

2021 年第 6 期（总第 74 期）

滨海金融专报

主办单位： 天津财经大学金融与保险中心 2021 年 12 月 8 日

本期导读

本期特荐 深入分析天津市综合经济消费实力现状和培育建设国际消费中心城市面临的问题，提出对策建议，推动我市经济高质量发展，加速我市国际消费中心城市的建设步伐。

比较借鉴 通过对 24 个世界一线城市的数据进行定性比较分析，提出三种培育国际消费中心城市的典型模式，为我市建设国际消费中心城市提供借鉴经验。

观点聚焦 聚焦天津建设国际消费中心城市的现状，分析天津消费环境发展存在的问题，提出天津应增强消费吸引力、推动新兴消费、完善消费网络体系等对策建议。

本 期 目 录

本期特荐.....	3
天津市综合消费实力现状分析及对建设国际消费中心城市的 对策建议.....	3
1 天津市综合经济消费实力现状.....	3
2 天津市建设国际消费中心城市存在的问题.....	5
3 天津市建设国际消费中心城市的思路和对策建议.....	7
比较借鉴.....	11
培育国际消费中心的路径选择及启示.....	11
1 建设国际消费中心城市的影响因素.....	11
2 培育建设国际消费中心城市的典型模型.....	13
3 建设国际消费中心城市的结论与启示.....	15
观点聚焦.....	19
天津建设国际消费中心城市的现状及路径选择.....	19
1 国内消费中心城市发展动态.....	19
2 天津消费环境发展存在的主要问题.....	20
3 天津建设国际消费中心城市的路径研究.....	22

天津市综合消费实力现状分析 及对建设国际消费中心城市的对策建议

天津财经大学金融与保险研究中心 康宁 张庆君

内容摘要：2019 年商务部明确提出要开展国际消费中心城市培育试点。2021 年 7 月，经国务院同意，我市将与上海、北京、广州和重庆共同率先实施国际消费中心城市培育建设。

建设国际消费中心城市对天津市来说意义重大，能够推进天津市消费经济发展转型升级的进程。促进天津市与国际接轨的步伐，将天津市本土品牌推向国际，有利于进一步扩大对外开放。为此，本文通过分析天津市的消费发展现状，聚焦存在问题，提出推动天津市建设国际消费中心城市的对策建议。

一、天津市综合经济消费实力现状

（一）消费环境现状

根据中国统计年鉴数据显示：从 GDP 水平来看，天津市 2020 年的 GDP 水平为 14083.73 亿元，相较于 2009 年增长了 146.67%；从人均

GDP 水平来看，我市 2020 年人均 GDP 水平为 101614 元/人，相较于 2009 年增长了 113.94%。

我市 GDP 和人均 GDP 的增速和规模与其他四城市比较均处于最低。GDP 是反映一座城市经济实力的基础，我市应提高生产效率、刺激消费需求、发展新产业，吸引人才的流入。

（二）人民物质文化生活水平现状

根据中国统计年鉴数据显示：我市的社会消费品零售总额由 2009 年的 2430.8 亿元上升到 2020 年的 3582.9 亿元，增长了 47%。而 2020 年北京上海重庆的社会消费品零售总额均超过一万亿元，位列前茅。

与其他城市相比，我市的社会消费品零售总额过低，增长速度缓慢，且 2020 年增速为负。我市应维持 GDP 稳定发展，发展地区经济，利用财政手段开展多元化经济，刺激消费的增加。

（三）就业水平现状

根据中国统计年鉴数据显示近十年内城镇单位就业人员数及人均工资的情况，我市的就业人数由 2009 年的 201.65 万人上升到 2019 年的 269.35 万人，增长了 33.57%。从城镇单位就业平均工资来看，人均工资水平由 2009 年的 43937 元/人上升到 2019 年的 108002 元/人，增长了 145.81%。

我市应针对地方特色来发展经济，发展多元产业结构，以此来刺激消费。增大我市的吸引力，吸引人口的流入来带动消费。

（四）居民收入和消费现状

根据中国统计年鉴数据显示：我市 2020 年的 CPI 为 102，高于全国 2020 年 100.2 的 CPI 水平。

根据中国统计年鉴数据及统计摘要显示，2020 年我市居民人均可支配收入为 47658.5 元/人，农村居民人均可支配收入为 25690.6 元/人；城镇居民人均消费性支出为 30894.7 元/人，农村居民人均消费性支出为 16844.1 元/人。我市的居民消费和支出水平远远高于全国平均水平，但与北京、上海之间还存在较大差距。

