

“双循环”背景下上海构建国际消费城市路径探析

刘社建¹

【摘要】党的十九届五中全会提出，要“培育国际消费中心城市”。上海作为已经初步具备建设国际消费城市基础的重要经济体，在加快构建“双循环”新发展格局背景下，应借力构建国际贸易中心与旅游城市建设的机遇，不断丰富完善各种消费品与服务供给，有效降低消费成本，推进建设国际消费城市。本文结合上海已有建设国际消费城市的基础，切实分析上海构建国际消费城市存在的不足，在借鉴吸纳国际经验的基础上，提出努力提升消费总量、不断提升消费品供给质量、优化消费结构等上海构建国际消费城市的对策措施。

【关键词】“双循环” 国际消费城市 消费 经济发展

【中图分类号】F293 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1006-5024(2021)01-0005-09

一、引言

党的十九届五中全会通过的《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》中明确指出，要“培育国际消费中心城市”。未来一段时期加速推进国际消费城市建设，对于进一步形成强大国内市场，有效推动国内大循环，加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，更有效地发挥消费对经济增长的基础性作用，具有极为重要的价值。在此过程中，上海作为已经初步具备建设国际消费城市基础的重要经济体，有必要积极探索并率先建成国际消费城市。

二、国际消费城市的内涵与作用

一般而言，国际消费城市是指具备辐射全球的消费集聚力、吸引力与影响力，具备来自世界各地的种类丰富、质量优良的多种层级的消费品，能创新引领国际消费潮流与消费模式，来自其他地区与其他国家的消费者数量众多，而且具备良好人文艺术氛围并具备健全完善的基础设施，能有效保护消费者权益，同时消费在推动该城市经济社会发展中发挥着重大作用的国际大都市。

近年来围绕如何建设国际消费城市有学者进行了研究，但由于国际消费城市作为新生事物研究的文献相对较少。汪婧（2019）基于现代城市理论，在市场与政府双重动力以及需求—供给—环境三维分析框架下，考察了国际消费中心城市的内涵与形成机制，并从消费需求、消费供给、消费环境三个方面对如何建设国际消费城市提出了对策。黄卫挺、刘涛等（2017），王青等（2017）分别从不同角度提出了建设国际消费城市的相关建议。有学者对上海如何建设国际消费城市进行了研究，李锋等（2018）从抓住全球最新经济社会发展趋势的角度探讨了打造国际消费城市的对策，朱春林（2019）考察了上海建设国际消费城市以及打响“上海购物”品牌的难点。也有学者探讨了其他城市建设国际消费城市的对策，如段蓉（2017）提出了宁波打造国际消费城市的建议，王洪丰（2018）探讨了北京建设国际消费城市推动北京城市副中心高质量发展的举措。

基金项目：国家自然科学基金重大项目“公平、活力与可持续——老龄社会的经济特征及支持体系研究”（项目编号：7149730034）
作者简介：刘社建，上海社会科学院研究员，博士生导师，研究方向为消费与就业。（上海 200020）

一个城市要成为国际消费城市首先需要成为世界城市，如果不成为世界城市，就难以成为世界消费城市。虽然在一定程度上构建世界消费城市是推进构建世界城市的重要内容，但原则上而言如果难以有效构建世界城市，率先构建国际消费城市是难以成功的。世界大都市在发展演进的过程中本身也成为世界消费城市，通过其城市的综合实力有效吸引着来自世界各地的消费者，外来消费也成为拉动当地消费促进经济发展促进就业的重要拉动作用。国际消费城市在提升城市能级、吸引外来消费者与拉动当地消费促进就业过程中发挥着不可替代的作用。

国际消费城市对提升城市能级、有效扩大消费以及发挥消费拉动经济社会发展的重要作用，具有不可替代的重要意义。国际消费城市在有效吸引外来消费者的基础上，并不仅仅是发挥外来旅者来消费的作用，而是城市本身所具有的包括商务、旅游等诸多要素吸引国内外其他城市的因为商务或旅游等原因而来的消费者在本地消费，进而有效带动扩大本地消费，并促进经济社会发展与促进就业。

