

政策发力 消费市场“热”潮涌动

线上平台,极速涌入的东南亚小年轻分享着“二刷”甚至“三刷”成都的内容,用实际行动表明:对成都这座城市有多喜爱;以旧换新成效扩大,对消费市场拉动作用增强。截至12月18日,成都3C数码产品消费券核销3万张,直接拉动消费1.7亿元……

成都是西部消费中心城市、全国第2个社会消费品零售总额突破1万亿元的省会城市,建设国际消费中心城市具备独特优势和有利条件。

今年以来,在政策和市场双轮驱动下,消费规模持续扩大,消费新场景、新业态、新模式不断涌现,积极探索促进消费扩容提质和推进高水平开放有机结合的新路子,全力以赴提升“成都消费”核心竞争力和国际影响力,消费市场“热”潮涌动。

这一年

成都持续推出
四轮“汽车消费奖励活动”

截至12月15日

成都市汽车消费奖励活动

合计申请

82221笔

拉动汽车消费

158.78亿元

四川省汽车置换购新活动

成都市产生补贴申请

8.48万件

拉动汽车消费

173.84亿元

国家汽车报废更新活动

成都市产生补贴申请

5.12万件

拉动汽车消费

89.6亿元

持续激发
消费升级新活力

11月16日,成都今年第四轮汽车消费奖励活动开启,活动总金额为1亿元。相较于前三轮的奖励活动,这次有两大创新亮点——成都市汽车消费奖励活动可和国家、四川省活动叠加,给消费者最大程度的福利;同时,购买二手车亦可参与成都市汽车消费奖励活动。

促消费政策持续发力显效,消费潜力不断释放。

前不久,市商务局发布数据:5月-12月,成都持续推出四轮“汽车消费奖励活动”,截至12月15日,成都市汽车消费奖励活动,合计申请82221笔,拉动汽车消费158.78亿元;四川省汽车置换购新活动,成都市产生补贴申请8.48万件,拉动消费173.84亿元;国家汽车报废更新活动,成都市产生补贴申请5.12万件,拉动消费89.6亿元。

强化政策协调和工作协同,逐步建立“去旧更容易、换新更愿意”的有效机制,带动企业持续受益,更拉动消费不断攀升。

这些数据的背后,是一系列稳增长政策的持续发力。

今年2月,印发的《成都市加快打造国际消费中心城市实施方案》,以“新”为统领,基于成都优质消费资源,强调着力构建多元消费模式。最新印发的《成都市消费空间专项规划(2024—2035年)》明确成都消费行业未来“提升商品消费、扩大服务消费、拓展新兴消费”的发展重点。

连着供需两端,既惠企又利民、既利当前又利长远,成都健全消费新场景新业态培育机制,推动实施“一区一特色”分级分区商圈打造行动,推动春熙路、交子公园等商圈与全球顶级商圈联动打造国际时尚消费地标,优化各类企业参与消费场景营造机制;线上线下搭建产销



春熙路繁华夜景。

对接平台,建立政策奖补实时核算兑付系统……以政策机制创新持续激发消费升级的新活力。

完善“成都消费”
品牌建设体系

成都东郊记忆艺术街区,平均一天一场的国内外知名艺人演唱会,吸引无数年轻人扎堆;三体沉浸式艺术展、苏东坡沉浸式宋韵艺术展等场景,带来全新感官体验……今年的“五一”,东郊记忆成为许多游客争相追捧的热门目的地——不过5天,60余场活动吸引超过55万人次入园,客流同比增长140%;曝光量超过2亿次,同比增长150%。

作为消费新场景,活化利用工业遗存资源,通过数字技术改造提

升传统旅游消费场所,让工业遗址“留下来、潮起来”,是东郊记忆“出圈”的关键。

新的消费场景加速涌现,新的品牌正持续激发人们的消费热情。眼下,在消费领域,“首发”二字似乎总能抓住大家的目光,它意味着新的产品亮相、进驻,甚至是新的生活方式和理念。

“首店”是“首发经济”中的重要内容。

为进一步积极抢占“首店经济”优势,前不久,成都市商务局发布《成都市商务商贸园区“产业集群提能级攻坚”行动方案》中就曾透露,未来将重点培育多个服务业聚集区、重点商圈,预计到2025年、2027年、2029年底,推动全市商务商贸园区分别新落户高能级首店130家、145家、160家以上,分别开展首秀、首发、首展活动

30场、40场、50场以上。

从积极培育文娱旅游、体育赛事、国货潮品等国际消费新热点,再到打造医疗美容、川派餐饮、中医药等“成都服务”品牌,举办国际车展、国际美食嘉年华等展会活动,成都正持续完善“成都消费”品牌建设体系,并深化国家消费品工业“增品种、提品质、创品牌”战略示范城市建设,加快打造全球优质消费资源集聚地,以优质供给,激发消费活力。

