

新质生产力赋能重庆国际消费中心建设的优化路径

谭嫔

重庆商务职业学院，重庆，401331；

摘要：国际消费中心城市是重庆实现高质量发展的重要机遇，新质生产力为重庆国际消费中心城市建设提供了强大的发展动能。重庆以建设国际消费资源集聚地、国际消费创新引领地、国际特色消费目的地、国际消费环境标杆地为目标，加快打造中西部国际消费中心城市样板，取得了良好效果，但仍然存在发展困境。本文从服务消费供给、消费环境优化、国际知名度等方面提出加快推进重庆国际消费中心城市高质量发展的优化路径。

关键词：新质生产力；重庆国际消费中心；优化路径

DOI：10.64216/3080-1486.25.11.077

新质生产力代表了先进生产力的演进方向，能够引领创造强大的发展动能。在现代化新重庆建设中，新质生产力是摆脱传统经济增长方式、形成新质生产力、走出高质量发展之路的关键。重庆建设培育国际消费中心城市，是贯彻落实党中央、国务院重大战略部署，推动重庆城市高质量发展、扩大内需的必然选择。通过推动商旅文体、线上线下、内贸外贸融合，发展消费新业态、新模式、新场景，引领带动区域协调发展、共享发展，对构建重庆现代化产业体系、提升城市科技创新能力、促进消费转型升级、增强国际竞争力和吸引力等都具有非常重要的意义。

2021 年 7 月，国务院批准重庆等 5 个城市率先开展国际消费中心城市培育建设。随后，《成渝地区双城经济圈建设规划纲要》出台，支持重庆、成都塑造城市特色消费品牌，打造国际消费中心城市。2022 年，重庆市人民政府办公厅印发《重庆市培育建设国际消费中心城市若干政策的通知》，2024 年重庆国际消费中心城市培育建设工作领导小组印发《重庆市培育建设国际消费中心城市五年行动计划（2023-2027 年）》。

1 新质生产力赋能国际消费中心城市建设的作用机理

相较于传统生产力，新质生产力主要通过创新推动产业变革，培育新兴产业，实现社会生产力的升级跳跃，赋予区域经济发展新动力。在人工智能、大数据等数字技术快速发展和迭代的今天，数字技术深度融合城市消费场景，重塑购物体验，创新了商业模式，提升了消费的便捷性和吸引力。同时，先进制造业和绿色产业催生高品质、智能化、低碳化的新供给，创造并引领新需求，推动消费结构升级。制度创新作为新业态、新模式营造了国际化、法治化、便利化的消费环境。新质生产力通过科技、产业、要素、制度的协同作用，推动国际消费

中心城市的可持续发展。

2 重庆国际消费中心建设现状

重庆具有独特的地缘优势、经济实力和 cultural 特质，具有独特的巴渝文化，消费市场红火，夜间经济繁荣。重庆是国家中心城市，面临着共建“一带一路”、长江经济带发展、新时代西部大开发、成渝地区双城经济圈建设等多重历史机遇。近年来，重庆对“国际消费中心城市”的打造，取得了阶段性的进展和成效。目前在渝世界 500 强企业达 319 家，陆续建成 80 余个城市消费新地标，成功创建全国示范智慧商圈 1 个、示范智慧商店 2 个，消费者满意度居全国百城第四。

2.1 消费规模持续扩大，增速领先

首先，消费增长势头强劲。根据“机遇重庆”系列主题新闻发布会-重庆培育建设国际消费中心城市三周年新闻发布会公布数据，培养建设国际消费中心城市以来，重庆市社零总额平均增速 8.7%，高于全国 2.3 个百分点，在 5 个试点城市中保持领先地位^[1]。2024 年社零总额达 1.57 万亿元，同比增长近 4%，总量位列全国城市第二。消费对经济增长的贡献率超过了 60%，成为稳定经济基本盘的核心动力。根据相关数据显示，2025 年 1-4 月，重庆社会消费品零售总额超 5000 亿元，同比增长超 4%，连续五个季度在北京、上海、广州、天津、重庆五大国际消费中心城市中保持增速领先地位。其次，文旅消费爆发式增长。2024 年文旅产业对消费的拉动成效同比增长 16% 以上，接待入境游客近 130 万人次，同比激增 183.6%，在 TikTok 中国城市排行榜上名列前茅。在国家法定节假日期间，多次跻身“全国十大热门目的地”。标志性活动效应显著。根据相关数据显示，2025 年中国（重庆）国际消费节期间，全市开展超 200 场主题活动，6900 余家企业参与，实现销售总额 97 亿元；