正是由于存在包括本地居民以及外地购买者的强大消费力，也可有效吸引来自世界各地与本国各地的消费品与服务。正是消费品供给与需求共同作用，而且来自不同地域的消费者在城市可以购买到来自世界各地与该国各地的优质消费品，即在“买全国”与“买全球”的基础上实现“全国买”与“全球买”，可有效促进供销两旺，实现供给与需求相互促进共同繁荣的重大作用，促进当地经济社会繁荣发展与有效促进就业，更有效地发挥引领性、集聚性与示范性，在建设国际消费城市的过程中积极为其他城市扩大消费提供借鉴。

三、上海建设国际消费城市的基础与优势

上海建设国际消费城市有利于自身持续提升全球城市核心功能，不断推进上海社会主义现代化国际大都市建设与国际贸易中心建设，更有效地发挥消费引领作用，不断提升最终消费支出对经济增长的拉动与贡献，同时高效推动产业转型升级，而且也是有效吸引人才、建设科技创新中心的重要保障。经过近年来上海快速的经济社会发展，上海经济总量不断提升，经济质量持续提高，社会消费品零售总额持续走高，最终消费支出在拉动经济社会发展中发挥着重要作用。在此背景下，上海已基本具备建设国际消费城市的基础。而当前受多种因素影响，上海仍面临较多建设国际消费城市的不足和短板，有待在未来建设国际消费城市的过程中予以有效解决。

（一）上海建设国际消费城市的现有基础及必要性

1. 建设国际消费城市得到有力政策支持

国际消费城市建设对于有效扩大消费防止消费力外流以及拉动经济发展具有重大作用。构建以最终消费支出拉动经济增长提升内生动力极为重要。在我国，当前随着公众收入水平的不断提升，消费力却不断外流，不利于有效扩大消费支出以及发展民族产业。长远而言，建设国际消费城市更是有效推动供给侧结构性改革、不断提升经济发展质量的重要组成部分。《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》明确指出：培育国际消费中心城市。改善消费环境，强化消费者权益保护。《中共上海市委关于制定上海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》同样强调，推进国际贸易中心枢纽能级实现全面跃升，建设国际消费中心城市。上海加快建设国际消费城市是当前与未来一段时期的重要战略任务。随着近年上海不断提升经济总量，消费总量不断扩大以及城市总体能力的提升，吸纳游客不断增多，当前上海已基本具备建设国际消费城市的良好条件。上海在经济总量达到一定程度以及城市能级达到一定水平后，在缺乏足够的进一步有效促进上海经济发展有效抓手的情况下，也需要把建设国际消费城市作为推动战略，来推进上海实现新一轮的经济发展。

2. 经济快速增长，总体实力较强

上海近年来随着经济快速增长，社会零售消费品总额已达万亿级，消费基础设施较为完善，每年有大量的国内外消费者到上海旅游消费，已基本具备构建国际消费城市的基础。继 2015 年上海全年社会消费品零售总额超过万亿元后，近年来上海社会消费品零售总额进一步提升。2019 年全年实现社会消费品零售总额 13497.21 亿元，按可比价格比 2018 年增长 6.5%（见表 1）。

在上海总体实力不断增长的情况下，上海旅游产业得到进一步发展，为有效吸引外来消费者、扩大消费奠定了坚实的基础。2019 年全年实现旅游产业增加值 2309.43 亿元，比 2018 年增长 7.6%。2019 年全年接待国际旅游入境者 897.23 万人次，比 2018 年增长 0.4%。其中，入境外国人 692.12 万人次，增长 0.9%；入境旅游外汇收入 83.76 亿美元。上海吴淞口国际邮轮港停靠航次达到 216 航次，出入境旅客达到 111 万人次，为亚洲第一。国际旅游入境者不断增长的同时，国内旅游者总量也稳步提升，2019 年全年接待国内旅游者 36140.51 万人次，增长 6.4%。全年入境旅游外汇收入 83.76 亿美元，增长 13.6%；国内旅游收入 4789.30 亿元，增长 7.0%（见表 2）。

表 1 2015 年至 2019 年上海社会消费品零售总额状况

年份	社会消费品零售总额（亿元）	较上年增长（%）
2015	10055.76	8.1
2016	10946.57	8.0
2017	11830.27	8.1
2018	12668.69	7.9
2019	13497.21	6.5