着力打造
国际游客首选城市

“从大慈寺走出来,是一个很酷的购物区。太古里,这里几乎有你能想象到的所有奢侈品品牌,当然,还有很多我以前没听过的商店,里

面各种精美的商品真的让人很有购买的冲动。古老又现代,我真的太爱这里了。”7月,视频博主Zam在自己社交媒体的分享中这样讲述自己的第一次成都旅行。

越来越多外国游客出现在成都街头,许多外国游客在社交媒体上称:“还会再来。”但如何将这些“流量”变为“留量”?便捷的服务、消费业态丰富和产品升级是核心。

精准解锁“服务”。从便利化入手,成都持续“加码”。

例如,今年3月,成都发布《外籍来蓉人员消费支付服务指引》,在指引中公布了成都天府国际机场携程外币兑换点、19个外币代兑酒店、18个外币现钞兑换示范银行网点,以及157个外籍人员开户重点服务银行网点信息。

为让“老外”“不见外”,成都又在9月初,公布了第一批离境退税“即买即退”商店名单。在成都IFS、符合条件的境外旅客在商场内所有退税商店消费后,拿着购物小票和退税申请表,就可直接前往商场集中退付点申领退税款,当场就能办理退税,拿着现金后还能继续进行二次消费。

刚刚,成都又掀起了新一轮的消费热潮——成都市商务局在12月20日至明年2月14日推出其乐融融“蓉”新春消费季,而消费季聚焦年货购物、以旧换新、餐饮消费及文体消费四大消费主题,联动各区(市)县将推出200余场促消费活动,为的就是让市民游客在成都可以玩得过瘾、买得尽兴。

细节中看到用心。用好过境免签、市内免税店设立等政策机遇,成都在完善机场、公共交通工具、酒店商场、景区景点、街巷等场所外语标识设置的细微处用心,在开展线下支付、离境退税、消费维权、体验评价等便利化服务中创新探索,着力打造国际游客首选城市。

成都日报锦观新闻记者 孟浩
本报视觉视觉中心供图

优势产业带
“跨”出新机遇

在成都,一家已经成立近30年的老制鞋厂在跨境电商的赋能下,正发生着新的变化——成都卡美多鞋业有限公司一直以线下外贸业务为主,年初开始尝试把产品放到跨境电商平台上销售,不过半年,就把二十万双鞋卖到了北美、欧洲的十多个国家和地区,拉动企业产值增长超过20%。

跨境电商链接不同产业,从鞋靴、食品调味品到家具、电子产品等大件小件,各行各业都可以通过跨境电商链接到全球市场当中。与此同时,跨境电商带动传统制造企业和贸易企业转型,推动了新业态发展。

川调产业是成都的特色产业之一。火锅底料、辣椒酱、豆瓣酱等产品通过跨境电商方式已经进入国际市场,让川调的国际知名度和影响力逐年提升。

“对于出海,终于敢想了。”这是走出去的企业家们最普遍的感受。

“一个正在发生的变化——相较以前,越来越多产业带上的中小微企业关注或尝试出海,而对于那些货品已经出口多年的企业来说,则是贸易产品结构升级,拓展到产能合作、技术输出等更加高质量的层面。”在成都全球跨境电商服务资源中心相关负责人看来,企业在观念上的转变,正渐渐地体现在行动上和实践上。

城市的开放很大程度上取决于企业“走出去”和“引进来”。得益于成都近年的对外开放,在政策鼓励、市场机遇的双轮驱动下,让许多成都企业有了顺势而为的机会,对接拓展国际市场。数据显示:今年以来,成都跨境贸易电子商务公共服务平台新增备案企业511家,累计达3523家,带动超10000家企业实际应用跨境电商。

众所周知,成都传统产业基础雄厚,地方特色优势突出。

在成都市跨境电子商务协会秘书长吴悦看来,跨境电商能帮助企业把传统外贸中的中间市场转换成终端市场,贴牌市场转换成自主品牌市场,中低端市场转换成中高端市场,扭转传统外贸企业在国际市场的不利局面,“产业带工厂要积极‘触网’,借助跨境电商实现数字化转型和国际化发展。”

四川丝路易购科技有限公司运营的云港物流通平台累计服务用户超10万家,累计注册四川外贸企业超1200家,最高年度电商报关超300万单。该公司总经理何易说,近年来,更多企业把目光瞄准海外市场,通过跨境电商渠道实现“走出去”的第一步。



一双鞋子“踩”出欧美市场爆款,一罐“四川辣酱”成为海外抢手货,再从成都设计生产的家具家居到穿戴使用的电子产品……伴随着跨境电商产业生态的日趋成熟,“成都造”正加速走向世界。

数据折射出产业活力。作为西部地区唯一一个跨境电商交易额超千亿元的城市,成都已经连续七年保持高速增长态势。

为何成都与跨境电商产业如此“合拍”?究其背后,一则是历史,千年商都的丰富外贸经验和资源,为跨境电商的发展奠定坚实基础;二因为当下,得益于产业和服务优势,中国(成都)跨境电子商务综合试验区已经培育了肥沃土壤。

