



国际范 巴渝味 渝快享

建设国际消费中心城市的重庆答卷



“三年来，全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。”9月4日，在重庆培育建设国际消费中心城市三周年新闻发布会上，重庆市商务委党组书记、主任章勇武公布了重庆培育建设国际消费中心城市三年来的“成绩单”。

培育国际消费中心城市，对加快消费提质升级、促进国内国际双循环具有重要意义。重庆如何在这项工作中保持领先，章勇武围绕国际范、巴渝味、渝快享三个关键词，给出了重庆的“答案”。



观音桥商圈

国际范 在渝世界500强企业达319家

2021年7月，经国务院批准，在上海、北京、广州、天津和重庆，率先开展国际消费中心城市培育建设。

三年来，对众多市民而言，在重庆消费“越来越city”。众多全球好物汇聚重庆，给大家更加多元化的消费体验。而这背后，便是重庆通过不断提升“国际范”，为消费市场增添更多活力。

“这几年，先后引进了万象城、老佛爷等知名商业运营商落地重庆。”章勇武介绍，目前已有超2000个国际国内知名品牌在重庆蓬勃发展，尽可能让市民在家门口就能“买全球”。

要引进世界品牌，也要打造重庆名片。章勇武介绍，重庆依托山水城市特色景观，稳步推进中央商务区、寸滩国际新城等品质消费载体建设，精心雕琢解放碑—朝天门、观音桥世界知名商圈，陆续建成80多个城市消费新地标。

同时，立足数字重庆建设，推进重点商圈数字化转型，重庆已成功创建全国示范智慧商圈1个、示范智慧商店2个。

有好物、有载体，自然能吸引更多消费者。重庆通过加快建设内陆开放高地，在渝世界500强企业达到319家；着力打造中西部国际交往中心，国际友好交流城市达110个，累计在渝设立领事机构14家。

伴随着“China Travel”火爆全球，“8D魔幻”的“Chongqing”也吸引了众多境外游客前来打卡，而这也在这章勇武发布的数据中得到了佐证，“截至目前，共办理外国人过境144小时免签证手续数量为2023年的3.2倍。”

巴渝味 已累计培育一大批“老字号”

要有“国际范”，也要有“中国风”。通过提质“巴渝味”，重庆也形成了更具山城魅力的消费新特色。

“首先，是发展有‘巴渝味’的消费产业。”章勇武说，目前已累计培育中华老字号31个、重庆老字号368个。“重庆火锅全产业链产值达3000亿元，重庆小面年产值突破400亿元，赛力斯问界M9汽车销量稳居50万元以上车型第一。”

重庆“味道”已不只在舌尖，更是融入生活的方方面面。为了擦亮有“巴渝味”的消费名片，围绕“不夜重庆”“山水旅游”“美食之都”“生态康养”“户外运动”“文化消费”六大领域，全市持续举办“爱尚重庆·渝悦消费”主题消费活动，让市民的消费生活拥有满满的“松弛感”。

与此同时，重庆被联合国教科文组织评为“全球设计之都”，已四年蝉联“中国十大夜经济影响力城市”榜首。

围绕成渝地区双城经济圈建设，联动打造富有巴蜀特色的国际消费目的地，川渝两地联动举办成渝双城消费节、百万职工游巴蜀等活动，有效激活了川渝消费市场“一江春水”，让有“巴渝味”的消费市场在川渝两地深度联通。

渝快享 重庆与全球消费资源更畅快

消费舞台已搭好，如何让大家的消费更加畅快？章勇武表示，通过提效“渝快享”，重庆正不断优化消费服务体系，重庆消费者满意度2023年上升至全国百城第4名。

目前，重庆已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”国家物流枢纽城市，开放口岸数量位居西部第一，西部陆海新通道辐射124个国家（地区）523个港口，重庆与全球消费资源连通能力得到进一步增强。

便捷的交通，同样是“GOGO购”的关键一环。重庆通过建设市民游客“渝快享”的交通接驳网络，正打造“轨道上的都市”，城市轨道交通运营总里程已达538公里，并实现了中心城区核心商圈、特色街区、重要景点等消费载体的“100%串联”。

此外，通过对标国际化，加强信用体系建设，注重消费者权益保护，重庆全面推进离境退税“即买即退”试点，提升入境支付便利化水平。

今年1月，重庆试点离境退税“即买即退”便利措施，境外旅客在试点商店购物，现场就可拿到退税款。目前，重庆市离境退税商店共74家。

“培育建设国际消费中心城市，对于重庆而言，既是国家赋予的历史使命，更是自身难得的发展机遇。”章勇武表示，热情好客的重庆人民，诚邀四海宾朋，畅享“爱尚重庆·渝悦消费”时尚活力，共赴“国际消费”“融合创新”美好未来。 新重庆-重庆晨报记者 杨圣泉

相关新闻

重庆的伴手礼将有统一品牌 必购必带“渝见礼”

重庆培育建设国际消费中心城市三年来，取得了一系列亮眼成效，接下来如何做？

章勇武介绍，下一步，重庆将深入贯彻落实国家战略使命，聚焦“奋力打造新时代西部大开发重要战略支点、内陆开放综合枢纽”，紧盯“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”目标，推进培育建设工作走深走实。