数据来源：历年上海市国民经济和社会发展统计公报，上海市统计局。

表 2 2015 年至 2019 年上海旅游状况

年份	国际旅游入境者（万人次）	国内旅游者（万人次）	旅游产业增加值（亿元）
2015	800.16	27569.42	1535.64
2016	854.37	29620.60	1689.70
2017	873.01	31845.27	1888.24
2018	893.71	33976.87	2078.64
2019	897.23	36140.51	2309.43

数据来源：历年上海市国民经济和社会发展统计公报，上海市统计局。

上海作为我国最大的口岸城市，具备领先全国的商品流动与集散能力。近年随着上海经济社会的不断发展，高端消费品的集聚吸引能力不断增强，而且新型消费不断发展。随着信息技术的发展，跨境电商、网订店取、宅配到家、移动消费、海外直邮等多种新的消费模式不断出现，为消费者提供了多样化的消费渠道。

3. 加快建设国际消费城市可以推进上海城市经济社会的进一步发展

首先，上海经济社会发展到一定程度，急需新的动力来带动进一步提升城市能级，为全面推进经济社会发展注入新的带动

力与新的催动力，有效构建未来一段时期有效促进经济发展的新机制。

其次，上海为更加有效地发挥消费拉动经济发展的作用，以及不断提高最终消费促进经济稳定增长，尽快构建以消费为主拉动经济发展的内生增长机制，需要尽快加速建设国际消费城市。

此外，在当前每年国内消费力大量外流而国内消费需求难以有效在国内得到满足的情况下，为防止消费力外流、将国内消费留在国内，需要尽快建设国际消费城市。而在其他城市尚不具备建设国际消费城市条件的情况下，上海有必要明确率先提出建设国际消费城市的目标。

（二）上海建设国际消费城市的优势

1. 经济社会全面发展，城市能级不断提升，具备良好的建设国际消费城市的基础

改革开放以来，上海经济较长时期内保持了两位数的增长，已奠定了建设国际消费城市的良好经济基础。在经济不断增长的同时，社会、文化等方面全面发展，城市综合实力与城市能级不断提升。近年来，上海在建设社会主义国际化大都市的过程中，不断加快建设国际贸易中心等举措的推进，为建设国际消费城市奠定了良好的基础。截至 2019 年底，上海市常住人口约为 2428 万人口；近五年来，全市居民收入及支出快速增长，有利于国际消费城市的建设。

2. 消费总量持续提升，社会零售品消费总额持续增加

消费在推动上海经济增长中发挥了极为重要作用。2015 年，上海继北京之后成为第二个社会消费品零售总额超万亿大关的城市，消费进一步发展的潜力巨大。社会消费品零售总额不断增长，既得益于本地居民消费力的扩张，也有外来旅游者消费的贡献。社会消费品零售总额不断扩张，将有助于进一步吸纳国内外相关消费品入驻，同时也有助于上海经济社会的进一步发展。

3. 构建国际贸易中心与旅游城市，为推动建设国际消费城市发挥了积极助推作用

“十三五”期间上海不断加快国际贸易中心建设与旅游城市建设，国际消费城市是建设国际贸易中心的重要组成部分，国际贸易中心的加快推进将从贸易总量、入境人数、政策便利、良好法治等方面助力建设国际消费城市。连续举办上海购物节，2020 年又举办“五五购物节”，为扩大消费、繁荣市场、展示品牌、扩大影响、提升能级发挥了积极作用。旅游城市的建设与旅游产业的进一步扩张，能有效吸引国内外游客总量的不断扩张，不断扩大消费总量。

4. 对国际知名品牌具有强大的吸引力，同时具备国内与本土的诸多优秀品牌

品类众多能满足不同消费者不同层次个性化消费需求的消费品，是建设国际消费城市不可或缺的必备前提。其中高端消费品或奢侈品的种类与数量，是衡量建设国际消费城市的一项重要指标。近年来随着国内经济不断发展，诸多国际知名奢侈品品牌入驻上海，同时上海拥有种类众多的国内优秀消费品品牌与本土品牌。数量众多的消费品为建设国际消费城市奠定了良好的供应基础。而且在经济发展过程中上海已形成较为成熟的商圈，如南京路、淮海路、陆家嘴、外滩源等著名商圈，相关商圈有效集聚著名品牌，并不断集聚消费者。除了高端消费品外，上海也有其他不同种类的能满足不同消费者个性化消费需求的产品，这将有力地推进建设国际消费城市。

