

活力与情绪价值指数列全国第二,位居新一线城市首位 成都新式小店,让烟火气升腾起消费新动能

成都发展
Chengdu Development

小店经济是城市经济的“毛细血管”,是市场活力的“晴雨表”,更是民生温度的直接体现。2月28日,新民智库《2025中国城市“新式小店”活力与情绪价值指数报告》发布,成都以94.2分的综合得分位列全国第二,在新一线城市中位居首位。

榜单的背后,是成都城市商业版图从“大盒子”购物中心向“小细胞”特色街区的深刻变革。在拉动内需的大背景下,成都如何以烟火气为底色,以情绪价值为引擎,让街头巷尾的“小店经济”汇聚成拉动经济增长的强大动能?

华西都市报·封面新闻
记者 赖芳杰

老味新调 绘就有温度的消费新场景

竹藤椅一靠,咖啡半日摇。在成都,喝咖啡可以与市井文化紧密相融,地道得很。青砖瓦墙、竹椅茶桌保留着老成都茶馆的经典韵味,一旁的现代咖啡机却滋滋作响。一杯名为“变脸拿铁”的饮品,将川剧脸谱艺术拉花与淡淡花椒风味完美融合,店员即兴的变脸表演,让喝咖啡从单纯的味觉体验升级为沉浸式文化社交。老茶客坐在竹椅上品着盖碗茶,年轻游客举着手机打卡拍照,川剧唱腔与磨豆声在街角交织,这不仅是业态的融合,更是城市历史与现代潮流的对话。

数据显示,成都目前拥有咖啡馆超7000家,数量位居全国第二,其中独立咖啡馆占比超过八成,远高于全国平均水平,彰显出城市对个性经营、小微创新、多元业态的高度包容。除咖啡业态外,文创小店、特色餐饮、新式茶饮、非遗体验、生活美学空间等各类新式小店超过12万家,覆盖历史街区、产业园区、商业综合体和居民社区,成为城市消费最活跃的组成部分,也为稳定就业、改善民生提供了坚实支撑。

新式小店绝非对传统烟火气的背离,而是成都“老味新调”融合创新的生动注脚。在这里,传统文化的底蕴与现代消费的活力和谐共生,勾勒出一幅极具温度的消费新图景。多年来,成都坚持在传承中创新、在保护中发展,将传统市井文化、民俗特色与现代消费需求有机融合,让老街区焕发新生、老味道吸引新人、老品牌拓展新市场,走出一条独具特色的文化消费融合之路。

创意奔涌 “主理人经济”点亮城市街角

青年是创业创新的主力军,也是消费潮流的引领者。成都新式小店的快速崛起,离不开一大批有想法、有创意、有情怀的青年创业者。报告中,成都全国领先的“独立指数”,背后是无数个体主理人构成的庞大创业群落。他们以审美为语言、以故事为内核,让小店成为承载个人表达与情感连接的“微型城市客厅”,从而激活了消费增长的微小细胞。

近年来,成都持续出台青年创业支持政策,不断降低创业门槛、优化创业服务、完善创业生态,吸引大量年轻人返乡留川创业就业。数据显示,成都新增新式小店中,“90后”“00后”创业者占比超过六成,独立设计师、文创手作人、咖啡师、餐饮创业者集聚发展,形成了独具特色的“主理人经济”生



成都邛崃天府农趣乐园,市民在花田中吃火锅。成都文旅邛州公司供图



食客在成都宽窄巷子景区内边吃火锅边观看“变脸”表演。图据新华社客户端



在位于成都玉林片区的星星瓷器店内,顾客正在拍照打卡。图据新华社客户端

态。小店虽小,却连接着大市场、大民生、大消费,成为繁荣城市经济、丰富消费供给的重要力量。

成都的潮流不是“舶来品”,而是“本土根”。东郊记忆作为成都工业文创潮流地标,集聚了大量本土原创潮牌、独立设计工作室与潮流消费空间。其中,1807作为成都本土成长起来的国潮品牌,深耕蜀地文化元素,将大熊猫、蜀锦、街头文化与现代潮流设计相结合,产品深受年轻消费者喜爱,门店遍布全国多个城市,并多次亮相国内外潮流展会,成为成都本土品牌走向全国的典型代表。园区内,国际潮流品牌与本土原创品牌共生共荣,文创空间、艺术展览、音乐展演空间、手工作坊多元集聚,形成了年轻人喜爱的潮流聚落,成为

城市文旅消费新地标。

在玉林片区、望平街等热门消费场景,独立书店、特色咖啡馆、手作体验店、生活方式店等小店扎堆涌现,形成特色鲜明的小店集群。消费者愿意为这些“主理人故事”买单,本质上是情绪价值、为独特体验买单。这种基于情感认同的消费,让成都新式小店远离了同质化的价格战,转而形成了以“个性”为标签的竞争优势,个体创业的热情正源源不断地转化为城市经济增长的新动力,也为全省小微市场主体创新发展提供了鲜活样本。

社区商业 让烟火气直达生活末梢

在成都,逛街不再是穿梭于钢筋水泥的“购物任务”,而

是一场漫步城市、触摸历史的体验之旅。随着消费升级不断深入,消费者从“买商品”转向“买体验、买生活、买氛围”,传统标准化商业形态已难以满足多样化需求。成都抢抓消费变革趋势,大力推进非标商业、开放式街区、社区商业等新场景建设,以“松弛感”“沉浸式”“生活化”为核心,重塑城市商业空间逻辑,打造更具温度、更具活力、更具吸引力的消费生态。

作为全国开放式街区商业标杆,成都太古里将商业建筑与城市街道、历史文脉、公共空间深度融合,实现国际品牌与市井小店、现代商业与传统文化和谐共生,让逛街成为漫步城市、感受文化的休闲体验,成为全国商业载体创新的典范。REGULAR 源野依托独特的下沉式空间与自然景观,打造舒适松弛的社交消费场景,年均接待客流超180万人次,消费者平均停留时长远超传统封闭式商场,凭借优质的场景体验成为全国知名的“非标商业”代表。

望平街、猛追湾、玉林西路等老街区,通过城市更新与场景营造,将老旧街巷改造为特色消费街区,保留原有市井肌理,引入特色小店、文创空间、轻食餐饮、生活美学店,让老城区重焕新生。社区商业则更加注重便民化、生活化、品质化,把消费场景搬到居民家门口,让烟火气直达生活末梢。这种“去中心化”的布局,让消费不再是特定人群的专属行为,而是融入了全体市民的日常。

烟火气最抚凡人心,小店旺则经济兴。从核心商圈到背街小巷,从地上空间到地下场景,成都生动地证明了,消费不仅是数据和增长,更是温度与情感。在这座城市,每一家小店的微光,都汇聚成了拉动内需、激发活力的有机力量,让城市更有质感、发展更有潜力。