势明显、空间巨大。去年以来，四川明确把平台经济(以电商为重点)列为全省“15+N”重点产业链之一进行深度重构，政策利好频出，目前全省平台经济主体已达188万户，从业人数553万人，总体规模达到4.9万亿元、居全国第六位。

本次大会作为四川首次举办的平台经济产业链活动，旨在通过成果展示、专题研讨、资源对接等活动，打造集“全景展示、深度体验、精准链接”于一体的行业盛会，助力四川平台经济走好从“模式创新”向“生态构建”的进阶之路。

“链接”政策 现场介绍专项支持措施

会上，映潮科技董事长吴超发布了《四川平台经济产业发展报告》，报告显示，四川电商呈现引领中西部的趋势，具备体量和增速双重优势。2025年上半年，四川网络零售额5428亿元，在全国位列第六，在中西部位列第一，同比增速(9.9%)亦领先中西部前五省份。

这背后，四川平台经济正加速从“电商驱动”迈向“平台生态”，逐步形成“平台+产业+服务+跨境+创新”的圈链生态发展模型。数据显示，2023年至2025年上半年，四川网络零售额分别为8676亿元、9548.8亿元和5428亿元，服务型网络零售额占比从43.2%上升至46.2%。

服务型消费强势崛起的同时，跨境电商也在迅猛增长。2024年，四川跨境电商进出口交易规模突破1500亿元，是



2025四川平台经济产业链合作伙伴大会现场。四川省商务厅供图

“十三五”末期的3倍。今年上半年，这一规模达到900亿元，其中出口占比94%，投影仪、女鞋、火锅底料等“四川造”产品内外贸一体化成效显著。

大会现场，四川省商务厅相关负责人介绍，商务厅会同财政厅即将出台支持平台经济产业链高质量发展的政策措施，主要围绕加强主体培育、发展总部经济、夯实园区基地、助力业态更新、开展线上活动、资金人才激励等六大方面，支持电商平台企业发展，持续推动平台经济建圈强链。

其中包括，对规模和增速达到一定标准的电商销售企业和服务企业，给予最高500万元的激励。对来川设立区域性总部或功能性总部的电商企业，以及新设立全国性总部的本土优质企业，根据发展成效给予最高500万元激励等。

“链动”电商 深度绑定头部平台

本次大会上，唯品会集团副总裁张亮、淘天集团副总裁仇亚童、抖音集团公共政策研究院院长康勇、京东集团公共业务川藏总经理梁世杰、标果集团创始人兼CEO罗鹏等平台企业高管相聚一堂，分享四川“平台+产业带”的发展

故事，并作为合作伙伴为四川平台经济下一步发展出谋划策。

仇亚童表示，2024年，四川年成交额超亿元规模产业带数量达102个，相较于去年增加4个。这些产业带分布在成都(86个)、德阳(5个)、凉山(3个)、眉山(3个)、乐山(1个)、绵阳(1个)、雅安(1个)、内江(1个)、遂宁(1个)，数字智能消费新赛道增长势头亮眼。他建议四川进一步加大电商深度赋能产业发展的政策支持，搭建数字化人才培养体系，支持电商平台推动地方品牌孵化与创新发展。同时，加强人工智能行业大模型在垂直领域，尤其是零售电商领域的深度应用。

吴超表示，四川数字服务消费基础优异，“哪吒”“王者荣耀”等IP打造成效显著，他建议四川结合低空经济、银发经济、软件和信息服务等重点产业链的发展契机，将数字服务打造为平台经济新的增长点。

与会嘉宾一致认为，一条四川平台经济发展的主线正日益清晰——以“链长制”为核心，构建起横向联动、纵向贯通的协同推进机制。

根据今年初出台的《推动平台经济(以电商为重点)产业链高质量发展的

实施方案(2025—2027年)》，四川力争推动网络零售额到2027年突破1.1万亿元，网商数量超过200万家，“链主”企业进一步提质增效，对产业带动作用持续增强。

贸产联动 平台带动源头工厂发展

当前，人工智能、云计算及区块链等技术不断取得新突破，平台经济“穿针引线、提链引领”的作用也愈发凸显，有效驱动四川“短板产业补链、优势产业延链、传统产业升链、新兴产业建链”。

一个例子是成都的女鞋产业。借力直播电商，成都女鞋被“店播”的流量选中，去年成都女鞋产业带的抖音电商GMV(商品交易总额，即一定时间段内成交总额)突破40亿元，销售额增长24%，订单量增长15%。“中国女鞋之都”不仅逐渐找回往日的辉煌，过去以“代工”为标签的店铺也找到了实现品牌化发展的新路径。

