



消费日益成为拉动经济增长的基础性力量。党的二十大报告提出,要着力扩大内需,增强消费对经济发展的基础性作用。

成都自古以来就是一座消费城市,从“列备五都”的兴盛繁荣到“扬一益二”的富甲天下,再到如今的全国消费“第四城”,不仅辐射西部3.8亿人口,更拥有丝绸之路经济带广阔的市场腹地。立足自身优势,市委十四届二次全会首次提出,将围绕加快建设国际消费中心城市做强核心功能。

作为成都消费最活跃的区域之一,近年来,锦江区积极抢抓成渝地区双城经济圈建设、建设践行新发展理念的公园城市示范区等重大战略机遇,加快建设国际消费中心城市核心区,聚焦打造消费新场景、创新消费新业态,持续擦亮“来成都到锦江,推门就是美好生活”的城市名片。

锦江区如何深入推进国际消费中心城市核心区建设?成都日报社联合成都市委政研室开展的2023“中国式现代化成都篇章”调研行联合调研组第四站走进成都锦江区,探访他们如何创新方式方法,吸引消费潮流,拉动消费需求,为建设践行新发展理念的公园城市示范区贡献更多锦江力量。敬请关注!



春熙路商圈是成都展示城市形象的重要窗口,也是城市商气的顶级流量

“三圈融合”推进国际消费中心城市核心区建设

调研报告



中共成都市委政策研究室、成都日报社联合调研组

市委十四届二次全会首次提出,将围绕加快建设国际消费中心城市做强核心功能。建设高品质商圈是助力国际消费中心城市建设的载体,对此,成都已明确提出将培育多层级商圈,通过对照商务部《城市商圈建设指南》,制定成都市商圈发展规划(2022—2026),构建分层分类的城市商业布局。

锦江区因商而立、因商而兴,它的繁华气质,缘于千年穿城而过的濯锦之江,缘于熙来攘往,2022年,锦江区实现社会消费品零售总

额1314.1亿元,连续19年位列全市第一。作为成都市消费最活跃的区域之一,锦江区如何通过多层级商圈的融合发展,深入推进国际消费中心城市核心区建设?

成都日报社联合成都市委政研室开展的2023“中国式现代化成都篇章”调研行联合调研组第四站走进成都锦江区,对话决策者、建设者和商家,探访他们如何创新方式方法,吸引消费潮流,拉动消费需求,并以调研报告的方式,展示锦江区各层级商圈的发展现状和创新举措。

如何升级顶级商圈

春熙路商圈一直保持领先活力与优势的背后,是其不曾停下的商业格局调整和业态更新升级

爬墙熊猫、裸眼3D大屏……在现代高楼与仿古建筑和谐相融中,各种顶级奢侈品牌与新潮时尚产品被布局在开放式街区。后起之秀的新潮时尚,映衬出传统商业街迭代升级的紧迫性。

对此,“提质打造春熙路等高品质商圈”被写入了市第十四次党代会报告,为春熙路商圈的提档升级定下基调。据规划,春熙路步行街提档升级项目总占地面积约360亩,具体包括对步行街范围内建筑进行改造,修缮改造面积约80万平方米。对春熙路步行街东、南、西、北段及北中南新街、青年路等进行路面、标识、

管网、建筑立面和智慧场景改造提升,利用空地建设智慧停车场、充电桩等设施,全力提升街区整体形象。

春熙路商圈也在借用商圈外的商业力量进行迭代升级。2023年《成都市锦江区人民政府工作报告》提出,“加强与成都国际铁路港合作,会同青白江区在春熙路商圈打造成都国际铁路港进出口商品展示交易中心。”

采访当天,记者在红星路广场上遇到了为期8天的“陆港枢纽青白江·安逸蓉城购全球”亚蓉欧国家(商品)馆夏日购物节暨成都进口商品展销活动。青白江区国贸和物流局相关负责人告诉记者:“春熙路商圈客流量大,知名度高,我们希望通过这次活动能够让市民零时差、零距离享受全球优质产品。”

与青白江区合作,是锦江区打造“两港一圈”格局的重要组成部分,即利用锦江区春熙路时尚商圈流量优势和双流区航空港、青白江区陆港主枢纽优势,强强联合,打造国际消费新场景,激发城市消费新活力。