二、天津市建设国际消费中心城市存在的问题

（一）我市的总体消费水平不高

居民平均消费水平关系着消费动力的强弱，重庆市 2020 年 GDP 水平为 25019.11 亿元，相较于 2009 年增长了 275.91%，增速最快。我市 GDP 水平与其他四座城市比较均处于最低且社会消费品零售总额过低，增长速度缓慢。同时，常住人口规模是推动城市消费增长的重要基础。2019 年，北上广渝四市的就业人数分别 791.3 万人、716.06 万人、400.22 万人和 374.42 万人，总体来看，我市就业人口少于其他四座城市。但我市目前 CPI 稳定，我市应继续保持 CPI 的稳定，采取稳健的财政政策，增加生产，扩大投资消费。我市人均可支配收入增速放缓，总水平与北京、上海之间的差距仍较大。且我市城乡消费水平差距大，收入分配不均，导致居民消费信心与消费预期降低，影响

消费需求。

（二）消费品牌缺少创新，首店经济聚集效应薄弱

我市的消费品牌缺乏创新，消费者不再仅仅因为吃饱穿暖而进行消费，而是越来越追求消费的质量，追求创意消费、新型消费，满足精神层面的满足。目前各大商场以传统购物、餐饮为主，没有创新点，也没有代表津城特色的新型品牌出现。例如提到长沙，大家现在都会想到文和友小龙虾和茶颜悦色，吸引着众多年轻的消费群体前去打卡。而我市仅有茶馆、相声、狗不理包子和麻花等老一代传统的品牌。我市应聚焦将消费与消费者情景体验度、创新度和个性化融合，打造潮流与老字号品牌融合创新的强劲引擎，培育聚有特色的津城品牌。我市首店经济聚集效应薄弱。“首店经济”由上海率先提出，2020 年我市共有 62 家首店开业，而同年上海市的首店入驻数量比我市高出将近 14 倍。首店经济可以帮城市打开知名度，激发消费新活力，体现了其他国家或城市对我市经济、文化和创造能力的认可，会对周围商圈带来辐射效应。在首店经济的发展上，我市与其他建立国际消费中心的城市相比还有较大差距。

（三）我市消费地标与商圈培育力度不够，国际知名消费品牌活动影响力低

通常情况下，世界现有的国际消费中心城市都有具有标识性的消费地标，例如巴黎香榭丽舍大道、迪拜购物中心等。由此如何利用我市目前现有大型购物商场、步行街，并将其培育建设成为国际知名消

费地标，是我市目前需要着重思考的问题。我市的国际知名度仍与国际消费中心城市的要求存在较大差距并且消费地标与商圈培育力度不够，一线国际品牌入驻量偏低，时装周、秀场、品牌发布会、创意展出等主题展示等多功能复合性消费活动偏少。近日，位于上海市浦东新区的前滩太古里正式开业，这里聚集了中高端商品品牌、艺术潮流、休闲娱乐、文体手工、等领域将近 300 家商户，其中包括一批品牌旗舰店。我市尚缺类似知名品牌入驻活动，也没有以此来推动打造时装周等具有国际影响力的活动。

三、天津市建设国际消费中心城市的思路和对策建议

我市建设消费中心城市应以国情、市情出发，做到聚焦国际、紧扣消费、突出中心，充分发挥自身优势，设定符合基础和条件的消费中心城市目标，探索具有天津特色的国际消费中心城市建设路径。

（一）建设国际消费中心城市的目标与模式

1、发展目标。我市建设消费中心城市的目标应分为短期目标和长期目标。在短期（1-5 年）内，做到基本完善国际消费中心城市体系，在消费环境、人民物质文化生活水平、居民家庭购买消费商品及服务的价格水平和就业水平等方面有较高水平的提升。提高我市的知名度、繁荣度及活跃度，发展水平处于我国前列。在长期（5-10 年）内，实现打造国际知名度高、消费环境繁荣、商业活跃度高、生活条件便利、政策扶持到位以及利于人民安居乐业的国际消费中心城市。