资源集聚推动蓉品“出海”

12月18日,中外运-敦豪(简称“DHL”)西南国际快件转运中心项目(以下称“DHL转运中心”)正式投入运营,其配备高度自动化分拣系统,投产后其处理能力将提升3倍以上。

作为唯一在蓉开通直航的国际快递企业,DHL在成都的转运中心服务范围辐射至四川、重庆、陕西、贵州、云南等地区的6个服务中心,可通过DHL直航货运航班快速发送到DHL位于中国香港的中亚枢纽,随后运送至全球。中外运-敦豪高级副总裁克里斯·威廉姆斯称,“DHL转运中心将推动西部地区货物走出去、全球好物运进来。”

不只DHL,围绕跨境电商所需要的支付、数据等中小型跨境电商生态

链服务企业,也都在成都乘上了这股跨境热的“东风”。

“2024年以来,中心共增加百余家服务商等企业主体入驻,使成都综合试区的跨境电商生态愈发丰富和完善。”根据成都全球跨境电商服务资源中心相关负责人介绍,将继续加快推进“成都跨境电商+产业带出海”相关工作,坚持“集聚跨境电商服务资源带动产业发展”思路,加快引育外综服等生态服务资源。

政策赋能是产业生态构建中的关键。

取消跨境电商出口海外仓企业备案,简化出口单证申报手续,扩大出口拼箱货物“先查验后装运”试点……海关总署出台的进一步促进跨境电商

出口发展的优化监管措施于12月15日正式实施,其中明确了在成都等城市开展两项监管模式全国性试点。

在当下要用足力气坚定发展,对未来发展要鼓足勇气大胆创新。

《成都市推动跨境电商高质量发展三年行动计划(2023—2025年)》中明确,到2025年底,成都都将布局建设跨境电商产业园区20个以上,培育跨境电商优势产业带15个以上,集聚跨境电商备案企业4000家以上,带动实现交易规模1400亿元以上,实现成都全球跨境电商服务资源中心产业集群、综合服务、创新驱动的优化提升,建成辐射中西部的跨境电商最优产业生态圈。

随着跨境电商生态日趋成熟,营销、支付、海外仓等环节的一批批优质服务商,正不断地向成都发展机遇,也势必带动更多的蓉品“出海”。

持续创新只为跨境“无忧”

如今,越来越多传统外贸企业“乘风出海”,转型涉足跨境电商,并积极主动入驻平台、加强产品研发、开拓国际市场。成都跨境电商产业生态持续优化。

12月16日,随着一批拼箱出口的跨境电商货物在位于成都市青白江区的成都国际铁路港完成理货、申报、查验、放行、装箱等操作,标志着“先查验后装运”监管模式正式落地成都国际铁路港,该模式也是继海关总署《关于进一步促进跨境电商出口发展的公告》生效后首个落地西南地区的试点业务。

根据作为试点企业的成都新一带供应链有限公司相关负责人余霞的解释,区别于传统的普通散货集拼模式,新模式在时效与成本控制

上实现了新突破。“集货完成到顺利通关放行这一关键流程,时间缩减2-3天,让货物能更快抵达市场前沿;成本支出更是减少20%以上,极大减轻了企业的资金周转压力。”

凭借不断优化的服务,企业活力被持续激发。

传统生产型企业“出海”意愿强烈,跨境服务体系持续优化,一系列政策协同配合、精准发力,这些都让跨境电商成为成都外贸新的增长极。统计数据勾勒出了火爆的态势——2024年1月-11月,成都市跨境电商爆发式增长,线上公共服务平台完成跨境电商进出口申报202.6亿元,同比增长135.23%。其中成都企业通过线上公共服务平台完成跨境电商进出口申报202.6亿元,同比增长117.04%。

能跑出货物进出口的“加速度”,离不开成都全球跨境电商服务

资源中心的对内深化改革,探索形成了具有成都特色的“产业公共服务体系”驱动模式。

在成都全球跨境电商服务资源中心的线下展厅,能够很直观地感受到“产业公共服务体系”所构建的生态环境:中心具备跨境电商招商引资、产业品牌推广、产业大数据展示、人才培训交流、外商协会业务联络等公共服务功能,还集聚了营销、交易、交付、研发等各类服务资源。

“成都产业集团下属成都信通信息技术有限公司是中心项目第二阶段建设运营主体。近三年中心累计向3000多家企业提供问题咨询、数据核验、资源对接、选品推荐等服务,组织各类跨境电商业务培训、政策宣讲、招商推介、人才服务、产业带出海等活动300多场,累计参与10000余人次。组织行业专家开展跨境电商产业研究,输出相关行业研究报告和标准10余份。”上述中心相关负责人说。

孟浩/文 采访对象/供图