5. 努力推进消费国际化发展，加强会商旅文体联动发展

为有效促进建设上海国际消费城市，上海不断提升对全球消费者的吸引力与服务水平。目前已基本形成跨界融合的会商旅

文体联动格局，全面实施“国内国际、双管齐下”的大消费策略。上海在全国率先实施境外旅客购物离境退税政策，相关政策与免税店的设立，为有效推进国际消费城市建设奠定了良好的基础。

6. 新型消费形式蓬勃发展，积极助推有效扩大消费

近年来上海努力推动商业转型升级，扩大体验式消费业态与提高体验消费比重，成为上海重点商圈和商业街区转型发展的重要途径。当前在上海主要市级商圈商街和购物中心，体验式消费业态发展快速，就经营面积和销售收入而言，在部分购物中心和百货店内比重已达到 20%—30%。体验式消费已成为当前电商发展快速、实体消费发展有所减缓的背景下，扩大实体消费的重要途径，也将为有效扩大消费、推动国际消费城市建设发挥重要作用。

7. 良好的消费环境与基础设施，是建设国际消费城市不可或缺的重要内容

近年来随着经济总量与城市能级的不断提升，上海进一步加强构建良好的社会环境、消费环境与基础设施建设，法制水平不断提升，消费环境不断优化，基础设施不断完善，友好型城市加快建设，城市包容度不断增强，有利于吸引国内外旅游者并有效促进旅游与消费的相互促进。上海的商业面积、人口规模、地域范围都大于香港、东京、纽约，而人均零售额远远小于香港和东京，良好的商业基础设施为进一步助推扩大消费奠定了基础。

8. 高效运行的行政体系，为建设国际消费城市奠定了良好的行政基础

在建设国际消费城市的过程中，高效运行的行政体系不可或缺，在有效发挥市场体系配置资源的决定性作用的同时，需要大力发挥政府宏观调控的作用，通过政府的有力推动为建设国际消费城市奠定良好的基础。上海市已充分认识到建设国际消费城市的重要作用。在《中共上海市委关于制定上海市国民经济和社会发展的第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》中，明确提出建设国际消费中心城市的战略思路。为有效推进上海国际消费城市建设，连续出台《关于加快商业转型升级提高商业综合竞争力的若干意见》《上海市商业网点布局规划（2014—2020 年）》以及《上海市促进新消费发展发挥新消费引领作用的行动计划（2016—2018）》等文件，努力推动上海商业转型升级，加快推动消费提升升级，提高上海消费活力与创新创业动力。

四、上海构建国际消费城市的瓶颈与约束

（一）境外游客消费人均支出有待进一步提升

虽然上海每年境外游客较多，但境外游客人均消费支出总体水平不高，与纽约、伦敦、东京等境外游客消费水平还有较大差距。上海境外消费仅为其他国际消费大都市的三分之二左右。虽然作为国际消费城市并不能完全依靠境外游客消费，但境外游客消费水平作为衡量国际消费城市的重要指标之一，不能有效提升境外游客的人均消费水平也难以助推建设国际消费城市。

（二）国际知名品牌难以有效满足消费需求

对于构建国际消费城市而言，高端消费品或者奢侈品并非是必要的，但是高端消费品或者奢侈品供给不足，不但影响到国际消费城市的整体形象，而且也导致高端消费的流失，难以有效吸引国内外的消费者，仅靠中低端消费品难以发展成为国际消费城市。短期内，难以产生本土的国际知名奢侈品牌，这虽不是建设国际消费城市的必然前提，但拥有足够多的国际知名奢侈品牌仍十分重要。上海目前相对于其他国际消费城市而言，存在国际知名奢侈品牌较少而且价格较高的问题，这将在一定程度上影响到建设国际消费城市。是否有足够多的国际知名品牌而且价格在国际上相比具有一定优势，是能否建设好国际消费城市的重要因素。

（三）国内知名品牌与本土知名品牌供给相对不足

在缺乏足够多的国际知名品牌的同时，国内知名品牌与本土知名品牌也显不足，目前仍然难以实现“买全国”。当前国内知名品牌尚难以有效满足层次众多的消费需求，仍然需要打造具备上海特色与中国特色的品牌与商品。相关商品与品牌的缺乏在一定程度上影响到建设国际消费城市。