2、发展模式。我市建设国际消费中心的发展模式主要取决于

政府的决策定位以及城市的发展格局和文化底蕴。充分利用我市的商贸、港口、自贸试验区等优势，完善我市的商业规划布局，打造属于天津的特有品牌。同时充分利用我市建立国家会展中心的优势，我市可以承接北方的各项重要会议、展览、其他与经济相关的活动和赛事。将会展服务、会展经济最强做大，建设功能齐全、设施高端、服务优质的天津国家会展经济片区。同时，利用我市的优势和政府优质扶持政策引进国内外知名公司和品牌的入驻，发展首店经济，打造步行街和商圈模式，增强我市消费的吸引力。

（二）建设国际消费中心城市的对策建议

1、发挥区位和历史优势，促进我市商旅文体融合发展

我市海陆空交通便利，港口和机场可以扩大优质消费品进出口的渠道。发挥我市的口岸功能优势，政府出台建立有“免税、保税、退税”相应政策的自由贸易港，同时需加强海关和市场监督管理，提升消费者在天津的购物体验。

利用我市特有地域文化资源与旅游策划有机融合，打造“津门故里”的特色文化旅游带。将会展服务、会展经济最强做大，建设功能齐全、设施高端、服务优质的天津国家会展经济片区，全面提升城市国际影响力。可以由政府出面给予经费支持，在津举办一批国际一流交流共享会议、展览、赛事以及发布会、品牌时尚活动等，讲好天津故事，加强本土特色传统文化的对外交流，搭建高层次宽领域合作交流平台。建设具有津城文化，商旅文体融合发展的城市环境。满足消费者各项消费需求，增强我市消费吸引力和凝聚力。

2、建设跨境电商产业集群，促进我市消费升级

健全自主可控安全高效的跨境电商产业链，将实体经济和电子商务有效结合，推动我市消费升级；结合天津“一基地三区”政策，建成全国先进制造研发基地。

我市以制造业立市，要促进我市消费升级转型，应针对自身特点，立足京津冀协同发展，从多渠道推动我市消费升级。目前我市已有三家跨境电商示范园区，可以将跨境电商产业与我国现阶段热门的电商直播带货行业有机结合，利用“两微一抖”等新媒体平台，实现商品更大范围的销售推广。引导外贸企业与线上销售、直播带货等数字化营销渠道相结合，拓展扩大销售模式，促进我市数字消费经济发展。我市也可以与天津高校合作开展校企联合办学，加强跨境电商实用型人才培养。同时要深入实施人才引进战略，聚集海内外优秀的创新人才和创新团队，放宽对其落户要求。

3、建设国际知名商圈，打造“津城”消费名片

推动建设国际消费商圈模式，打造海河国际商业中心、滨江道等天津标志性商圈。培育创新消费，以多样性消费、体验式消费和创意消费为发展方向，在商圈内引入首店、旗舰店、快闪店、体验店、主题店以及一系列小众且具有风格的特色店，打造一批“网红打卡地”。同时，避免“商圈同质化”，体现“津城”特色，提升传统消费。政府应给予本土特色品牌开发相应的政策支持，对其品牌吸引力进行量化分析，适当给予免纳税或少纳税政策，针对设立在各景点的店铺给予免收或少收税金的优惠政策。同时设立品牌入驻基金，对于吸引全

国或区域首店、旗舰店品牌入驻的企业商家给予一定奖励。坚持政府宣传引导与市场化运营“两手并举”，提升消费者体验度和人文感受。

4、激发农村消费市场活力，发挥政府引导作用

切实改进我市城乡消费水平差距大、收入分配不均的现状。抓住农村市场，激发其消费的巨大潜力。可以充分利用电商平台，激发农村消费市场活力。电商平台一方面优化了商品供给体系，另一方面改善影响了农民生活方式，激发农村消费市场更大的发展活力。我市为城郊型农业，是粮食农作物、葡萄酒、畜产业、水产业的重要基地，通过电商平台推动 C2F 模式发展，为我市消费市场发展提供强有力支撑。

