

doi:10.3969/j.issn.1672-626x.2022.01.002

# “双循环”新格局下消费中心城市构建路径研究

## ——以粤港澳大湾区协同层城市为视角

黎传熙<sup>1,2</sup>

(1. 广东理工学院 经济管理学院,广东 肇庆 526100;2. 暨南大学,广东 珠海 519070)

**摘要:**加速推进消费中心城市建设,能有效发挥消费对区域经济增长和城市经济发展的拉动作用,促进产业互联互通,对实现“双循环”经济发展新格局具有较大的现实意义。本文以粤港澳大湾区协同层城市为研究对象,借鉴先行消费城市的经验和方法,探析协同层消费中心城市构建的路径。聚集优质消费资源,建设新型消费商圈,推动消费融合创新,打造消费时尚风向,加强消费环境建设,完善消费促进机制,以求扩容提质、扩大内需,奋力开拓协同层城市经济发展新格局,推动区域经济稳步向好发展。

**关键词:**“双循环”;消费中心城市;协同层城市;粤港澳大湾区

**中图分类号:**F727

**文献标志码:**A

**文章编号:**1672-626X(2022)01-0028-11

## 一、引言

### (一)研究背景

“十四五”规划和二〇三五年远景目标提出:“构建双循环经济发展新格局,加速推进消费城市建设。”<sup>[1]</sup>商务部指出:“指导基础条件好、消费潜力大、地方意愿强的城市开展培育建设消费中心城市。”<sup>[2]</sup>培育消费中心城市的本质是构建完善健全的基础设施,提供并满足异质性、多层次消费需求,能扩容提质,促进产业结构升级。与此同时,消费中心城市还应积极营造良好的消费氛围、营商环境,并集“会商旅文体艺”多功能于一城,拥有强大集聚力、辐射力,能有效吸引和保护消费者,持续为经济发展提供新驱动引擎的空间载体。

后疫情期间消费市场逐步回暖,消费在推动经济发展中起着“压舱石”和“提振器”的作用。培育消费中心城市不仅能有效发挥其对区域发展和城市经济增长的拉动作用,释放巨大的需求侧潜能,而且对进一步形成“双循环”经济发展新格局具有重要的深远意义。

### (二)文献梳理

近年来如何建设消费中心城市成为新的研究热点,形成了一些重要的前期成果,主要可分为三类。一

**收稿日期:**2021-11-19

**基金项目:**广东省教育厅普通高校特色创新类项目(2021WTSCX111);肇庆市社科规划项目(学科共建)(21GJ-56);广东理工学院校级科技项目暨“创新强校工程”科研项目(2021GKJJSK014;2021GKJJSK013;2021GKJJSK011);广东理工学院大学生创新创业训练计划项目(S202113720007)

**作者简介:**黎传熙(1984-),男,江西南康人,广东理工学院经济管理学院副教授,暨南大学访问学者,研究方向为区域经济发展战略、贸易经济。

是对概念内涵、规律与形成机制、构建路径与对策的理论研究。研究普遍认为,应聚集优质消费资源,推动“会商旅文艺”等深度融合,提质升级,推动数字经济,加强基础设施建设,围绕市场、政府双驱动力,从需求、供给、环境层构建消费中心城市<sup>[3-5]</sup>。二是设立多级指标,以内涵特征、组合指数、发展潜力为评测基础构建模型。多位学者采用熵权法等量化研究模型进行多对象空间比较研究,为多地异质特色城市发展提供建议<sup>[6-8]</sup>。三是以案例讨论为背景,从实践应用角度探究消费中心城市的实现路径。从CNKI文献看,截至2021年底,有学术期刊189篇、硕士学位论文5篇、报纸期刊180篇。其研究共性是:(1)研究案例较多集中在一线城市、直辖市、新一线城市、省会城市或沿海核心城市,重点集中在首次获批的5大城市。如在借鉴吸纳国际经验的基础上,提出通过提升消费总量和消费供给质量、优化消费结构、免退税经济等思路构建消费城市的措施<sup>[9-10]</sup>,通过构建六大维度评测指标探索建设模式等<sup>[11-12]</sup>。也有研究构建基于环保知识积累调节的中介效应模型,证实城市环境质量感知影响生态消费意愿,为夯实和推进生态消费意愿空间约束机制研究提供有力证据,并为生态消费、可持续消费和消费伦理研究提供新思路<sup>[13]</sup>。(2)梳理以各地特色为基础的构建路径,针对区域优势进行更深层次的理论和实践研究。代表观点有“消费空间生产具有租差外溢效应,政府应积极主动参与,并对租差理论给予创新”<sup>[14]</sup>。也有关注消费城市建设与流通产业的耦合影响关系,认为要盘活消费市场并促进二者协调发展的研究<sup>[15]</sup>。还有以关注文化特色,以人为本,营造消费场景的“‘优规划’建设模式、‘多类型’要素供给路径”的研究<sup>[16]</sup>。

### (三)研究意义

面对科学生产力的提高以及人民日益增长的物质精神文化需求,如何构建更为成熟的消费细分市场,在危机中孕育新机?如何壮大经济新增长极?如何推动消费领域全面进步?如何建设好消费中心城市?这些已然成为区域经济发展的重要课题。前期研究成果无论从理论内涵、作用机理,亦或从案例研究、实证论证,皆为消费中心城市建设提供了借鉴,为后续研究夯实了重要基础。但经过文献搜索与统计,目前对于北上广深等一线城市、省会城市和网红城市的研究较多,对非上述类型城市的研究较为罕见,这种研究的片面性对于促进区域经济均衡发展、城市群发展规划、构建不同地区新的经济增长极是不利的。