（四）著名消费商圈集聚不足

具备国际与国内知名的商圈是建设国际消费城市的必要前提。虽然目前上海具有一些较为知名的商圈，如南京路、淮海路等，但国际知名度较为有限，而且缺乏与相关商圈相配套的文化、艺术等相关设施，难以有效发挥著名商圈的集聚效应。尤其是某些商圈如淮海中路难以集聚人气，店铺换手率高、空置率高，而且充斥着大量的低端业态等相关店铺。须进一步优化商圈布局，打造具备国际知名度的世界级商圈商街，不断提升商圈能级，更好地发挥商圈集聚吸纳消费者的作用，加快建设国际消费城市进程。

（五）免税店有待进一步发展

虽然免税店并非是建设国际消费城市的决定因素，但对于建设国际消费城市不可或缺。自 20 世纪 80 年代瑞典建立第一家免税店起，免税店在国内一些城市纷纷引入，在吸引国外消费者方面发挥了积极作用。上海虽然也有一些免税店，但总体而言难以发挥有效吸纳国外消费者的作用。针对国外旅游者的免税店基本门可罗雀，而且内部缺乏明显的免税店退税标识，免税店在建设国际消费城市方面没有发挥应有的作用。受进口消费品税费负担较重、流通环节不畅和成本较高等影响，国际商品价格普遍较高，而且商品品牌与业态有效供给不足，导致大量消费外流。

（六）本地工匠精神不足，难以培育出本地知名品牌

具备良好的工匠精神，培育出足够的本土知名品牌，是建设国际消费城市的重要内容。虽然上海具有一些知名品牌，但从数量、质量与样式等方面仍然有进一步发展提升的空间。正是因为当前不具备足够的工匠精神，所以既难以使旧品牌发挥广大，也难以培育出新的高端品牌。

（七）消费总量有待进一步提高

建设国际消费城市无论是从最终消费率即最终消费支出对国内生产总值的拉动与贡献，还是就社会消费品零售总额而言，必须达到一定程度后才有可能，而当前上海社会消费品零售总额以及最终消费支出对国内生产总值的贡献率仍有待提升，在一定程度上影响到建设国际消费城市。

（八）上海市内消费总量外流严重

随着居民生活水平不断提高，对各种消费品尤其是日用消费品的品质要求逐步提高，在此背景下境外消费的重点正逐渐由炫耀型的奢侈品消费向品质型的日用品、药品、食品等消费转移，而品质型消费属于常态消费涉及人群更多，消费外流规模较大。有效防止上海消费力外流，是当前必须要解决的问题。上海国际外来消费只占到纽约、伦敦等国际消费城市外来消费的不到二分之一，提高外来消费者在上海的消费力，还有一定的空间。

（九）建设国际消费城市与建设旅游城市、国际贸易中心缺乏有效联动

建设国际消费城市作为系统工程，需要与旅游城市以及国际贸易中心建设相互联动，而当前仍然缺乏良好的联动。旅游与消费相互促进相互推动的良性循环仍未形成，需要进一步加大吸引国外旅游者的力度，而且通过多种措施使旅游者提升消费额。当前建设国际贸易中心的力度仍有待进一步增强，为加强建设国际消费城市奠定良好的相关环境，以及提供足够的政策支持。

（十）总体消费环境仍有待进一步改善

良好的消费环境是促进消费者放心消费敢于消费的必要前提。当前上海在建设国际消费城市的过程中，总体消费环境仍有待进一步改善，市场上商品品质无法保障，缺乏有效的消费者保护机制，英文服务不足及服务人员的服务标准缺乏统一规范等问题不同程度上存在。消费环境总体有待改善，影响到上海建设国际消费城市。

五、建设国际消费城市的国际经验与借鉴

（一）国际消费城市建设的主要做法

1. 存在闻名全球的著名商圈，以及具备品种丰富、来自全球的能满足各种不同层次不同消费需求的消费品，“买全球”是有效建设国际消费城市不可或缺的重要内容

国际消费城市在建设过程中，结合自身发展均形成了闻名于全球的商圈。这些商圈有效发挥着传承城市口碑与有效吸引消费者的作用，不但成为旅游者的必去之地，而且能有效满足旅游者的购物需求。是否具备闻名全球与功能齐全的消费商圈，就成为衡量一个城市能否成为国际消费城市的首要标志。