同时政府应发挥引导作用，在营造良好的消费商贸环境、完善监管体系等方面加大力度。保障产品质量和食药安全，提高我市的医疗卫生及其他方面服务水平，落实社会保障，刺激居民消费需求，打造公平竞争的市场环境；加快完善消费中心城市监管体系。及时完善建设过程中出现的新问题，紧扣大数据与建设国际消费中心的协同发展，提高政局对市场的监管力度，通过技术进步为消费监管赋能。

比较借鉴

培育国际消费中心的路径选择及启示

本文根据 2021 年经济体制改革的《培育国际消费中心城市的路径、模式及启示——基于 24 个世界一线城市的比较分析》编辑整理¹

一、建设国际消费中心城市的影响因素

《中华人民共和国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》提出培育建设国际消费中心城市。目前，已有 20 多座城市提出建设国际消费中心城市，在双循环新发展格局下，促进消费市场提质扩容，激发消费活力已成为各大城市的重要目标。伦敦、纽约、东京、巴黎、中国香港等世界著名一线城市，同时也是全球公认的国际消费中心城市，它们培育国际消费中心城市成功经验值得中国大陆城市参考借鉴。因此，本文通过对 24 个世界一线城市的比较分析，深入探讨世界一线城市培育国际消费中心的路径与模式，为我国培育国际消费中心城市提供启示。

根据商务部《国际消费中心城市评价指标体系（试行）》的评判标准，国际知名度、城市繁荣度、商业活跃度、到达便利度、消费舒

¹ 刘司可,路洪卫,彭玮.培育国际消费中心城市的路径、模式及启示——基于 24 个世界一线城市的比较分析[J].经济体制改革,2021(05):70-77.

适度、政策引领度是衡量国际消费中心城市的重要标准，这些维度基本包含了目前对于国际消费中心城市的主流认知。本文主要从国际知名度、城市繁荣度、商业活跃度、到达便利度和消费舒适度 5 个方面，对国际消费中心城市进行专门研究。

（1）国际知名度。国际消费中心面向全球消费者，国际化外向程度高和全球影响力强是重要条件。影响力强可以体现在多个方面，既可以在金融、时尚、艺术、教育、文化等领域引领世界，也可以是知名企业、重要赛事等活动的举办地。国际知名度是培育建设国际消费中心城市的重要条件。

（2）城市繁荣度。城市繁荣以经济发展为基础，人口、GDP 等是城市繁荣的重要体现，城市经济繁荣是国际消费中心城市的基本特征。城市繁荣是培育国际消费中心城市的重要前提。

（3）商业活跃度。国际消费中心拥有活跃的商业环境，使城市成为滋生国际品牌的沃土，也是众多一线品牌旗舰店及首店落户的重要选择，在充满活力与创新的商业环境中，为城市培育国际消费中心提供引领。商业活跃度是培育国际消费中心城市的重要条件。

（4）到达便利度。高效、全球化的交通连接是商业繁荣的重要支撑。高效的交通连接是商品流通与人口流动的重要基础，城市的地理位置、交通基础设施等影响城市的便利度。培育国际消费中心城市不能忽视到达便利度的重要作用。

（5）消费舒适度。消费舒适度关系到国际消费中心城市能否留住消费者，通过城市良好的居住、饮食及人文体验，延长顾客在城市

的停留时间，产生更多的消费。消费舒适度是培育国际消费中心城市的影响条件。

培育国际消费中心城市是一项复杂的系统工程，需要通过不同条件的搭配组合更好地挖掘城市的国际消费潜力。为此，本文采用具有广泛适用性的清晰集定性比较分析方法（csQCA），围绕国际知名度、城市繁荣度、商业活跃度、到达便利度和消费舒适度选取企业入驻、人口规模、营商环境、国际来访、环境宜居 5 个前因变量，将培育成为国际消费中心城市作为结果变量，对 24 个世界一线城市的国际消费相关数据进行考察，深入探讨多个变量条件如何组合才能更好地培育国际消费中心城市，基于组合路径归纳培育国际消费中心城市的典型模式，为我国城市培育国际消费中心提供启示。