因此,本文基于探索粤港澳大湾区协同层消费中心城市构建路径的目的,以创新需求为牵引,增强协同层城市发展新驱动引擎,进一步完善营商环境,发挥大湾区协同层各城市资源优势,优化各城市战略布局,增强各城市创新合作,以求促进各城市经济增长多极化,缩小区域经济发展悬殊,实现均衡协调发展,同时给予其他类型城市发展借鉴。

## 二、消费中心城市的科学内涵与实践进展

### (一)消费中心城市的科学内涵

最伊始的“消费城市”其原始涵义是片面和矛盾的,本质是上层阶级利用租息、土地或依靠剩余价值组建而成的交易行为载体<sup>[17]</sup>,并不重点依托社会再生产过程和交易路径,因此不具备良性经济增长循环信号,可以理解为阶级压榨剥削和消极意义上的“传统消费市场”,本质上与“现代消费中心城市”构建机理相悖。

现代“国际消费中心城市”应在经济、社会文化和环境等多方面展现明显特征,具备消费集聚吸引力和辐射影响力,依靠品类丰富、品质优良以及异质性、多层次满足消费需求,支撑城市经济平稳向好发展。同时应具备良好的营商环境,拥有完善的基础设施,能创新引领消费方式,保护消费者权益<sup>[1]</sup>。典型的国际消费中心城市如纽约、伦敦、巴黎、东京等皆存在类似共性:(1)经济整体实力雄厚,国家开放化水平高。(2)消费市场规模大、能级高,消费环境俱佳。(3)具有创新潮流和引领作用,具备显著的资源集聚力和影响力。(4)现代服务体系完善,具备发达配套的基础设施。(5)宜居宜业宜游,文化底蕴深厚,创新思维与活动交流活跃。

消费中心城市建设过程并非一蹴而就,其经历了从“传统消费中心城市”——“生产中心城市”(生产型工业城市建设战略)<sup>[18]</sup>——“后工业时代消费中心城市”(生活型消费城市建设战略)<sup>[6]</sup>的转变过程。后工业时代消费中心城市不否定、不排斥生产导向功能城市,资源禀赋聚集与消费辐射力应相互促进,建设现代化经济体系,使消费生产循环更顺畅,提质升级消费新趋势,加强自主品牌建设,推进丰富特色文旅产品,营造放心消费环境,创造培育新的增长极<sup>[2,19-20]</sup>。

## (二)消费中心城市的实践进展

为促进消费扩容提质,加快形成强大国内市场,“4直辖+1省会”(京、沪、穗、津、重)首获国务院批复建设名单。截至2021年,全国至少有20座城市申请批示,以求通过构建消费中心带动城市、区域经济进一步增长提升。以2020年社会消费品零售总额为参考标准,将各城市划分为四类梯队。超万亿级的有上海、北京、重庆,第二梯队9000亿元级是广州,第三梯队8000亿元级有深圳、成都,第四梯队7000亿~5000亿元级包括苏州、南京、武汉、杭州、青岛、郑州<sup>①</sup>,除此以外,陆续有天津、西安等经济强市<sup>[21]</sup>相继出台政策性文件。不同城市因地制宜,因城施策,积极探索具有本土特色的实施路径(见表1)。(1)以年社会消费品零售总额数据排名来看,经济水平与消费能力成耦合同向增减关系,经济水平越好,消费能力越强,消费后劲成为驱动经济向好发展的充分必要条件。(2)城市知名度与繁荣度、商业活跃度、交通通达性、基础设施便利性、消费环境舒适度和政策指引支持度等,是评判良好消费中心城市的重要指标。(3)会展经济、外贸经济、旅游经济、文创经济和赛事经济,是未来消费中心城市竞争中最重要消费形态,是支撑经济发展的重要支柱。(4)各经济强市紧抓自身优势与特点,在政策制定、颁布与实施过程中,扩大内需,发展战略各有侧重。

表1 国际消费中心先行试点城市建设相关政策

地区	政策指引	目标任务
上海	《关于加快建设上海国际消费中心城市持续促进消费扩容提质的若干措施》《全力打响“上海购物”品牌加快建设国际消费中心城市三年行动计划(2021—2023年)》	加强“四大品牌”联动,提升“五五购物节”影响力,打响“六六夜生活节”品牌,推进“全球消费品牌集聚计划”,打造“环球美食节”,点亮城市夜间经济等标志性活动
北京	《北京市培育建设国际消费中心城市的实施方案》	打造新地标和千亿级规模世界商圈,构建多元化于一体的消费链,以体育赛事带动消费,挖掘文化资源,释放文旅消费潜力,打造繁华多元、兼具文化特色的国际消费中心城市
重庆	《关于加快建设国际消费中心城市的实施意见》	对商圈、商业综合体规划引导和业态指导,打造知名商圈,建设消费地标,建设文体旅游消费综合体,释放体育消费潜力,将“会展名城”建设放在首要位置,大力支持TOD商业项目
广州	《广州市国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	深入实施“提质、尚品、强能、美誉”四大工程,打造产业与消费良性互动、国内外双向消费协调发展的特色消费中心城市
深圳	《关于促进消费扩容提质创造消费新需求的行动方案(2021—2023年)》《深圳市关于加快商贸高质量发展建设国际消费中心城市的若干措施》	实施“抓牛鼻子”战略,发挥创新科技优势,以数字经济发展为契机,以新技术、新模式、新业态为抓手,着力解决发展过程中的痛点、难点
成都	《加快建设国际消费城市行动计划》	实施三步走战略目标,依托城市特质,塑造“八大场景”
苏州	《以新业态新模式引领新型消费加快发展实施方案》	鼓励消费领域科技、管理、商业模式等创新,支持新业态、新模式创新发展,因地制宜打造商务、文旅、体育、健康、养老等融合发展的消费集聚区
南京	《南京市创建国际消费中心城市三年行动计划》	围绕文旅产业搭场景,以“商文艺旅体”五位一体体验感为核心,构建一站式休闲消费新体验
武汉	《全市加快新消费引领打造国际消费中心城市三年行动计划(2019—2021年)》《武汉市建设国际消费中心城市实施方案》	汇聚高端消费品牌,积极发展首店经济,加快提升城市知名度、繁荣度与商业活跃度