伦敦著名的购物商圈包括牛津街、摄政街、邦德街等，这些商业街区各有特色。牛津街很少有奢侈品而以综合性著称，摄政街以购买服装饰品为主也有一些奢侈品店铺，邦德街代表最奢华、最高端的商业街区。纽约具有屋柏瑞、第五大道等著名商圈，这些地方不仅有引领时尚潮流的奢侈品牌旗舰店，而且也具备诸多的时尚小店。东京的银座约有 500 多家品牌专卖，包括 DIOR、GUCCI 总部大楼，以及古朴典雅的三跃、和光等百年老店，银座既能满足消费者对奢侈品的需求，也能满足消费者对日常消费品等方面的需求。

2. 旅游与消费实现完美结合，旅游与消费相互推进实现良性循环，没有旅游不可能有效吸引外地旅游者消费，没有消费也难以有效带动旅游，只有在旅游与消费相互结合的基础上才能有效建设国际消费城市

来自其他国家和地区的消费者是国际消费城市的重要组成部分，这些消费者大多是作为旅游者同时进行消费，是否有效促进旅游与消费的完美结合，是能否有效建设国际消费城市的关键所在。纽约、伦敦与东京正是在作为旅游胜地的同时发挥了其扩大消费的功能，旅游与消费的结合堪称典范。

纽约作为最受海外游客欢迎的美国城市之一，旅游资源十分丰富，包括自由女神像、帝国大厦、百老汇等，纽约也是全美最大的入境城市和旅游消费第一位的城市旅游目的地。伦敦以其丰富的人文环境与完备的旅游设施为国内外游客提供了完善的服务。东京同样拥有丰富的旅游资源，著名景点如日本皇宫、东京塔、迪斯尼公园等，为吸引外地游客东京建立了外国游客欢迎卡制度，努力吸引国外游客。

3. 丰富的文化、艺术氛围对推动建设国际消费城市不可或缺，是否具备浓厚的艺术氛围与文化积淀对能否吸引旅游者与消费者具有重要作用，良好的文化积淀与浓厚的艺术氛围是建设国际消费城市的重要组成部分

建设国际消费城市并非只需要充足的物质消费品，城市所蕴含的深厚历史底蕴、文化积淀与艺术氛围等，是建设国际消费

城市的重要组成部分。历史传承与文化、艺术积淀等是有效吸引广大旅游者与消费者的重要要素，同时文化、艺术等精神性消费也是建设国际消费城市的重要组成部分。

纽约是美国文化设施最多和最集中的城市，约有 150 多家博物馆，200 多家公共图书馆，260 多家电影院，390 多家剧院，400 多家艺术画廊，500 多家书店，1500 多个公园和游乐场所。伦敦拥有浓厚的文化氛围，拥有国际级的交响乐团如伦敦交响乐团等，历史悠久的博物馆如大英博物馆等，同时也是世界著名的时尚之都和新兴的创意文化产业。东京传统文化氛围十分浓厚，同时也有充足的新生代文化、动漫文化等，银座具有 1600 家酒吧、舞厅、夜总会，还有 100 多家画廊，以及一些报馆、咖啡厅，歌舞剧院等。

4. 包括交通、餐饮在内的健全完善的基础设施并具备对外地旅游者的城市友好氛围，既有利于消费者便捷、放心消费，也是建设国际消费城市的必要前提

良好的基础设施是有效吸引旅游者进行消费的必要保障。健全完善的交通、居住、餐饮、购物、维权等基础设施以及对外地旅游者友好和善，对确保外来消费者便捷消费并放心消费，具有非常重要的作用。伦敦的航空运输十分发达，有希思罗机场和盖茨维克机场两个机场，伦敦的市内交通也非常方便。东京包括地铁在内的公共交通极为发达，东京的两个国际机场有效满足了交通需求。同时这些城市从多方面为外来者提供便利，并采取多种措施有效确保消费者放心消费。

（二）国际消费城市发展路径对上海的启示

1. 有效提升城市能级，为建设国际消费城市奠定坚实的经济、文化基础

有效提升上海城市能级，进一步通过加快供给侧结构性改革与深入转变经济发展方式，持续提升经济发展质量，继续优化产业结构，不断提升社会零售消费品总额，更加有效发挥消费对国内生产总值的拉动作用。持续加强文化产业建设，积极打造文化大都市，在提升经济发展质量的同时有效提升城市文化艺术氛围，持续提升城市的综合竞争力，在积极打造世界城市的过程中为建设国际消费城市奠定坚实基础。