二、培育建设国际消费中心城市的典型模式

根据不同的培育路径，可以归纳以下 3 种培育国际消费中心城市的典型模式：

（一）商业金融模式：

企业入驻*营商环境*~国际来访*~环境宜居。表示同时满足高企业入驻和优营商环境，即使国际来访较少，宜居环境欠佳，也可以促进国际消费中心城市的培育。商业金融模式的内涵主要表现在国际金融(商业)中心对全球优质消费产生集聚效应。世界 500 强企业入驻城市营商环境具有高要求，优良营商环境有助于吸引优质企业入驻，优质企业集聚则会进一步改善城市商业环境，并提供更多的中高端工作岗位，促进城市人口提高经济收入。另一方面，优质国际企业与高

收入工作岗位则会吸引更多人才，形成激烈的商业竞争环境，城市服务将变得更加昂贵，国际游客来访成本增加，这对国际来访趋缓以及城市宜居度降低做出了解释。

（二）国际交往模式：

~企业入驻*~人口规模*营商环境*国际来访。表示在低企业入驻和低人口规模的情况下，重点营造优营商环境，提高国际来访，有利于培育国际消费中心城市。国际交往模式的培育路径是通过频繁密集的国际来访提升城市的人员要素流动，使城市能够拥有源源不断的国际消费者，为激发城市消费活力提供动能，因而将这种组合路径称之为国际交往模式。国际交往模式需要城市满足三个条件：一是城市已经具备较好的发展基础与良好的政策环境，经济、政治、人文等方面具备高开放度与包容度，这是吸引国际来访的前提；二是城市需要具备突出的交通区位优势，以及便捷高效的出入境政策，为国际交往提供便利；三是适宜的城市人口规模与企业数量，频繁的国际交往决定了城市外向型发展属性，外向型服务需要消耗大量的城市资源，对城市人口规模进行适度调控，更有助于优化城市资源配置，平衡内需与外需之间的关系。

（三）文化宜居模式：

企业入驻*营商环境*国际来访*环境宜居。表示在高企业入驻、优营商环境、高国际来访、高环境宜居的共同作用下，有助于加快培育国际消费中心城市。文化宜居模式的培育路径主要是通过文化内涵与城市环境的综合作用提升城市的国际消费水平。具有特色的城市文

化不仅提升了城市形象，为城市赋予令人瞩目的文化符号，而且为城市居住带来了更好的体验与感受，吸引世界各地访客争相前往。良好的城市居住环境有利于增强旅客的消费体验，使国际旅客愿意花费更多的时间与精力在城市停留，感受城市的文化魅力，进而促进城市的消费发展。文化宜居模式属于综合性的培育路径，文化宜居城市不仅拥有较高环境宜居指数，还需要拥有优良营商环境，较多国际来访与世界 500 强企业入驻。在这些条件的共同触发下，才能更好彰显城市的文化魅力，加快国际消费中心城市培育。

三、建设国际消费中心城市的结论与启示

（一）研究结论

通过对 24 个世界一线城市的数据考察发现，营商环境是培育国际消费中心城市的必要条件，培育国际消费中心城市存在三种组合模式：一是高企业入驻和优营商环境组成的商业金融模式，代表城市有伦敦、纽约、中国香港、东京和巴黎；二是高国际来访和优营商环境组成的国际交往模式，代表城市有新加坡、迪拜、吉隆坡、悉尼和米兰；三是高企业入驻、高国际来访、高环境宜居和优营商环境组成的文化宜居模式，代表城市有马德里、莫斯科、北京、多伦多和芝加哥。通过比较发现，世界一线城市与世界超(强)一线城市培育国际消费中心的路径存在差异，商业金融模式下增加人口规模有利于加快培育国际消费中心城市，国际交往模式下提升环境宜居水平有利于加快培育国际消费中心城市，这进一步说明国际消费中心城市的培育路径是多元

化的，不同城市在培育国际消费中心时应结合实际选择不同模式的组合路径。

（二）对国内城市的启示

目前，国内多个城市提出培育国际消费中心城市，上述三种模式的培育路径对国内城市培育国际消费中心城市具有以下启示。

1、吸引优质跨国企业集聚，对标国际一流营商环境

高企业入驻是商业金融模式生效的重要条件。“商业金融模式”主要反映了以优质企业集聚为主导的国际消费中心城市培育路径。尤其是世界 500 强等大型跨国企业集聚，将进一步强化城市在人才、贸易、金融、商业、物流等方面的发展要素，促进旺盛消费需求与优质消费服务供给相契合，有利于加快培育国际消费中心城市。因此，国内城市应积极对标国际一流营商环境，围绕世界 500 强企业制定专属政策，营造更加开放和更具吸引力的国际商业制度和市场环境。