表1 国际消费中心先行试点城市建设相关政策(续)

地区	政策指引	目标任务
杭州	《杭州建设国际消费中心城市三年行动计划(2021—2023年)》	提升“三圈三街三站”国际能级,实施“五大工程”,发展夜经济,打造“夜地标”与“夜生活IP”
青岛	《青岛市商业网点专项规划(2020—2035年)》《“十四五”青岛商贸流通发展规划》《青岛市商贸产业链发展三年行动计划(2021—2023年)》	实施消费扩容升级“五大行动”:城市推广与提升城市能级,品牌建设与消费场景塑造,消费热点与服务培育,消费平台构建与乡村商贸振兴,推动数字化转型
郑州	《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的实施意见》	建设文化产业和旅游消费示范区,统筹推进物流供应链建设,强化交通物流等基础设施,科学配置公共服务资源
西安	《西安国际消费中心城市创建实施方案》	建设成为集历史文化与现代时尚交相辉映的消费城市
天津	《天津市国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》《天津市商业服务质量提升行动方案(2021—2023年)》	大力倡导“消费之都”建设目标,创建专题消费,促进文旅消费,全面优化消费环境,完善消费网建设,形成“一带九轴九商圈”总体格局

资料来源:根据政府发布的相关公告、文件及CNKI资料等整理而成。

### 三、粤港澳大湾区协同层建设消费中心城市的现状与问题

#### (一)协同层消费中心城市发展现状

区域系统全面发展是“双循环”背景下推进大湾区建设的重要措施,也是“十四五”规划的重大战略布局。协同性空间格局有利于促进大湾区经济高质量发展。

大湾区空间形态分类不拘一格,主要有:(1)“轴线划分法”,即以珠江口为参照系,将大湾区划分为东轴、中轴、西轴。东轴城市主要有深圳、东莞、惠州,中轴城市有广州,西轴城市有佛山、珠海、中山、江门和肇庆。(2)“经济圈划分法”,即广佛肇经济圈、深莞惠经济圈、珠中江经济圈。(3)“层级划分法”,将大湾区分为核心层、协同层、辐射层。核心层城市指临珠江口海岸线的滨海沿线城市,有深圳、广州、佛山、东莞;协同层城市指粤港澳大湾区各行政区非核心城市,有惠州、珠海、江门、中山、肇庆;辐射层城市指泛珠三角区域其他城市。长久以来,珠三角与泛珠三角地区,核心层、协同层与辐射层等城市之间一直存在经济发展不协调、不平衡、差异大等问题,极大阻滞了区域经济整体进程(见表2)。

表2 大湾区协同层城市经济发展现状

城市	经济发展现状
惠州	土地利用较为粗放,利用效率不高,盘整困难;服务业发展力度不够;城乡区域发展不均衡,资源分配机会、产业分布与人才分布不均衡;基本公共服务供需失调,公共空间不足
珠海	城市能级量级不足,经济发展质量不高,新动能培育较慢;营商环境优势有所弱化,市场发育程度不高,开放度不高;资源要素流动不顺畅,配置不合理,市场主体总量偏少,现代产业体系建设存在不少短板;开放层次不高、深度不够,社会治理能力与治理水平亟待提升,城市功能品质与建设粤港澳大湾区世界级城市群的要求有较大差距
江门	整体规模经济偏小,经济总量处于大湾区中下游水平,产业层次整体性不高,传统优势产业竞争力下滑,创新驱动不足,发展不协调、不充分问题突出
中山	镇区发展不均衡,经济增长面临“压迫式”追赶;粗放型增长的路径“锁定效应”凸显,传统产业转型升级步伐缓慢,创新产业及产业链的发展限制;消费乏力的“短板效应”突出
肇庆	产业基础较为薄弱,工业发展短板突出;经济外向程度下滑;城区、城乡发展不协调;人口聚集度有限且人口流失问题严重

资料来源:根据政府发布的相关公告、文件及CNKI资料等整理而成。

《大珠三角城市群协调发展规划研究》制定了空间总体布局协调计划：“湾区要实现协调发展，不仅要发挥核心层的“领头羊”作用，更要大力驱动协同层全面协调发展。”为推动全省区域协调高质量发展，《广东省开发区总体发展规划(2020—2035年)》构建了重大空间要素的区域协调机制，重点关注跨界地区的合作，大力推进生态环境保护和协作共赢的区域协调机制建设等工作。通过创新发展模式，实现分工合理，产业错位，梯度发展，优势互补的产业协作体系，更深层次转变发展观念，提高发展质量，增强发展动力，进一步协调区域经济发展。

## (二)协同层建设消费中心城市的瓶颈问题

### 1. 地区GDP总量偏低,服务业收入和利润有待提高

粤港澳大湾区协同层城市,其地区GDP与先行试点城市相比仍存在较大差距。协同层各城市之间,无论是地区GDP还是规模以上服务业营销收入及利润总额都存在一定差距,很大程度上影响协同层消费中心城市建设进程。剔除2020年疫情因素影响,协同层城市整体来看经济规模偏小,发展底子薄,结构不优,经营业态供给不足,社会消费品零售总额还有提升空间,规模以上服务业的规模、收入和利润亦有发展潜力(见表3)。