观音桥商圈“五一”期间日均客流量超百万人次，带动销售额超4.2亿元。

2.2 特色消费场景和业态创新亮点纷呈

一是夜间经济全国领先。连续四年蝉联“中国十大夜经济影响力城市”榜首，渝中区夜间经济发展指数全市第一，江北区夜经济规模达450亿元，观音桥、大九街等区域夜间消费占比超60%。洪崖洞、长江索道等网红地标成为全球游客打卡热点。二是文旅消费深度融合。重庆被联合国教科文组织评为“全球设计之都”，依托山水特色打造“不夜重庆”“美食之都”等六大消费IP，2024年接待国内外游客超7亿人次。三是新场景新地标涌现。创新推出“洞穴经济”“步道经济”“云端经济”三大特色场景。打造了“云端天台”“惬意江岸”“后街支巷”“公园商业”“江崖街洞天”等消费新场景。推出三峡之光、龙门浩老街等融合消费场所。建成有长嘉汇购物公园、光环购物公园等消费新地标，让重庆消费载体兼具国际范和独特的巴渝味。

2.3 消费环境持续优化

近年，重庆在引进国际品牌，提升消费环境方面取得了一定效果。2024年，重庆引进首店80余家，累计已有超2000个国际国内知名品牌在重庆落地发展。渝中区集聚了420个国际知名品牌，社会消费品零售总额突破1400亿元。观音桥商圈吸引了包括Louis Vuitton、Gucci、TIFFANY&Co等30余个全球奢侈品牌，成为了世界级商圈。同时，营商环境不断得到提升，为助力国际消费环境标杆地打造营造了西部一流营商环境。

3 重庆国际消费中心城市建设困境

新质生产力赋能重庆国际消费中心城市建设是以重庆特色消费资源为基础，通过数字技术、新场景、新业态、新模式，把重庆建设成为具有全球影响力的国际消费中心城市。但在培育建设过程中，也面临人均服务消费水平低于发达城市、消费内容供给单薄、国际化程度不高、知名品牌和首店经济薄弱等困境，亟待解决。

3.1 人均服务消费水平落后

重庆居民人均可支配收入较低，2024年重庆市居民人均可支配收入为39713元，与发达地区相比差距较大，不到广州的48%，偏低的可支配收入影响了人均服务消费水平。国际上，一般发达国家的服务消费在居民消费中的占比一般为70%左右，2024年美国、日本的服务消费支出占总消费支出达68%、60%。重庆作为我国首批且是西部唯一的国际消费中心城市，其服务消费水平与全国发到城市存在显著差距。2024年，重庆人均服务消费支出占总消费比重42%左右，低于全国平均水平2.76

个百分点。重庆人均服务消费支出远远落后“北上广津”其他四个培育城市，2024年上海、广州、北京、天津人均服务消费支出均接近5万元，而重庆仅为2.65万元，人均服务消费支出仅为上海的一半。

3.2 消费内容供给单薄

首先，新场景新业态的供给不足，年轻人喜欢的主题娱乐、文艺演出、创意展示等多功能复合性消费内容偏少，难以满足年轻消费群体的需求。2023年，在演唱会城市排行前十名名单中，西部城市西安、成都、长沙等均上榜，但重庆作为西部中心城市未上榜。2024年重庆虽进入演唱会城市前十名，但排名第六，仍然靠后。其次，重庆改善型、高能级、奢侈型的消费供给较少，高端医疗、高端住宿等服务供给也有所欠缺。根据《医院蓝皮书：中国医院竞争力报告（2023）》，中国顶级医院Top10分布于北京、上海、成都、武汉等6个城市，重庆无一医院入围。

3.3 特色型消费城市形象打造不够

重庆拥有独特的文化和旅游资源，但是在建设特色型消费中心城市过程中，其形象塑造存在多维度的不足。一是文化符号与IP转换不足。在符号提炼方面表层化，“山城”“火锅”等文化元素未形成系统化的视觉体系，还停留在特产的简单堆叠，缺乏类似敦煌“飞天盲盒”的深度二次创作。城市旅游过度依赖朝天门、洪崖洞等“形象IP”，缺乏类似“乌镇戏剧节”兼具消费与传播价值的“内容IP”。二是消费业态和体验场景薄弱。餐饮业态在商圈及夜市占比超过70%，主题娱乐、文化演艺等复合型消费供给不足。网红景点消费转化率较低，李子坝穿楼轨道、长江索道等网红景点仍停留在游客打卡而非消费，缺乏沉浸式体验设计，导致游客回头游极低。

3.4 国际化程度不高，竞争力不足

重庆在建设和培养国际消费中心城市上虽然具有较大的优势和潜力，拥有着庞大的人口和广阔的地域，制造业基础雄厚，汽车、电子等产业在国内具有重要地位，在国际上的城市影响力也有了进一步的提升，但在国际化程度、高端服务业等方面，与全球前十城市相比仍存在一定的差距。一是国际知名度有待提升。2024年度全球前十城市排名中中国仅上海、中国香港上榜，分别排名第八、第九，重庆无缘上榜。《世界城市名册》中，重庆还属于世界二线城市，排名第70，国际知名度尚不够高。2024年入境游客仅占全国1.2%，外籍常住人口约10.6万人，占全市总人口0.15%，远低于北京（1.2%）、上海（1.6%）。国际航班每周班次仅为成都的