商业金融模式的培育路径较为适合中国区域性金融中心城市。如重庆和武汉，既拥有较多数量的世界 500 强企业入驻，同时也是中西部地区金融机构较为集聚的城市，营商环境建设位居全国前列，可以为跨国企业提供优质的金融、贸易等商业服务。随着优质企业增多以及商业环境改善，重庆和武汉城市人才吸引力逐步增强，为城市消费提质扩容奠定了重要基础。作为长江经济带核心城市，重庆和武汉具备自贸区等开放型制度优势，为增强城市国际优质消费品供给提供了贸易便利。基于此，商业金融模式是区域金融中心进一步培育国际消费中心城市的重要选择。

2、促进城市人口国内外双向流动，保持旺盛消费活力

高国际来访是国际交往模式的核心条件。“国际交往模式”主要为具备高国际来访和优化营商环境的城市提供策略导向，且这类城市通常具备良好的到达便利度和高开放度的政策环境。城市到达便利度高，意味着城市能够维持顺畅的人员流动，高开放度的政策环境，表示境外或国际访客可以便捷的前往该城市，人口要素可以在城市形成高效的国内国际双向循环，为城市消费提供充足的国内和国际购买力。因此，高国际来访是国际交往型城市培育国际消费中心的重要目标。从国际交往模式来看，相比单纯扩大城市常住人口规模，提高城市人员流动速率更有利于促进城市保持长久消费活力。

综合区位、交通、开放度以及城市环境，广州和成都比较适宜通过国际交往模式培育国际消费中心城市。广州作为中国重要的传统型沿海商埠，长期秉持着高开放度的发展导向，中国进出口商品交易会(广交会)已在广州连续举办了 129 届，足以说明国际经贸交往对于广州城市发展的重要价值。广州每年接待大量国际旅客，2020 年广州白云机场旅客吞吐量位居全球第一。成都是西部地区重要的经济中心，拥有繁荣的商业服务业，大量国际轻奢品牌选择将首店落户成都，为成都培育国际消费市场提供了优质商品供给。目前，成都已经成为中国第三个双机场城市，国际交往模式可成为其培育国际消费中心城市的重要路径。

3、将文化与宜居充分融合，发挥城市特有文化魅力

发挥城市特有文化魅力是文化宜居模式的关键。文化宜居模式认为,具有一定文化底蕴的城市,如果具备良好的营商环境和居住环境,以及较多优质企业入驻和大量国际人员来访,可以较好展示城市文化魅力,达成培育国际消费中心城市的效果。因此,国内城市除了需要在开放政策制定和商业制度设计方面着力之外,还应更加注重城市人文环境和生态环境的塑造。一方面,保持城市原有的特色文化属性;另一方面,提升城市人居品质,通过文化和宜居两者相融合,打造具有鲜明特色的国际消费中心城市。

西安、杭州和苏州是较为适宜文化宜居模式培育路径的城市。西安、杭州和苏州均拥有较多数量的世界 500 强企业入驻,近年来营商环境建设也取得了良好成效。具有特色的城市文化内涵是文化宜居模式生效的重要前提与触发因素,这三座城市各自拥有着个性鲜明的传统文化,赋予城市独特的文化魅力,这是吸引国际游客的重要条件。

“文化宜居模式”以城市文化为基础,在企业入驻、营商环境、国际来访和环境宜居等条件的共同作用下,为培育国际消费中心城市提供了重要指引。

天津建设国际消费中心城市的现状及路径选择

本文根据城市的《天津建设国际消费中心城市路径研究》编辑整理¹

国际消费中心城市是许多城市发展的目标，城市消费因素的增加既能提升经济增长的动力，也能提升城市的形象与国际化程度。2019年印发的《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》提出，要用5年左右时间培育建设一批国际消费中心城市。打造国际消费中心城市，夯实消费在经济发展中的基础性地位，是助力构建国内国际双循环新发展格局、促进经济平稳健康发展的重大战略手段。《中共天津市委关于制定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的建议》提出，要努力将天津建设成为国际消费中心城市。因此全面促进消费、培育国际消费中心城市对推动城市经济社会发展、提升现代化城市形象、满足人民对美好生活的需要具有重要意义。