同时，四川唇功夫、蜀中桃子姐等网红品牌网销已达亿级，雅安鱼子酱、甘孜州野生菌等产业培育出芙思塔、贡极等垂类高端品牌。平台直播实现“零距离产销”，2024年直播网络零售额超千亿元，在电商中占比近20%。

眼下，平台经济正在带动四川源头工厂发展壮大，推动产贸深化联动。

本次大会现场，成都发布了“平台经济产业链主要承载地机会清单”，力争以产贸协同的方式助力更多产业提档升级，提高市场竞争力。

四川省商务厅相关负责人表示，四川将以此次大会为契机，持续强化主体引育，加快提升平台企业能级水平，同时，持续推动融合创新，畅通供需对接、优化发展环境，不断催生平台经济发展新模式新动能，增强“平台+产业”双向拉动质效，探索构建“共建共享”产业生态。

华西都市报-封面新闻记者 易弋力

百年商圈“逆生长” 年轻人爱逛“老工厂” 成都“首店经济”引爆消费新活力

活力中国调研行

成都锦江区春熙路商圈，一家名为GOODBAI的潮玩品牌店西南首店开业仅10天，门口就排起长队，日均营业额超过20万元。无独有偶，在成都成华区东郊记忆，意大利潮牌Brandy Melville西南首店开业当日客流超4万人，销售额破200万元，这样的盛况只是成都“首店经济”火热的一个缩影。

借助“首店经济”的火热，成都焕发出消费新生机。9月1日到2日，2025年“活力中国调研行”主题采访活动四川行首站走进成都，探寻百年商圈“逆生长”、年轻人爱逛“老工厂”的奥秘。

走进坐落于太古里的阿迪达斯四川首个品牌中心、三叶草旗舰店，让人印象深刻的就是琳琅满目的熊猫、火锅等特色元素。“我们这里只需要花20到30分钟就可以定制衣服上的图案，很多国外旅游者喜欢在我们这里定制熊猫衣服，留下独特的城市记忆。”阿迪达斯成都太古里品牌中心客户体验经理艾卓说。

这样有特色的首店，在春熙路商圈不算少数。作为成都传统商业中心，春熙路虽已年过“百岁”，却也借着“首店



游客在东郊记忆潮牌店拍照打卡。

经济”实现“逆生长”。通过聚集各类首店600余家，2024年客流量突破2亿人次，商业营收近千亿元。

同样让“老树”焕发生机，成都成华区东郊记忆则通过转换园区运营机制，利用工业遗存空间载体，全面推进整体升级发展，有机更新、业态活化，让年轻人爱上逛“老工厂”。走进东郊记忆，浓厚的工业气息扑面而来，作为曾经的国营红光电子管厂遗址，东郊记忆在尊重并保留工业遗产，如火车头、老厂房等的

基础上，巧妙地注入了现代文化内容，实现了历史记忆与现代审美的无缝对接。

作为成都年轻人的潮流聚集地，东郊记忆的走红并非巧合，背后蕴含着城市更新进程、文化消费升级以及流量经济模式等多维度的深刻逻辑。园区运营4年来，已成为成都首发经济的新引擎，成功引入超80家首店，包括19家全国首店、20家西南首店，形成了“音乐展演”“数字文创”“国潮时尚”三大首店矩阵。2025年上半年，东郊记忆客流量超800万人次。

“2021年之前，东郊记忆定位音乐公园，我们也仅仅做个房东，不管业态只管租。转型后，我们从开发建设模式转向招商运营，坚持内容业态优先，瞄准年轻人消费能力，拓展园区定位，就是要做年轻人喜欢的国际时尚产业园，最终扭亏为盈，去年净利润超5000万元。”东郊记忆相关负责人说。

据了解，成都首店经济的蓬勃发展，离不开优越的营商环境和政策支持。2025年初，《成都市推动首发经济发展三年行动计划(2025—2027年)》出台，提出到2027年底落地各类首店累计达6500家，高能级首秀首展等首发活动超1000场，打造首发经济地标载体100个。此外，成都还推出了Fa@成都—“我要首发”服务码，企业扫码即可查询相关政策措施和活动信息。以锦江区为例，不仅率先成立全国首个首发经济发展促进中心和首发经济研究院，还联合50余家成渝龙头企业、机构等组建首发经济联盟，赋能产业链发展，实现资源共享、需求对接与协同发展。2025年上半年，锦江区已经举办了各类首展首秀活动28场，落地首店96家。

华西都市报-封面新闻记者 陈彦霏 摄影报道