表3 粤港澳大湾区2020年城市GDP及服务业主要经济指标

城市	地区GDP(亿元)	人均GDP(元)	企业单位数(个)	规模以上服务业营销收入(亿元)	规模以上服务业利润总额(亿元)
深圳	27670.24	159309	9735	15742.80	3034.76
广州	25019.11	135047	11666	14094.83	1328.71
香港	27107.00	362310	-	-	-
佛山	10816.47	114157	1521	1036.95	103.76
东莞	9650.19	92176	2082	1436.49	274.33
惠州	4221.79	70191	771	460.36	67.52
珠海	3481.94	145645	1004	992.84	216.16
江门	3200.95	66984	346	204.63	24.39
中山	3151.59	71478	737	385.84	59.22
肇庆	2311.65	56318	146	103.99	7.41
澳门	1944.00	285314	-	-	-

资料来源:《2021广东统计年鉴》。

### 2. 城市消费商圈集聚力不足,线上消费抢夺线下市场份额

拥有知名标志性商圈是维持稳定消费和城市建设的重要保障。但协同层新型都市圈建设水平有限,现代服务业发展相对滞后,经营能力亟待加强。虽然目前具有一些人流量较大的商圈,但知名度和影响范围有限,与粤港澳大湾区核心层城市商圈相比仍有不小差距,且商圈缺乏特色,忽视构建具有地理品牌标志、文创概念、地方特色和传统内容的软文化。受文化底蕴不足、历史积淀不厚、艺术气息不浓、特色个性缺失等多种因素影响,其对外吸引力和集聚力不足。此外,部分商圈现代基础设施建设滞后,创新力不足,经营困难,店铺空置率与换手率高,更有商圈充斥着大量低端业态和仿制产品,且商圈品牌数量、产品质量、营销水平、管理水平和服务水平都有待提高。加之网络消费日益普及化、物流交通便捷化,很大程度导致顾客消费呈现网络化,市场份额往往被线上冲击与瓜分。

### 3. 国内外知名品牌供给不足,本土知名品牌乏善可陈

协同层城市引进新项目或品牌落地效果不明显,知名奢侈品牌较少,分布零星且价格较高,有些城市的国际品牌数量甚至为零,难以吸引国内外消费者,与核心层城市相比还存在差距。各城破解招商引资和品

牌入驻的措施、实招、硬招还远远不够,产业连锁效应还没有充分体现,以知名物业带动商业、以品牌大店带动零星小店的商业开拓模式尚未成熟。本土知名品牌乏善可陈,商圈产品形式略显单一,从数量、质量与样式特色等方面看略显稚嫩,仅依靠单一中低端业态来构建消费中心城市是难以为继的,从历史建设进程来看也是不成立的。特别是疫情对人流、商流、物流都有不同程度的影响,单一业态受到的冲击更加明显。

#### 4. 生态人文资源与第三产业发展有效联动不够,旅游业竞争力不强

首先,协同层城市外来游客大规模、链条式消费与持续性消费不持久,较难通过“会商旅文体艺”联动稳住消费人群,聚力形成吃住行买的消费链。人均消费支出总体水平不高,与一线城市、省会城市和网红城市等存在较大差距,旅游业竞争力不强<sup>[21]</sup>。其次,协同层城市现代服务业占比远低于大湾区平均水平,影响消费中心城市建设进程。基础设施尚不完善,基本公共服务水平有待提升。旅游休闲场所、传统景点设施陈旧,旅游业创新力不够,有效吸引消费后劲不足。协同层城市公共交通等服务设施建设水平相对滞后,截至2021年底,无一协同层城市有地铁运行方式,无论出行效率或是运载量皆大受影响。除此以外,餐饮、娱乐、酒店等服务水准与消费期望还有差距。

#### 5. 产业链条体系不明晰,总体消费环境亟待进一步改善

首先,当前协同层城市绝大多数产业链条不明晰,各产业间缺乏良性联动,旅游、文化与消费相互促进、相互推动的耦合循环互融机制尚未成熟。消费中心城市建设作为系统工程,绝不能仅依靠商业消费单一经济增长点驱动,而应通过多联动、多元化方式与旅游城市、文化中心城市建设兼容发展。与核心层“广、深高新技术产业”“佛、莞制造创新中心”等创新链相比,协同层城市未形成具有显著产业链的产业集群,与其他产业难以形成联动效应。其次,传统产业升级压力大,产业链发展受限,创新产业不够,产业集聚力偏弱。再次,市场缺乏有效的消费保护机制,商品品质保障程度低,服务水平不足及服务标准缺乏统一规范,消费环境总体有待改善。最后,政府规划水平和行政效能需要进一步提升。

## 四、粤港澳大湾区协同层建设消费中心城市的优势与推进路径

### (一)协同层建设消费中心城市的条件与优势

关于建设消费中心城市存在某些认识偏差:一是认为其是国际品牌的本土发散地,忽视本土品牌建设;二是重点关注“商”,忽视“会”“旅”“文”“体”“艺”的协同发展;三是缺乏对区域消费城市的异质性、个性化塑造。协同层要争当大湾区新秀,点燃新的经济增长极,首先亟需启动新的经济驱动引擎,为全面推进区域经济、城市经济注入新活力,进一步提升城市能级,促进经济发展新机制。其次,尽快构建以消费拉动经济增长的内生机制,营造良好、放心消费环境。此外,持续优化供给,推进多元化文旅休闲消费提质升级。推动都市圈建设,完善基础设施水平,支持商业转型升级,加快社区商圈规划,构建整体建设体系。

