

重庆新光天地



■2023年社零总额同比增长8.6%，高于全国1.4个百分点

■2024年春节假期，消费规模位居全国城市第三

巴渝大地消费活力“热辣滚烫”

1 引进来+走出去 加速集聚优质消费资源

新品首秀、新开首店，反映出一座城市的消费实力。

不只让赛博越野旅行车来渝展出，特斯拉还赶在年前加开了龙湖高新天街、万州万达广场等多个体验店。

“入渝6年，重庆消费市场潜力巨大，为企业发展带来重要契机。”特斯拉区域总经理孙嘉泽说。

自开展国际消费中心城市培育建设以来，重庆正加快“世界名品”集聚发展。尤其是在首店经济方面，2023年创下新高——共引进品质首店469个，同比增长240%。老佛爷百货、TSUTAYA 蔦屋、blt精品超市、奈尔宝家庭中心等一批品牌首店、品牌旗舰店纷纷亮相。截至目前，重庆已集聚国际国内知名品牌超1800个。

不仅要“引进来”，还要“走出去”。2023年，重庆打响“渝货精品”特色品牌，着力打造老字号和“非遗”精品，“重庆味道”“重庆工艺”“重庆制造”对国际消费者吸引力进一步增强，累计培育中华老字号31个、重庆老字号368个，华为问界M7、阿维塔单月销量分别突破2万辆、3000辆，奉节脐橙、涪陵榨菜、巫山脆李品牌价值均位居全国同类产品第一。

大型会展活动，往往被视为提振消费的助推器。重庆成功举办智博会、西洽会等重点展会，“一带一路”科技交流大会、国际人才交流大会等重要活动，以及中国杯世界花样滑冰大奖赛、重庆国际马拉松等知名体育赛事。此外，重庆还以“爱尚重庆·渝悦消费”为主题，统筹实施跨越全年、联动全域、融合全行业的中国（重庆）国际消费节、不夜重庆生活节、成渝双城消费节等系列主题节庆活动2000余场。

“对标先进城市，重庆还存在一些短板，如产业发展相对单一，本土优质消费品牌较少、产品竞争力不强，对商业品牌的集聚力不够强，有效供给‘量’‘质’还较弱。”市商务委有关负责人坦言。下一步，重庆将以全面扩大开放为引领，突出“引进来”“走出去”并重，集聚优质消费资源，培育“渝货精品”，提升会展能级，促进国际国内“两个市场”开放共享，提升国际国内“两种资源”配置能效。

2 新场景+新业态 全面带动消费迭代升级

围炉煮茶惬意长谈，在摄影展流连驻足，沉浸式体验绘画……春节假期，北仓文创街区迎客20万人次左右。这条街由废弃的重庆纺织仓库改造升级而来，如今已成为重庆的文旅消费新地标。

北仓只是重庆打造消费新场景的一个缩影。依托山城夜景、滨江岸线、后街支巷、楼宇天台、防空洞穴等特色优势，重庆消费场景不断“上新”——三洞桥Park商业街、龙门浩老街、十八梯D区、山城巷后街、联合国际“云端之眼”等极具巴渝特色的网红打卡点，吸引八方来客。

2023年，重庆演唱会市场火热，许巍、五月天、刘若英、杨千嬅纷纷来渝开唱。当年7

数读重庆消费活力

●2023年，共引进品质首店469个，同比增长240%

截至目前，已集聚国际国内知名品牌超1800个
累计培育中华老字号31个、重庆老字号368个
华为问界M7、阿维塔单月销量分别突破2万辆、3000辆
奉节脐橙、涪陵榨菜、巫山脆李品牌价值均位居全国同类产品第一

●2023年，住宿餐饮单位通过互联网实现的餐饮收入增长超5%

网络零售额增长19.04%，高于全国5.93个百分点

●截至目前，累计引进世界500强企业319家

西部陆海新通道辐射120个国家（地区）的480个港口
中欧班列（渝新欧）年度开行超5000列

数据来源：市商务委

月，TF家族在巴南华熙文体中心的一场演唱会，带动住宿、餐饮等消费1200余万元。9月，五月天在奥体连开三场演唱会，12万张门票中外地观演者占到了54%，周边酒店被一抢而空。这背后，离不开重庆拓展奥林匹克体育中心、大田湾体育馆、龙兴足球场、华熙LIVE文体中心等设施服务功能，打造商体联动消费新场景。