一、国内消费中心城市发展动态

2019年，南财智库21世纪经济研究院对全国主要城市就国际消费中心城市实力进行测评，得到排名如下：上海、北京、广州、成都、深圳、重庆、杭州、武汉、西安、南京、苏州、天津、青岛、长沙、宁波、郑州、无锡、福州、济南和哈尔滨。由此可知，天津在建设国

¹ 梁爽.天津建设国际消费中心城市路径研究[J].城市,2021(02):12-22.

际消费中心城市方面存在优势，具备发展潜质，但与其他城市比较，还存在一定差距。

根据城市定位及区域布局等方面，我国城市陆续出台相关政策和规划。上海率先提出建成具有全球影响力的国际消费城市，并且围绕“创新”“品牌”“时尚”等关键词，从提升消费贡献度、消费创新度、品牌集聚度、时尚引领度和消费满意度等方面集中发力。北京的规划提出要成为繁华而不喧闹、多元兼具特色、品位兼备文化的国际消费中心城市。

二、天津消费环境发展存在的主要问题

（一）收入增长放缓造成消费需求降低

2013 年，天津城市人均可支配收入为 26359.20 元，分别低于北京 35.44%、低于上海 37.50%。2013 年~2019 年，随着天津城市经济的发展，城镇人均可支配收入有显著增加。2019 年，天津城镇人均可支配收入达到 42404.14 元，但仍低于北京 37.42%、低于上海 38.94%，继续拉大与北京和上海之间的差距。天津居民可支配收入虽处于增加趋势，但由于增速逐年放缓，在未来几年与北京和上海之间的差距还可能持续拉大，使得消费信心和消费预期不稳，导致居民消费需求降低，对于消费市场造成不利影响。

（二）二元消费结构制约整体消费水平提升

天津农村居民消费水平与城镇居民消费水平仍存在较大差距，2013 年~2019 年天津居民消费总体呈现平稳小幅上升趋势，但农村居

民消费支出一直低于城市居民消费支出，城乡消费能力不均衡制约着消费能力的整体提升。

(三) 消费引导机制与城市定位不相称

作为传统制造业城市，天津城市符号与城市形象中缺乏消费尤其是高品质消费的基本特征，缺乏对形成具有地域特点且和本地产业关联的消费引导。城市文化中消费特色的筹划与设计不系统、不充分，符号性、引领性的消费观尚未成型。以购买力为标志的消费能力、以消费地标为标志的消费档次、以多元消费为标志的消费形态都和超大型直辖市的城市地位不符。

(四) 消费性服务业对城市发展引领不足

从产业结构看，2019 年天津第一产业、第二产业和第三产业占地区生产总值（GDP）的比重分别为 1.3%、35.2%和 63.5%，第三产业占比超过 60%，2015 年~2019 年服务业占比提高了约 10 个百分点，逐渐成为拉动经济增长的主要动力。信息传输、软件和信息技术服务业、租赁商务服务业和新型技术研发等生产性服务业增速显著加快，但高端化消费类产业和活动，如时尚会展、顶级娱乐赛事等业务涉及较少，消费性服务业在城市经济中的占比存在巨大上升空间，一般性消费和普通生活服务消费多，高附加值、高税收的消费性产业较少。

(五) 中心城区消费商圈文化消费特色不明显

中心城区消费商圈主要以传统餐饮、购物等商业布局为主，新业态和消费亮点对时尚性、潮流性的消费引领不足。天津滨海新区消费经济的空间布局和企业结构不均衡，消费类龙头企业不多且缺少爆款服务品。夜间经济存在网点少、规模小、业态单一和客流量少等问题。