“十四五”时期,在“双循环”经济发展新格局、大湾区建设蓝图、“一核一带一区”建设的政策指引叠加效应下,协同层可依托大湾区区域优势,关注区域地理、交通枢纽、土地储备、生态资源等要素优势,按照“国内区域消费中心城市”——“全国消费中心城市”——“国际区域消费中心城市”——“全球国际消费中心城市”<sup>[23]</sup>的渐进式梯度发展模型,对内优化资源配置,对外空间联动,围绕“国内区域消费中心城市”构建思路,将本土优势扩大化,合理布局产业,发挥聚集效应、联动效应、配置效应,将要素优势转化为经济驱动力,把建设“大湾区区域消费中心城市”作为推动经济发展的重要战略<sup>[24]</sup>。随着粤港澳大湾区协同层各城市总体能力的提升、消费总量的不断扩大、消费环境的日益完善,其逐步积累和满足了良好的构建消费中心城市的路径条件。



### 1. 高效政策支持有力,消费活力驱动力强劲

在有效发挥市场体系配置资源决定性作用的同时,需要大力发挥政府宏观调控的作用。国务院先后出台了《关于推进国内贸易流通现代化建设法治化营商环境的意见》《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》等政策文件,广东省省委全面深化改革,依照“1+1+9”工作部署,坚持“总体要求、重点任务、组织实施”工作基调,抢抓“双区”建设、“双城”联动,努力推动商业转型升级,加快推动消费提质升级,提升城市消费竞争力,提高消费活力与创新创业动力,奋力开创改革新局面。

### 2. 构建有效防控体系,推进经济运行逐渐恢复

为快速融入大湾区建设,构建有效防控体系,广东省政府及时出台支持企业共渡难关的措施和工作指引,科学有序推进复工复产、复商复市。各地市委市政府出台了加快建设的各项举措,社会、文化等方面全面发展,不断提升城市综合实力与城市能级,为建设消费中心城市奠定良好基础。

坚持稳中求进工作总基调,统筹疫情防控和经济社会发展工作,扎实做好“六稳”工作,全面落实“六保”任务,经济运行稳定恢复,民生保障有力,经济社会发展主要目标完成情况符合预期,市场销售逐步恢复。居民收入增长与经济增长基本同步。消费基础设施日趋完善,升级类商品销售势头良好,为吸引消费旅游奠定良好基础,促进旅游消费业进一步发展。

### 3. 消费总量持续递增,新型消费模式蓬勃发展

“十三五”期间,剔除疫情因素影响,社会消费品零售总额不断增长(见表4),高端消费品集聚吸引能力不断增强,随着现代信息科技的普及与广泛运用,新型消费不断涌动,社区零售、跨境电商、新零售O2O、物流宅配、移动支付等多种新消费、新模式层出不穷,丰富的产品能全面满足异质消费需求。现代服务水平的升级,极大推动商业转型升级,加快超市、百货、零售等传统行业多业态复合发展,促进多功能一体化新零售商超业态持续迭代。利用大数据、移动互联网、物流配送体系与传统零售结合,助力“线上+线下+物流”的深度融合,持续重点关注和满足消费场景体验,有效扩大消费。

而随着国内经济不断发展,首店经济陆续登录,有效吸纳国内外消费品入驻,相关商圈有效集聚著名品牌,成为扩大知名度和集聚消费的重要途径,进一步助推经济快速发展,推动城市建设。

表4 “十三五”期间协同层城市社会消费品零售总额

城市	社会消费品零售总额(亿元)				
	2016	2017	2018	2019	2020
惠州	1227.88	1363.46	1478.97	1599.53	1746.08
珠海	817.08	869.44	932.10	996.30	921.26
江门	937.70	1024.08	1110.87	1206.96	1162.62
中山	1342.61	1477.85	1560.40	1617.09	1407.22
肇庆	493.12	809.93	866.70	925.48	1062.16

资料来源:《广东统计年鉴》(2017—2021)。

### 4. 产业招商破题落地,消费环境、基础设施日益完善

建立“招、落、投、服”全链条工作机制,加速产业集聚发展,形成“精招商、招精商”新局面。产业招商落地破题破局、聚力成势。“一带一廊一区”渐次成形、势头良好,有力推动了“十三五”顺利收官。

消费环境得以优化,基础设施得以完善,法制水平不断提升,城市包容度不断增强。良好的基础设施为进一步助推扩大消费奠定了基础,城市面貌和环境品质大幅提升,推动城市焕发新活力,在消费城市建设中出新出彩。

## (二)协同层建设消费中心城市的路径措施

借鉴国内外消费中心城市的建设经验,结合协同层在粤港澳大湾区中的功能定位及已有基础,依照中央、省委省政府的重要讲话以及《广东省人民政府总体规划(2015—2030)》政策文件指引,统筹推进经济社会全面发展总基调和消费中心城市建设基本要求(见图1)。从扩大总量、提升能级、创新升级、注重品牌、优化结构、促进联动、完善基建、环境治理、数字经济、政策扶持等入手,加速形成规划布局科学合理,具有消费吸引力、品牌集聚力、岭南文化传承地,功能齐全、特色鲜明、管理规范的标志性商圈。同时结合各城特点,因地制宜、因城施策,积极促进“会商旅文体艺”深度融合、相互助力,提振消费,有序推进建设进程,实现大湾区区域协调发展的经济新格局。