60%，且缺乏直飞欧美主要城市的商务航线。二是国际知名品牌确实缺失和层级不足。重庆高端奢侈品品牌数量仅为上海的 1/3，国际一线品牌西南区域总部或旗舰店数量较少，香奈儿等顶奢品牌缺席，爱马仕、LV 等门店分散于不同商圈，未形成集聚效应，相较北京、上海等城市拥有完整顶奢矩阵，重庆的奢侈品生态仍存在明显断层。三是首店能级偏低。2024 年前三季度重庆引入首店 261 家，以区域级门店为主，相较于上海引进首店 7065 家差距太大，缺乏全球或亚太级首发资源。

4 新质生产力赋能重庆国际消费中心城市的建议

培育建设国际消费中心城市，对重庆而言，既是国家赋予的历史使命，更是自身难得的发展机遇。重庆要抓住难得的发展机遇，不断优化国际消费中心城市培育路径，努力建设成为具有全球影响力的国际消费中心城市。

4.1 提升人均服务消费水平

一是产业赋能增收。要依托重庆“33618”现代制造业集群，推动企业向高端化转型升级，以产业升级赋能增收，提升人均服务消费水平。要支持重点群体就业创业、多措并举促进居民增收，让人民群众成为消费主角。二是提升重点特色消费服务供给能力。例如，重庆要抓住国家服务业扩大开放综合试点城市的政策红利，大力发展健康养生产业；可以利用重庆独特的温泉、丰富的天然氧吧、避暑森林等养生资源，以生物医药产业为依托，填补高端医护产业的缺口，吸引全球更多高收入者到重庆疗养。

4.2 创新服务消费场景，培育新兴业态

一是赋能传统商圈与建设新地标。要精心打造和推动解放碑商圈、观音桥商圈等重点商圈提档升级，高标准建设万象城、陆海国际中心等国际消费新地标，积极打造主题式、文化创意等新型消费载体，激发 8D 城市的时尚活力。二是创新发展特色消费场景，要聚焦数字消费、文旅消费、绿色消费、健康消费等打造新型特色消费场景，深度挖掘“江崖街洞天”特色，打造“云端天台”（如空中餐酒吧、天际泳池）、“惬意江岸”、“后街支巷”、“洞穴经济”（防空洞改造的火锅店、酒吧、书店）等地标性消费场景，重点推进“智能+”“文化+”“体育+”“旅游+”“休闲+”等消费领域融合发展。三是继续繁荣夜间经济。打造夜间经济示范区，做全“吃住行游购娱”夜间产业链条，发展云旅游、云购物等线上线下一体化消费新业态，打造夜间经济文化 IP。

4.3 提升国际化水平，增强全球资源配置能力

一是聚焦“国际化”，继续扩大对外开放，吸引国际要素集聚。重视首店经济效应，积极引进国际知名品牌首店、旗舰店，打造全球首店、亚洲首店、中国（内地）首店、西南首店、重庆首店，激活经济活力。二是增强国际通达能力。系统推进公铁水空国际通道体系建设，优先开发重要国际公商务航线、“一带一路”和西部陆海新通道航线，提升航空枢纽中转效能，推动海关、边检等扩展通程航班适用范围^[2]。三是营造国际一流营商环境。要对标国际高标准，不断提升重庆贸易投资自由化便利化水平；完善国际人才引进与服务机制，强化高端消费人才支撑。

4.4 强化政策保障，提升城市竞争力

一是加强顶层设计，各部门要针对建设国际消费中心城市的短板，出台相应的扶持政策，鼓励当地产业融入国际消费中心城市建设中来。二是加强政策协同，重庆要充分发挥国际消费中心城市建设、综合保税区等多个国家级政策的叠加优势，增强政策一致性，释放政策叠加效应，最大限度发挥协同作用；同时，积极推进成渝合作，加强成渝双城区域政策协同，支持重庆国际消费中心城市建设。三是完善和优化共建机制，加强制度创新。

参考文献

- [1] 杨骏, 郑三波. 重庆培育建设国际消费中心城市成效显著[N]. 重庆日报, 2023-08-18(001).
- [2] 陈元洪. 牵住消费“牛鼻子”激活经济“强引擎”[N]. 重庆政协报, 2023-09-14(002). DOI: 10.28124/n.cnki.ncqzx.2023.000524.
- [3] 康庄. 重庆建设国际消费中心城市的思考与探索[J]. 新西部, 2025, (05): 19-25.
- [4] 黎慧. 重庆培育建设国际消费中心城市的成效、瓶颈与建议[J]. 新西部, 2025, (05): 26-31.
- [5] 杨艳. 重庆培育建设国际消费中心城市三周年成效亮眼[J]. 重庆与世界, 2024, (09): 26-27.

作者简介：谭嫔（1986.06—），女，汉，重庆，重庆商务职业学院，讲师/教师，研究方向：区域经济、企业管理。

基金项目：重庆市社会科学规划培育项目“重庆消费国际化的内在机理与提升路径研究”（项目编号：2023PY23）

重庆商务职业学院校级科研课题“新质生产力赋能重庆企业高质量发展的理论逻辑与现实路径研究”（课题编号：2025XJKTYB12）