城市有机更新工作,在保护和延续城市文脉的基础上实施城市更新,让城市留下记忆,让人们感受文明,提高城市辨识度,让美好和活力在城市里充分涌流。

二是创新场景营造,打造夜间经济。“和我在成都的街头走一走,直到所有的灯都熄灭了也不停留”,在锦江,白天的街巷热闹非凡,夜晚也是游人如织。

近年来,锦江区积极推进文旅市场消费升级,探索营造夜游、夜市、夜展、夜秀等文旅消费新场景、新业态、新模式。比如,以东大街和锦江为主轴,打造夜游、夜市、夜展、夜秀等主题场景,贯通春熙路、锦东、东村、交子公园四大商圈,形成商旅文体融合发展的夜间经济发展氛围……其中,兰桂坊等19处点位入选“夜成都”示范街区,“夜游锦江”成为全国夜间经济新名片,春熙路大慈坊成功创建首批国家级夜间文化和旅游消费集聚区。

徐基权介绍,未来,锦江区将坚持打造以夜间购物潮地、夜间美味去处、夜间视听秀场、夜间运动场馆为重点的夜间经济消费场景,更好地满足市民游客日益增长的美好生活需求,让全域旅游的美好画卷在锦江区越绘越美。

质的青年活动、“双创”空间,导致居民融入度不高,归属感不强。”

对此,成龙路街道联合兴城人居,按照“政府主导规划、居民需求牵引、企业资源联营”的思路,在R29商业中心核心位置打造R29社区生活空间。从小朋友、老年人,到网红主播、外卖小哥;从社区食堂、坝坝茶馆,到锦小牛充电站、共享会议室……R29社区生活空间锁定各年龄段居民的多维度需求,创新运用“党建+社区商业”理念,推动党建政务和商业服务场景的有机融合,创造多元消费场景。

R29社区生活空间之所以能够形成声势,在于有效推动商圈自身优化发展的同时,成为区域综合服务中心、共建共治共享中心,深受附近居民、商家的欢迎,这得益于党建引领下的资源整合,以及对辖区特点、服务需求、服务短板的精准掌握,为加快城市一刻钟便民生活圈建设作出了有意义的探索。

(报告执笔:成都日报锦观新闻记者陈仕印;调研组成员:中共成都市委政研室黄建华、刘燃;成都日报锦观新闻记者何晓蓉、陈伟、陈仕印、张舟、黄琴;中共成都市委政研室) 制图:姜蓉



中共成都市委政研室、成都日报社联合调研组

一线思考

“四个聚力”做强时尚消费引领核心功能

党的二十大报告指出,“高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务”“要加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”。成都建设国际消费中心城市,承载着建设中国西部具有全球影响力和美誉度的现代化国际大都市的重要核心功能。作为中心城区,近年来锦江区立足资源禀赋和发展实际,坚定落实党中央和省委、市委部署要求,抢抓成渝地区双城经济圈建设等重大机遇,聚焦“三个做优做强”“九个有力有效”“三个特别注重”等部署要求,以建设春熙路国际顶级商圈为牵引,切实做强时尚消费引领等核心功能,全力建设国际消费中心城市核心区,连续19年社会消费品零售总额全市第一,连续5年入选“赛迪全国百强区”。

聚力推进重点片区项目集聚攻坚。精心编制了东大街焕新升级、城市会客厅建设等重要规划,加快完善商圈产城规划和重点片区项目产业设计,加快建设天府茂业城等百亿级商业地标,加快呈现邛家祠、CX年轻力中心、太古里后街等一批昭示性项目,加快水利都、中环广场等重点商业升级,加快构建春熙路时尚消费极核、书院街品牌经济融合体验区、华兴街川味步游区等“一核五区”发展格局。

聚力打造国际时尚消费品牌集聚地。以大慈寺北片区等百亿级项目为牵引,加快推进四圣祠、C8地块等重点项目,以IFS和太古里为中心外延打造国际高端品牌走廊街区,大力发展首店首发首秀首展产业,加快吸引更多国际一线品牌聚集发展。目前,全区

聚集各类首店达630家,国际一线品牌75个,国际知名品牌670个,培育全球、亚洲等销冠52家,品牌渗透率和聚集度全国领先。

聚力打造国际高端商务承载地。依托盐市口、人民南路区域外国领事机构、五星级酒店、高端商务楼等资源聚集优势,深入实施补链强链、数字消费创新引领等行动,加快推进红照壁、仁恒置地二期、滨江5号等高能级项目建设,大力招引世界500强等龙头企业,推动国际国内知名时尚设计、时尚策展、智能制造、知识产权服务等产业链高附加值企业加快落地,试点建设智慧商店、智慧街区、智慧商圈,春熙路商圈和成都IFS分别获评全国首批智慧商圈和智慧商店。