2. 有效集聚来自全国与全球的消费品，提供包括高端消费品、中端消费品、普通消费品等满足不同个性化消费需求的消费品

提高商品丰富度和品牌集聚度，着力集聚国际知名消费品牌，大力培育上海品牌和特色商品，实现在上海“买全国”和“买全球”。探索税收减免政策，适当降低进口高端消费品牌的进口关税及增值税率，积极探索扩大免税政策范围，逐步试点推出入境免税店、离境退税免税店，条件具备的情况下及时推出崇明岛离岛退税政策。培育本土高端品牌，有效发掘上海本地品牌工艺，不断提升本地品牌的吸引力与竞争力，有效吸纳国内其他地区知名品牌。

3. 重点打造提升消费商圈，不断提升消费商圈能级，有效形成聚消费、文化、艺术、餐饮等于一体的高端消费商圈

打造有国际影响力的商街商圈和品牌活动，推动本市商圈转型升级，不断提升商圈在世界范围内的影响力与知名度。以南京路、淮海路等为重点打造闻名世界的商街、商圈，提升现有商圈层级，积极建设新的高端商圈，努力建设融不同消费供给以及文化、艺术等寓于一体的高端商圈，争取尽快发展具有国际影响力和美誉度的世界级商圈。

4. 加大旅游与消费的良性互动与促进，吸纳来自全国与全球的旅游者，积极实现“全国买”与“全球买”

进一步积极推进建设上海旅游城市，有效发挥上海旅游资源吸引游客的作用，形成旅游与消费的良性互动。发挥旅游节作

用，在旅游节的基础上为旅游者提供各种便利，提供不同层次不同内容的产品，有效优化商圈布局与购买能力，使旅游者在相对较小的范围内能购买到不同层次的商品。充分发挥旅游与消费相互促进相互推动的合力，以旅游带动消费，以消费成为吸纳旅游者的重要因素。

5. 有效发挥政府与市场的合力，共同推进国际消费城市建设

有效发挥政府与市场的合力，政府的规划与推动不可或缺，但要以发挥市场配置资源的决定性作用为前提，政府重点通过形成建设国际消费城市的有关规划，制定切实可行的建设国际消费城市政策，有效形成建设国际贸易中心与国际消费城市的合力，不断推进政策创新与手段创新，充分发挥自身城市特点与优势，积极弥补建设国际消费城市的短板，有效健全完善基础设施，积极保护消费者权益等措施，努力推进建设国际消费城市。有效发挥市场配置资源的决定性作用，降低要素配置与市场运行成本，积极补上高端消费品与服务供给不足的短板，在吸引国际知名品牌的基础上充分发挥本地传统品牌优势，借力建设旅游城市与国际贸易中心，以需求引领供给创新，提高供给质量与效率，创新生产方式，平衡供给需求，发挥供给创造消费需求的作用，实现“买全国”与“买全球”，全力推进国际消费城市建设。

6. 健全完善基础设施，奠定良好的消费环境

进一步健全完善上海基础设施，不断优化营商和消费环境，构建外地消费者放心便捷友好的消费环境，使消费者敢于消费与放心消费。不断健全行业准入标准和市场规则，进一步加强诚信体系建设，努力发展诚信商业文化，健全强化消费者权益保障体系，切实保障消费者权益。

六、上海构建国际消费城市的对策措施

结合上海经济社会发展现状以及构建国际消费城市的已有基础，明确建设国际消费城市的中长期规划、时间表与路线图，在着眼于吸引国内外知名品牌、不断健全完善高端消费品与服务供给的基础上，结合国际旅游城市与国际贸易中心建设，积极顺应消费升级需要，有效形成供给侧与需求侧合力，不断加大吸引国内外消费者的力度，在健全完善消费品供给、打造著名商业街商圈以及优化消费基础设施、改善消费环境的基础上，推动消费结构升级。从扩总量、提质量、优结构、促重点、创品牌、重联动、强基础、增投入、补政策等入手，在吸纳借鉴已有国际消费城市建设经验的基础上，有效弥补构建国际消费城市的短板，有序推进上海国际消费城市建设。

