

江苏宣传工作动态

社科基金成果专刊

第 39 期

中共江苏省委宣传部

2021 年 11 月 29 日

江苏应加快推进国际消费中心城市建设

摘要：南京审计大学彭冲、徐振宇研究认为，江苏推进国际消费中心城市建设的十分必要和重要，但存在传统消费增长趋缓、新型消费发展滞后，收入增长滞后经济发展、城市吸引力不强，政策举措不充足、研究储备不够等突出问题。建议精准优化消费结构，促进消费提档升级；创新扩增消费举措，提升多样化差异化；破解体制机制束缚，全面增强消费活力；打造复合消费载体，促进现代消费方式。

新发展格局下，加快培育建设国际消费中心城市对于江苏扩容提质消费，打造“双循环江苏样本”具有重要意义。南京审计大学彭冲承担的江苏省社会科学基金项目“大数据视角下交通可达性驱动江苏消费活力提升的机制研究”，分析江苏推进国际消费中心城市建设面临的形势和存在的问题，提出对策建议。

一、江苏加快推进国际消费中心城市建设的必要性

从全球形势看，国际消费中心城市已经成为抢占全球消费市场发展制高点的新型平台，在集聚全球消费资源、引领全球消费时尚、吸引全球消费群体、提升国际影响力方面发挥重要作用。新发展格局下，推进国际消费中心城市建设，将有利于助推江苏消费市场从国内走向世界。从国内形势看，今年7月，经国务院批准，上海、北京、广州、天津、重庆五市率先开展国际消费中心城市培育建设。江苏拥有8474万人口的超大规模市场优势，却没有城市入选。在消费引领经济发展的关键期，推进国际消费中心城市建设，对推动江苏应对国内外复杂形势、彰显江苏经济排头兵作用尤为重要。从省内情况看，在长三角地区GDP最高的十大城市中，江苏占5个，这为江苏发挥既有优势、倒逼产业升级、提档消费结构、塑造新发展优势打下了坚实根基。江苏有条件、有能力建设国际消费中心城市，并以此为机遇助推经济从工业制造向现代服务转型、从生产型城市向消费型城市转变。

二、当前建设国际消费中心城市的主要掣肘

1. 传统消费增长趋缓，新型消费发展滞后。当前，江苏传统消费增速降档，汽车消费疲软、家电消费等停滞。受新冠肺炎疫情

情冲击，江苏服务生活领域的供给端加速转型，以网络购物、线上线下融合、移动支付等为特征的新型消费模式不断涌现。与新型消费发展较快的上海、北京、广东、浙江等省市相比，江苏新型消费短板突出。据统计，上述四省市实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重分别高达 63.6%、56.2%、55.5%和 52.8%，而江苏仅为 24.9%，与全国平均水平相当。这主要是受线上线下消费融合度低、新型消费基础设施和服务保障能力弱、监管规范难以满足现实需求等矛盾制约。

2. 收入增长滞后经济发展，城市吸引力不强。一方面，江苏居民收入获得感不高。2019 年，江苏人均 GDP 比浙江高 14.9%，但人均可支配收入仅为浙江的 83%；江苏收入分配结构中劳动者报酬仅占 43.6%，在苏浙沪鲁粤中排名垫底。另一方面，江苏重点城市对外来人口吸引力不强。2015 年至 2019 年，杭州常住人口增长高达 146.8 万人，其中，2019 年增加 55.4 万人，超过深圳；2019 年，杭州、宁波外来常住人口分别增长 34.1 万、28.5 万人；同期相比，南京、苏州和无锡等经济强市的外来常住人口总量却在减少，比 2018 年分别减少 6.5 万、3.9 万和 16.2 万人。

3. 政策举措不充足，研究储备不够。国际消费中心城市建设过程中，“国际”是方向、“消费”是核心、“中心”是关键，在聚焦“国际”、紧扣“消费”、突出“中心”方面，各城市缺乏长期深入系统的基础研究和政策储备，也缺少有力的政策举措，和上海、广州等地区有较大差距。以国际消费中心城市定位为例，城市定位缺乏专业性、特色性和差异性。《江苏省“十四五”消费促进规划》

明确支持南京、苏州、无锡、徐州等城市加快建设国际消费中心城市，但发展时序、城市特色、发展方向、突出国际化等方面都有待进一步明确，各市在长三角、全国和全球的消费城市定位和功能也需要深入研究。