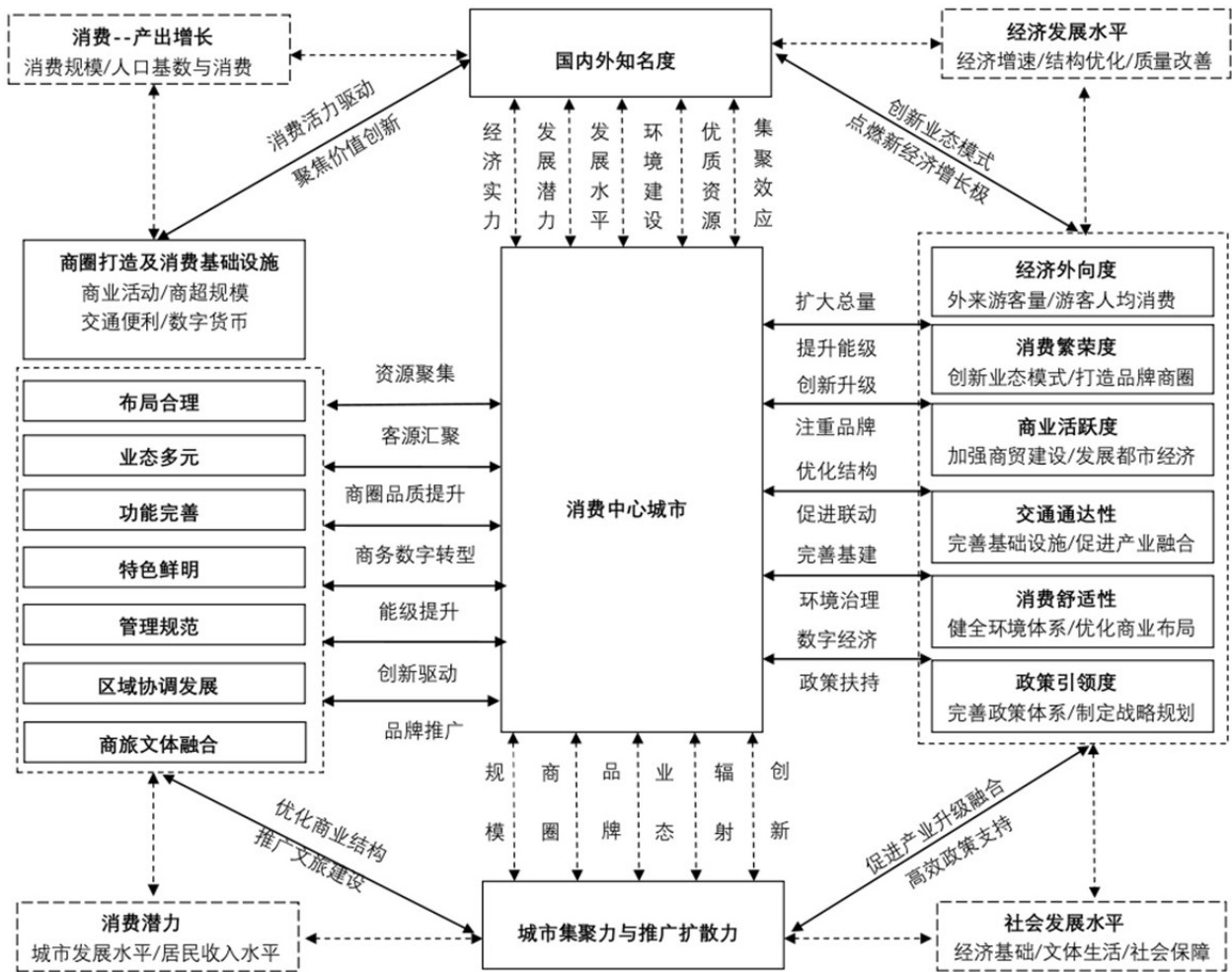


图1 消费中心城市构建路径

### 1. 完善政策体系,制定战略规划,加大政策扶持,发挥市场配置作用

(1)政府及相关部门制定战略规划,主动服务商业创新,创新机制和制定切实可行的战略性措施,鼓励生产、刺激消费,大力支持相关商贸旅游和文体赛事(见表5)。

(2)探索税收减免政策,加强统筹规划,探索扩大免税政策范围,如协同层城市企业可以通过“产业扶持奖励”等方式享受“园区内税收优惠政策”。强化政府监管,严格执法,维护公平竞争市场与良好消费环境。

(3)有效发挥市场资源配置的决定性作用,完善公共基础服务设施,借力建设岭南旅游城市与大湾区消费城市群相互作用力,降低要素配置与市场运行成本,弥补短板。推进市场需求引领市场供给、市场供给创造需求的良性循环。



表5 协同层城市的城市定位及发展规划

城市	城市定位和发展规划
惠州	全面对标深圳东进战略,对接广州东扩发展,加快创新平台建设;瞄准“绿色现代化山水城市”,做好生态担当
珠海	建设大湾区桥头堡与创新高地;开辟“港澳市场及创新资源+珠海空间与平台”的合作路径
江门	主动对接广佛、深港澳经济龙头,探索发展“飞地经济”,做好沟通粤西与珠三角“传”“接”的“中场”角色,巩固“碉楼、温泉、海岛、生态”四大旅游品牌,参与打造世界级旅游区
中山	打造珠江西岸区域科技创新研发中心,承接珠江东西两岸区域性交通枢纽
肇庆	珠三角连接大西南枢纽门户城市,争当“湾区新秀”,做好湾区通往大西南及东盟的西部要塞

资料来源:根据政府发布的相关公告、文件及CNKI资料等整理而成。

## 2. 聚焦价值创新,优化消费结构,消费价值导向,转变经济增长方式

(1) 聚焦价值创新,以消费创新引领需要,构建新消费驱动供给侧结构性改革,打造面向不同层级需求的需求市场。优化产业结构,促进协同层城市消费升级,形成保障社会消费品零售总额不断增长的长效机制。

(2) 强化消费引领,以消费者价值为导向,改变协同层城市业态单一、产品种类稀少等现状,加大资源集聚储备,丰富产品层级,提升服务效率与质量。促进供给效率品质优化和提升,形成不同层级梯度、不同需求水平的消费供给结构。聚焦“人—货—场”新消费模式创新,增强消费对全产业链的引领和带动作用。

(3) 以“十四五”战略目标为指引,结合产业结构现状,加大商贸吸引力,引进驰名商标和著名企业,提升城市能级,贯彻创新理念。以大湾区区域协同发展战略规划为战略目标,把握消费中心城市发展规律,构建大湾区现代产业体系,转变经济增长方式。