数字化，为消费市场注入新的活力。在解放碑一朝天门商圈，86座公共WiFi亭，实现了步行街免费WiFi全覆盖；无障碍地图、多功能智能座椅等智能终端产品在商场里随处可见。解放碑一朝天门商圈，也由此入选首批全国示范智慧商圈。

同时，重庆推动大型连锁商业企业数字化转型，2023年，全市住宿餐饮单位通过互联网实现的餐饮收入增长超5%，实施电商直播带货专项工程，打造产地直播基地和C2M超级工厂，当年全市网络零售额增长19.04%，高于全国5.93个百分点。

市商务委有关负责人介绍，下一步，重庆将着力培育数字消费“住业游乐购”全场景，大力发展在线诊疗、云旅游、云教育、云体育，推动大型连锁商业企业数字化转型，建设一批智慧购物示范新场景，集聚发展一批引领行业发展的直播电商新平台，创新消费新模式，丰富消费新业态，打造消费新场景，全面带动消费迭代升级。

3 近者悦+远者来 打造国际消费环境标杆地

好的环境，是吸引消费、留住消费的关键。重庆建设国际消费中心城市，重要目标之一便是打造国际消费环境标杆地。

提升消费环境需“内外兼修”。重庆发挥中国（重庆）自由贸易试验区、服务业扩大开放综合试点、中新（重庆）战略性互联互通示范项目等战略优势，强化通道赋能，深化区域合作，优化服务水平。

“太高效了！”2023年，从提交材料到领到相关证照，重庆普隆城市建设发展有限公司的张环不到2个小时，就办完了开办企业相关手续。目前，重庆已在所有区县全面实施开办企业“一网、一窗、一次、一日”全流程办结，“一日

办结”率达99.3%。

同时，重庆持续深化“放管服”，通过“证照分离”改革，推动“照后减证”，全市范围扩面50项涉企许可事项，全面实施外商投资准入前国民待遇加负面清单管理制度，上线商事登记“渝港通”信息化服务，实现香港企业来渝投资“足不出户”办理。

通过优化“放心舒心”的营商环境，吸引众多企业来渝投资兴业，截至目前，重庆累计引进世界500强企业319家。

如何让“近者悦，远者来”？重庆在持续美化“山水之城”城市环境方面也下足了功夫。

2023年，重庆加快打造“轨道上的都市区”，中心城区基本形成“环+放射”运营网络，城市轨道交通运营里程突破500公里。深入开展“缓堵促畅”和路网更新，建成12个路网更新片区、山城步道600公里，城市便捷度不断增强。

此外，还重点推进“两江四岸”核心区整体提升，完善城市功能，美化休闲场景，实现滨江岸线功能、环境、设施等方面系统提升。

对外，重庆则不断扩大“朋友圈”，着力构建“通达四方”物流枢纽，加快建成全国首个拥有港口型、陆港型、空港型、生产服务型、商贸服务型“五型”国家物流枢纽的城市，增强与全球消费资源的连通能力。

数据显示，截至目前，重庆国内、国际航线班次数量分别为23万余次、6521次，西部陆海新通道辐射120个国家（地区）的480个港口，中欧班列（渝新欧）年度开行超5000列。

不过，在市商务委有关负责人看来，重庆还存在短板，如中欧班列、西部陆海新通道等通道优势发挥不够明显，对“一带一路”进口商品的集散分拨枢纽功能作用尚未有效发挥，铁路路网供给能力不足，境内外通达性有待提升。

该负责人介绍，重庆下一步将完善配套设施，构建便捷综合交通网络，持续推进城市更新，培育“山水公园”特色品牌，提升市外人员来渝便利度和全球消费品中转集散水平；优化消费服务，对标世界银行营商环境评价标准，提高国际消费环境安全度、经营者诚信度和消费者满意度。强化宣传推介，提升重庆国际知名度和传播影响力，全面宣传展示重庆消费“新魅力”。

据新重庆-重庆日报