聚力打造国际文旅消费首选地。以成都“十二月市”“四潮专线”为牵引,推动天府文化传承创新,依托城市公园、天府绿道、天府锦城等项目,加快建成春台市锦二期、超级兰桂坊等重要节点,大力构建夜间经济、户外经济、假日经济等新消费场景,精心打造大城揽胜、蜀都万象等8大“城市观景台”,丰富拓展“夜游”“夜市”“夜娱”消费模式,“夜游锦江”助力成都位居全国十大夜游城市之一,多次被央视等主流媒体报道。

下一步,锦江区将全面贯彻落实党中央和省委、市委部署要求,以成都建设国际消费中心城市为契机,加快建设春熙路时尚商圈,与交子公园商圈等协同联动发展,吸引更多高端商业载体、国际一线品牌和首店聚集发展,合力做强成都时尚消费引领核心功能,努力为建设践行新发展理念的公园城市示范区贡献更多锦江力量!



白英华(戴德梁行大中华区策略发展顾问部董事)

专家观察

努力承担核心驱动和创新示范的角色使命

建设国际消费中心城市是国内消费市场升级的高级形态,同时也是紧密对接全球消费市场以及吸引全球消费者的平台和枢纽。成都,在国际消费中心城市建设方面积极对标国际经验紧追北京、上海等一线城市。随着市委十四届二次全会提出“成都将围绕加快建设国际消费中心城市做强核心功能”,成都迎来了国际消费中心城市建设的集中发力期。

成都在国际消费中心城市建设方面的优势条件,首先表现在消费文化特点上。成都是一个有传统生活习惯的城市,成都人都热衷于消费,重视生活品质,不仅这种消费习惯一直走在全国前列,而且“物美价优”的消费特点比较突出。这种“文化基因”为成都消费性产业高度集聚,以及新消费发展提供了巨大支撑。

其次,在消费人口规模上,成都作为国家中心城市和门户枢纽城市,常住人口超2100万,消费市场辐射西部地区近4亿人口、同时连接东南亚、中亚和欧洲等15亿人口的国际消费市场,这些庞大的人口红利都为成都迈向万亿级消费市场提供了更多可能。

再次,在国际化要素条件上,成都拥有国内第3个国际枢纽机场、中欧班列(成渝)开行量连续四年保持全国第1、世界500强企业和领事机构数量中西部第1、以及国际会展频繁、国际往来密切、国际贸易强市等众多基础优势。

另外,在特色文旅资源上,底蕴深厚的成都拥有大批世界级历史文化遗址,古蜀文化、三国文化、大熊猫文化更是举世闻名,天府文化的国际影响力也在日益提升。

这些优势条件为成都在上海和北京之后,成为国内首店经济第3城提供了强有力的支撑。过去五年,成都新落户首店超2100家,其中包含多家全球首店、中国首店、西南首店,首店经济已经成为成都推动国际消费中心城市建设的核心内容。

提到首店经济就不得不提成都引入首店最多的区域——锦江区。锦江区作为国际高端资源富集的中心城区,因商而立、因商而兴,社会消费品零售总额连续19年位列全市第一,世界500强分支机构以及外国领事机构数量均位居全市第一,且全市70%外资金融机构落地锦江。区内充裕的人才、科技、文化、教育等资源条件不仅为外来首店品牌提供了强力支持,IFS、太古里等区内地标性商业更是以全新的文化业态及科技赋能的新零售模式,为锦江区首店经济的加速发展提供了重要驱动。

锦江区作为国际资源要素富集、商业优势全国领先的中心城区,未来更应该在成都国际消费中心城市建设中承担起核心驱动和创新示范的角色使命,全力将春熙路打造成为具有显著识别度、世界顶级商场云集、持续更新蜕变的全球性商业地标;利用首店经济的发展利好,举办更多首发首秀首展,加快引育更多策展式、沉浸式等新消费业态,打造原创品牌首发地;以历史积淀和文化底蕴作为吸引消费的持久动力,全面打造面向世界游客的全球文化艺术消费胜地;结合中心城区的城市有机更新和产业迭代升级,推动商旅文娱多业态融合发展,实现城市新活力中心再造。