## 3. 吸纳知名品牌,发展首店经济,培育本土品牌,创新业态消费模式

(1) 全面提升产品与服务竞争力,吸纳知名品牌和企业落地扎根,形成首店经济,并在实施首店经济战略的基础上充分发挥本地传统品牌优势,促进首店知名品牌与现有资源耦合发展。创新传统老店多种经营业态和商业模式,培育形成更多新业态、新模式、新产业,为消费市场注入新鲜血液,提升经济活力。增添更多层次丰富、产品多样、技术创新的体验式新消费发展模式,搭建良好营商环境。

(2) 深入贯彻实施“创品牌、增品种、提品质”三大战略,大力挖掘及加速培育本土品牌,提升本地品牌吸引力与竞争力,推广宣传本土品牌和特色商品,增加更高质安全、功能齐全、特色鲜明和高文化格调的本土产品。有效吸纳其他地区知名品牌,创新业态销售模式,推动商圈转型升级,启动数字经济智慧商圈建设。

## 4. 加强商贸建设,发展都市经济,推广文旅建设,促进产业升级融合

(1) 聚焦都市型经济圈建设和珠三角城市群建设,大力发展商贸零售业,以商贸城市建设为中心,有效整合大湾区城市群与生态资源、旅游经济、交通枢纽等优势,形成文旅城市建设与商贸消费城市建设联动,提升城市综合竞争力,助力城市提档升级。

(2) 深入挖掘历史人文资源,积极发展岭南生态旅游、岭南文化体验、康养休闲度假等举措。顺势而为,以旅游带动消费,构建大湾区全域旅游体系。深化旅游业与旅游消费的融合机制,推进“旅游+”战略落地,构建“一核一线一带”全域旅游经济发展格局。

(3) 持续加强文化产业建设,积极打造文化大都市,有效提升城市文化艺术氛围。建设岭南府城文旅街区,推进城市风貌改造,打造具有城市特色的美食一条街、名优特产一条街、文化时尚一条街,提升城市商圈发展首位度。第一,加快发展文化产业,培育文化产品、文化企业、文化业态,构建文化市场体系,活化利用好岭南历史文化街区、岭南红色革命遗址等,推动岭南文化产业高质量发展,培育岭南文化产业消费。第二,大力推动文体融合,建设社区体育休闲公园,适时举办系列品牌体育赛事。第三,加快发展岭南文旅康养新业态,持续筹办赛事活动,着力引进港中旅等高端文旅资源,打造大湾区康养休闲旅游度假胜地。

### 5. 落实消费中心及旅游城市政策定位,联动协调发展“会商旅文体艺”

不断加快消费中心建设与旅游城市建设,为扩大消费、繁荣市场、展示品牌、提升能级发挥积极作用。借鉴先行试点城市经验,融合协调联动发展机制,全面实施“会商旅文体艺”大消费耦合协调发展战略。

会:健全政府、企业沟通机制,筹办与建立客商投资协会,探索投资常态化机制,扩容“朋友圈”新名片。商:深化改革招商引资,构建“龙头项目—产业链—产业集群”招商模式,建立“招落投服”工作机制,抓实产业链招商,加速产业集聚。旅:第一,努力创建国家生态文明建设示范市、国家5A级旅游景区、省内全域旅游示范区,加快创建国家全域旅游示范区、国家旅游度假区,积极参与大湾区世界级旅游目的地建设;第二,助力乡村振兴,促进文旅融合新业态发展,推动旅游要素提质升级;第三,完善旅游公共服务设施,积极开展“引客入市”旅游宣传活动。文:创建全国文明城市,加快融合岭南府城文旅,加大旅游振兴行动力度和出台旅游扶持政策。体:举办大型体育活动,通过国内外赛事提升城市知名度与辐射力。艺:通过打造“演”“游”“观”“赛”“展”多元化板块,彰显协同城市历史文化底蕴,增强文化软实力。

### 6. 完善基础设施,健全环境体系,优化商业布局,打造地标商圈

(1)健全完善基础设施建设,优化大胆买、放心买的营商环境,做好数字经济、智慧商圈、交通规划、场景消费的匹配衔接,提升公共服务和基础设施的互联互通、共建共享。支持商业转型升级,形成若干个协同层城市消费中心。

(2)建立健全行业准入标准,制定市场规范准则,加强社会信用体系和市场监管体系建设,发展诚信商业文化,营造良好消费环境。始终贯彻广东省“三打两建”营商宗旨,完善强化监管力度、惩罚赔偿性措施,对侵权行为零容忍,依法依归严惩制假售假、商业贿赂、欺行霸市、价格欺诈、质量不符等失信行为。强化消费者权益保障体系,努力解决消费投诉,始终维护消费者维权通道,保障放心消费,净化消费的环境体系,积极创建诚信公平、服务优质、透明公开、纠纷快处、始终健康发展的消费环境,努力构建外来旅游消费友好型城市形象,增添协同层各城市新名片。

(3)进一步优化商圈布局,构建协同层各城市“核心商圈+区域商圈+社区商圈”的多区域、多业态发展新商业模式,为适应大湾区城市群建设和“双循环”背景下市场高质量发展,努力建设融不同消费供给,聚消费、会商、文化、艺术、餐饮、购物、娱乐、赛事于一体的品牌消费商圈,打造有影响力的品牌文化、赛事活动,提升现有协同层商圈能级,推动商圈转型升级,更好发挥商圈集聚人气、吸纳消费的作用,提高商圈繁荣度与知名度,扩大影响力与辐射力,加快促进消费中心城市建设进程。