（六）消费基础设施建设空间布局不均衡

中心城区缺乏国际知名的主题消费设施和导向性消费地标。天津滨海新区品质消费的基础设施薄弱，消费网点的联通性需要强化。区域之间消费的差异化和符号化缺乏专门的规划与设计，影响市民消费升级。部分区域由于用地功能过于单一，导致一些核心地块功能单调，消费活力不足。部分社区路网和地块的物理隔离导致居民消费服务的便捷性与舒适度大打折扣。部分区域社区消费基础设施建设呈现结构性失衡，社区发展规划不科学、社区商业基础设施缺位、社区商业业态单调、大中型商业设施分布不合理，这些都影响了社区消费环境的建设。

三、天津建设国际消费中心城市的路径研究

按照《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》的要求，天津应结合实际，以建设国际消费中心城市为引导，大力倡导“消费之都”建设目标，全面优化城市消费环境。通过增强“国际性现代化大都市”的消费吸引力，以产业转型促进消费经济品质与效益提升，创造更多专题消费卖点，将新兴消费作为释放消费需求的重要突破口，促进地域文化挖掘与“网红打卡地”策划相融合，完善消费网络体系建设，合理布局“津城+滨城”的双城商业格局等措施，进一步提升现代化大都市的核心功能和综合承载力，增强城市的影响力与吸引力，更好地满足人民日益增长的美好生活需要。

（一）增强“国际性现代化大都市”的消费吸引力

统筹规划建成一批具有显著标识度的商圈，引进国际时尚元素品牌，提高世界顶级品牌渗透率，打造高端消费区，以首店效应吸引带动周边地区消费，积极吸引国际大品牌高端旗舰店落地，形成购物、餐饮和娱乐聚集的综合商圈。设计推广一批彰显津门特色、人文底蕴的特色商业街区 and 特色夜生活聚集区，重点引进 1 项~2 项全球知名消费类会展，专题策划一批顶级时尚演出和文体赛事活动，重点拓展邮轮母港的航线，围绕“天津购物”专项活动，推动“津城老字号”产品的国际化和现代化改造，布局一批离境退税便利店。进一步设计天津世界智能大会的消费环节和消费元素。在城市文化和城市形象宣传上，不断提升品质消费的知名度和辨识度。

(二)以产业转型促进消费经济品质与效益提升

打通制造和消费的产业边界与流程梗阻，鼓励生产型制造向服务型制造转型，通过对企业运营和流通环节的延展，增加观光、体验和消费场景开放，促进“智能制造”与“品质消费”的有机融合。通过开发推广“主题消费”“网络消费”“文化消费”“工业消费”等新业态、新品种推动消费服务向特色化、精细化和高品质转变。加强传统消费业态的升级转型，推动吃、喝、游、娱、购等传统线下消费的网络化升级与文化服务拓展。提升自主消费品牌的创新设计能力，优化消费类中小企业的营商环境，重视这类企业的成长性以及给城市带来的活力。

(三)创造更多专题消费卖点

鼓励发展夜间经济，夜间经济是城市活力的体现，将城市本土烟火气与都市文化现代化相融合，根据各区优势和文化资源打造不同特

色的夜间经济带，策划夜市和文旅系列主题活动，提升夜间购物消费能力。推动假日休闲消费，围绕节假日推出节庆主题活动，吸引更多企业、市民和游客，景区和商圈通过网络、手机应用软件等新媒体手段提前对主题活动进行酝酿宣传，探索更多样化、个性化的消费场景，更多地满足不同消费者的消费需求。

(四) 将新兴消费作为释放消费需求的重要突破口

围绕“在线新经济”，将“新零售”的发展作为促进消费经济转型的桥头堡。加速推动“新零售”要素集聚，优化业态空间布局，释放“新零售”创新政策红利，充分激发市场主体活力，搭建“新零售”技术应用场景，引领智能商业新范式。重点引进全球领先跨境电商企业在商业密度较大的地段设立体验中心，鼓励发展电商企业项目，支持已落户天津的著名电商做大做强，扶持大型实体商贸零售企业发展线上、线下结合项目，促进本土企业与电商融和发展，推动产业转型升级。

(未经许可 请勿转载)

总编审：任碧云 本期责任编辑：康宁

联系人：关筱谨 电 话：022-88186269 Email: fanditj@126.com

地 址：天津市河西区珠江道 25 号