（一）努力提升消费总量

持续提高最终消费支出对国内生产总值的贡献率与拉动，不断提升社会消费品零售总额，构建新消费引领新投资、形成新供给和新动力的良好环境和长效机制，努力满足公众不断提升的多样化个性化的消费需求。

（二）不断提升消费品供给质量

有效加强对世界各地与全国其他地区消费者的吸引力，打造面向全球的消费市场，增强对全球资源的集聚和辐射能力，丰富市场层次，汇聚全球品牌，提升供给质量，提高上海商业的集聚度、繁荣度、便利度和消费市场的竞争力、吸引力和辐射力，实现“买全国”与“买全球”。

（三）优化消费结构

促进消费升级，不断满足不同层次的个性化消费需求，持续优化消费结构，尽快实现消费升级，着力集聚全球高质量、高

附加值的消费品和服务，形成不同层次、不同梯度、不同需求的消费供给结构，为建设国际消费城市奠定良好的结构基础。

（四）推动重点消费品与服务的供给

充分发挥供给拉动消费的作用，发挥新消费引领作用，培育形成更多新技术、新产业、新业态、新模式，增强新消费对全产业链的引领和带动作用，鼓励倡导层次丰富的体验式消费发展，深化全市会商旅文体联动机制。

（五）有效吸纳国外与国内其他品牌

鼓励倡导品质消费，增加更安全实用、更舒适美观、更有品味格调的产品供给，集聚全球优质品牌，加速培育本土品牌，推动传统商圈提档升级，深化智慧商圈建设。

（六）积极推进国际旅游城市、国际贸易中心建设与国际消费城市建设联动

聚焦上海国际大都市建设，提升上海对全球旅游者的吸引力和服务水平，以建设国际贸易中心助推国际消费城市建设，更有效地整合自身与长三角地区旅游资源，进一步提升城市能级与综合竞争力，有效形成国际贸易中心与国际消费城市的相互促进。

（七）持续健全完善消费设施

促进消费者便捷、放心消费，形成高标准产品与服务质量体系，不断加大消费者保护，努力构建外来旅游与消费者友好型城市，积极创建诚信和谐的消费环境，持续加大对欺诈消费与伪劣消费品的打击力度，有效满足消费者不同层次的个性化消费需求。

（八）健全完善建设国际消费城市政策体系

适时推出离境免税政策，以及在条件成熟的情况下在崇明岛实施离岛退税政策，明确建设国际消费城市的时间表与路线图，在借鉴学习其他国际消费城市建设经验的基础上，制定切实可行的建设国际消费城市的战略性措施，有序推进建设国际消费城市。

（九）健全完善有利于建设上海国际消费城市的环境体系

健全消费者权益保护机制，强化消费者权益司法保护，依法严惩价格欺诈、质价不符等价格失信行为，完善和强化消费领域惩罚性赔偿制度，加大对侵权行为的惩处力度，有效确保消费者权益，促进消费者放心消费，不断净化消费环境。

注释：

①数据引自《2019年上海市国民经济和社会发展统计公报》，上海市统计局。

参考文献：

[1]周振华. 崛起中的全球城市：理论框架及中国模式研究[M]. 上海：上海人民出版社，2008.

-
- [2]刘社建. 最终消费率与经济稳定增长[M]. 上海: 东方出版中心, 2017.
- [3]刘涛, 王微. 国际消费中心形成和发展的经验启示[J]. 中国中小企业, 2017, (5): 74-75.
- [4]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.
- [5]朱春林. 上海国际消费城市建设及打响“上海购物”品牌难点研究[J]. 科学发展, 2019, (4): 45-55.
- [6]李锋, 樊星, 王孝钰. 抓住全球最新趋势打造国际消费城市[J]. 科学发展, 2018, (7): 59-66.
- [7]黄隽, 李冀恺. 中国消费升级的特征、度量与发展[J]. 中国流通经济, 2018, (4): 94-101.
- [8]俞剑, 方福前. 中国城乡居民消费结构升级对经济增长的影响[J]. 中国人民大学学报, 2015, (5): 68-78.
- [9]潘红虹. 消费升级的国际经验与我国消费升级路径分析[J]. 企业经济, 2019, (3): 11-22.
- [10]Doni J.. Consumption Structure and the Pattern of Economic Growth[J]. Seoul Journal of Economics, 2003, (16): 343-361.