## 五、结语

“双循环”经济发展新格局下,我国经济从依赖投资、出口双驱动向更多依靠国内需求拉动转变。消费已成为“三驾马车”中维持经济稳定运行的“压舱石”、持续推动经济增长的“主引擎”。消费升级是推进大湾区全面建设、实现高质量发展的重要路径,通过优化消费经济,积聚多元化创新生态资源,可以拓展内需,释放巨大的消费潜能。

消费可以视为“空间中的消费”,城市空间是消费活动得以发生并延续的物质载体。消费城市建设能有效扩大内需、激发内生动力,推动供给侧结构性改革。建设消费中心城市不仅有利于持续提升城市核心功能,更能有效发挥消费创新引领作用,持之以恒地高效推动产业转型升级,产业强市,提升最终消费支出对经济增长的拉动与贡献,促进形成区域经济发展新格局。

目前,我国正以满足内需作为出发点和落脚点,依靠构建完善的经济运行体系,多产业协调发展、深度融合,形成以国内大循环为主体,畅通国民经济运行的新格局。在此节点上,构建消费中心城市显得尤为重要。

## 注 释:

- ① 2020年社会消费品零售总额排名:第1名上海15932.5亿元,第2名北京13716.4亿元,第3名重庆11787.2亿元,第4名广州9218.7亿元,第5名深圳8664.8亿元,第6名成都8118.5亿元,第7名苏州7702.0亿元,第8名南京7203.0亿元,第9名武汉6149.8亿元,第10名杭州5973.0亿元,第11名青岛5203.5亿元,第12名郑州5076.3亿元,第13名西安4989.3亿元,第21名天津3582.9亿元。

## 参考文献:

- [1] 中华人民共和国中央人民政府.中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议[EB/OL]. [http://www.gov.cn/zhengce/2020-11/03/content\\_5556991.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2020-11/03/content_5556991.htm), 2020-11-03.
- [2] 中华人民共和国中央人民政府.商务部等14部门印发《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》[EB/OL]. [http://www.gov.cn/xinwen/2019-10/25/content\\_5444727.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2019-10/25/content_5444727.htm), 2019-10-25.
- [3] 刘涛,王微.国际消费中心形成和发展的经验启示[J].财经智库, 2017, (4): 100-109.
- [4] 周佳.国际消费中心城市:构念、规律与对策[J].商业经济研究, 2021, (14): 42-45.
- [5] 汪婧.国际消费中心城市:内涵和形成机制[J].经济论坛, 2019, (5): 17-23.
- [6] 郭军峰.我国消费中心城市识别、集聚特征与驱动因素——基于空间计量模型的研究[J].商业经济研究, 2020, (20): 149-152.
- [7] 汪婧.基于熵权法的国际消费中心城市竞争力评价[J].商业经济研究, 2020, (21): 189-192.
- [8] 吴莎.西部地区消费中心城市发展潜力测度与收敛性特征研究[J].商业经济研究, 2021, (4): 148-151.
- [9] 刘社建.“双循环”背景下上海构建国际消费城市路径探析[J].企业经济, 2021, (1): 5-13.
- [10] 毛慧红.建设国际消费中心城市视角下上海加快发展免退税经济的思考和建议[J].上海商业, 2021, (5): 5-7.
- [11] 赖穗怡.广州建设国际消费中心城市的思路与对策[J].城市观察, 2021, (3): 49-59.
- [12] 方越峦,邓谦.关于广州建设国际消费中心城市的思考[J].广东经济, 2020, (11): 36-38.
- [13] 崔珍珍,李坚飞,王海江.城市环境质量感知对社区居民生态消费意愿的影响——基于环保知识积累调节的中介效应模型[J].消费经济, 2020, (1): 68-77.
- [14] 姜凯凯,高焜尘,赵泰合.租差理论视角下城市消费空间生产的机制与特征研究——以成都太古里为例[J].国际城市规划, 2021: 1-15.
- [15] 韩成.流通产业与消费中心城市耦合度及协同发展研究[J].商业经济研究, 2021, (11): 5-8.
- [16] 何徐兴.浅析新零售时代下城市特色街区消费场景营造的路径——以成都市成华区猛追湾市民休闲区为例[J].全国流通经济, 2020, (33): 3-5.
- [17] 马克思·韦伯.非正当性的支配:城市类型学[M].康乐,简惠美,译.桂林:广西师范大学出版社, 2005.
- [18] 廖爱民.建国初期成都的城市经济功能转变——传统的消费型城市向生产型工业城市的转变[J].四川大学学报(哲学社会科学版), 2004, (S1): 120-122.
- [19] 中华人民共和国中央人民政府.中共中央国务院关于完善促进消费体制机制 进一步激发居民消费潜力的若干意见[EB/OL]. [http://www.gov.cn/zhengce/2018-09/20/content\\_5324109.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2018-09/20/content_5324109.htm), 2018-09-20.
- [20] 中华人民共和国中央人民政府.关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见[EB/OL]. [http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-03/13/content\\_5490797.htm](http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-03/13/content_5490797.htm), 2020-02-28.
- [21] 21 经济网. GDP 十强城市角逐国际消费中心:国家试点名单公布进程加快[EB/OL]. <http://www.21jingji.com/2021/5-1/50M-DEzNzlfMTYyNDQ5OQ.html>, 2021-05-01.
- [22] 黎传熙.湾区区域经济下协同层城市发展战略新思考——以粤港澳大湾区肇庆市发展为例[J].天津商业大学学报, 2018, (9): 60-67.
- [23] 刘元春,张杰.聚焦国际消费中心城市建设[J].前线, 2021, (5): 89-92.
- [24] 中华人民共和国中央人民政府.广东省政府审议通过珠三角地区五个一体化规划[EB/OL]. [http://www.gov.cn/gzdt/2010-05/31/content\\_1617003.htm](http://www.gov.cn/gzdt/2010-05/31/content_1617003.htm), 2010-05-31.

(责任编辑:彭晶晶)