三、加快推进国际消费中心城市建设的对策建议

1. 精准优化消费结构，促进消费提档升级。一是盘活存量。大力推进传统汽车、家装、家电消费高端化和品牌化，创造新消费视点；推动现有商圈向智慧商圈转型，发挥中心城区消费商圈的集聚示范和辐射带动作用，如南京新街口商圈要担负起“世界级复合功能核心区”的战略定位。二是做优增量。积极培育直播经济、免税经济、夜经济、首店经济等新型消费业态；重视萌宠互动馆、轰趴馆等“情绪消费”“养生消费”“颜值消费”等消费；发挥首牌、首店、首发、首秀等效应，形成全球消费时尚风向标。三是提升流量。丰富特色文化旅游产品，改善国际入境旅游与购物环境，创新文化旅游国际宣传推广模式；引进国际展会，承办国际赛事，打造时装周、音乐周、电竞周等系列特色国际消费节庆活动，实现消费带动效应。

2. 创新扩增消费举措，提升多样化差异化。一是打造在地场景式消费。增加线下场景的体验功能和展示型互动性空间，构建国际化的商业型、枢纽型、医疗型、文体型、教育型等消费场景。二是打造多样性街区。通过打造、维护和培育街区文化，建设高品位步行街，培育国际一线品牌旗舰店、概念店、体验店、精品店、快闪店、时尚买手店等，提升国际化、品质化消费吸引力；

对于特定消费街区，将工业遗产和文化旅游、现代商业、创意设计有机结合，增强个性化和多样化。三是打造差异化城市发展格局。南京要吸引跨国企业来宁设立全球总部、地区总部、功能性总部，同时大力发展文旅消费；苏州应着力解决外来人口教育、住房等问题，释放消费潜力，打造集人流、物流和信息流为一体的高度开放的流量型国际消费中心城市；无锡应突出国际高端消费品牌布局，积极打造“首店经济”，放大赛事经济、影视娱乐、信息消费等专业化优势。

3. 破解体制机制束缚，全面增强消费活力。一是扩大消费规模。以南京、苏锡常、徐州等都市圈为空间单元，从改革户籍制度、加快土地流转、优化公共服务等方面破冰，加快推进新型消费都市圈建设，推动重点商圈加快提档升级，全面提升各大都市圈消费能级。二是提高消费能力。借鉴深圳、海南等地做法，出台针对不同层次人才的个人所得税优惠政策，加快就业与收入分配体制改革，扩大消费群体，提升消费能力。三是释放消费潜力。因人施策，激发不同消费群体潜能，如针对青年等消费主力群体，借助“国潮风”“简约风”等消费趋势，打造消费爆品和精品文娱项目。四是优化消费环境。如重点提高文旅等行业外语综合服务能力，完善出入境服务站和外籍人员服务中心配套，提升城市国际化水平。

4. 打造复合消费载体，促进现代消费方式。随着长三角城市群一体化水平不断提高，中心城市和外围城市之间分工更加明确，外围城市将更偏制造，中心城市会更倾向于设计、研发、销

售和服务等。作为制造业强省，“十四五”时期江苏在建设全国制造业高质量发展示范区的同时，应在加强政策储备研究的基础上，尽快将南京、苏州、徐州、无锡等大城市打造为国际消费中心城市，形成一批具有标志性意义的科技、文旅、商贸、娱乐复合型消费载体，拓展与提升城市消费功能。同时，处理好线上消费与在地消费之间的内在关系，发挥在地消费多样性优势和线上消费引领性作用，避免互联网技术的新应用和直播带货等新销售模式对传统消费和商贸模式带来的冲击。

（作者彭冲，系南京审计大学经济学院副教授，上海交通大学博士后；徐振宇，系南京审计大学新经济研究院教授，商务部经贸政策咨询委员会内贸流通专家）

本期送：省委、省人大、省政府、省政协领导同志

中宣部、全国社科工作办公室、省委办公厅、省政府办公厅、省社科工作领导小组成员，省有关厅局及高校、各市委、市政府领导同志、各市委常委宣传部长、省直宣传文化系统各单位负责同志

本部各部领导、各处室

中共江苏省委宣传部政策法规研究室编 共印 260 份 苏简字 1003 号