1. 进一步激发广阔消费市场。推进实施汽车、家电、家装以旧换新和回收体系建设，深挖消费市场潜力。统筹组织“爱尚重庆·渝悦消费”系列活动，以及首发活动、体育赛事、文艺演出、特色市集“进商圈、进街区、进景区”主题活动，营造浓厚消费市场氛围。

2. 进一步集聚多元消费资源。发展

首发经济，促进国际国内消费资源集聚发展。提升会展能级，拓展国际展会功能，培育特色型国际会议。推进商文旅体深度融合，做靓富有巴渝特色消费品牌，鼓励“老字号”守正创新，培育“渝味360碗”，打造“渝见礼”必购必带品牌。

3. 进一步塑造特色消费载体。发挥“立体山城”“光影江城”“魅力桥都”等特色优势，着力打造一批江岸、老街、防空洞、天台等“渝悦消费”新场景，加快建设一批便捷舒适的“一刻钟便民生活圈”。

4. 进一步提升品质消费环境。构建“重庆服务+全球市场”新格局，深化服务业扩大开放，提升交通网络通达能力，提高境外人员来渝消费便利化水平，营造一流营商环境和“顺畅、安全、放心”消费环境。

新重庆-上游新闻记者 王梓涵 王淳

区县这样干

渝中区：打造国际消费中心城市核心区

今年5月，全国首个国际友城美食街在渝中区火爆开街，为重庆扩大国际消费塑造了一张新名片，也成为渝中全力建设国际消费中心城市核心区的一个生动缩影。

在重庆培育建设国际消费中心城市三周年新闻发布会上，渝中区委副书记、区政府区长谢东表示，渝中区作为“重庆的世界窗口、世界的重庆客厅”，坚决扛起经济大区、商贸强区担当，高标准打造富有巴渝特色、彰显中国风范、引领国际时尚的国际消费中心城市核心区。

近三年，全区社零总额连跨两个百亿台阶，达1413.7亿元，网络零售额年均增长18.9%。

下一步，渝中区将聚焦“国际”，紧扣“消费”，突出“中心”，强化解放碑—朝天门“双千亿”世界知名商圈等3大地标商圈消费空间，持续深耕“四首经济”（首店、首发、首秀、首牌）等消费领域，全面做靓云端天台、商圈后街等消费场景，加速建设更具辨识度、影响力的国际消费中心城市核心区。

江北区：观音桥商圈实现“三个翻番”

江北区被列为全市首批国际消费中心城市试点区以来，发展势头强劲。在重庆培育建设国际消费中心城市三周年新闻发布会上，江北区委副书记、区政府区长陶世祥，介绍江北区在推动国际消费中心城市建设方面的具体进步和亮点。

“自江北区被列为全市首批国际消费中心城市试点区以来，我们全力担稳担好建设国际消费中心城市首选区的担子，近三年全区社会消费品零售总额年均增长6.3%；商品销售总额年均增长15.8%，成功入选首批全国县域商业‘领跑县’。”陶世祥表示，观音桥商圈不仅荣获国家级旅游休闲街区称号，还跻身全国十大夜市商圈、全国消费最火商圈行列，最高日客流已经突破100万人次。主要路径，就是观音桥商圈面积、人流

量、销售额“三个翻番”。

陶世祥介绍，将加快观音桥商圈国际化改造，通过中環万象城、长安文化国际商业街等项目，推动商圈核心面积从1.5平方公里倍增到3.6平方公里。其中，中環万象城是推动观音桥商圈实现从重庆“顶流”商圈向世界知名商圈跨越的重要载体，目前主体结构施工进度过半，预计年底封顶、明年竣工，建成后将从产业聚集、文化艺术高端消费等多个方面助力观音桥商圈迈向国际化、品质化、高端化。

南岸区：“国际范、重庆味、烟火气”

在重庆培育建设国际消费中心城市三周年新闻发布会上，南岸区委副书记、区政府区长王茂春，用“国际范、重庆味、烟火气”三个词来介绍南岸区在打造消费新场景，推动商文旅体深度融合上的相关举措。

以“国际范”新场景促融合。利用南滨路区位优势，在南滨路“C位”8公里沿线，串联20多个商旅文体项目，打造独具特色的“南滨C湾”国际消费带。重庆国际会议展览中心年均举办国际化展会活动超150场。加快建设重庆东站枢纽新城，立足国际化消费新地标，集聚发展商务消费、文化会展、康养旅游等国际化业态。

以“重庆味”新场景促融合。依托大美山水、厚重文脉，打造了“重庆十美”IP，即：长嘉汇、广阳岛两大城市美景；弹子石、龙门浩、黄桷垭三条具有传统巴渝风貌的老街；具有“重庆品牌”的重庆开埠遗址陈列馆、重庆抗战遗址博物馆、重庆故宫文物南迁纪念馆、重庆三峡文物科技保护基地、重庆规划展览馆“五大名馆”，集中展示重庆特色。

以“烟火气”新场景促融合。打造夜间点亮之旅，今年上半年夜间餐饮消费超20亿元。打造火锅寻味之旅，形成了重庆火锅美食地标。打造品牌体验之旅，形成南山泉水鸡、明康大肘等“渝味360碗”美食品牌，培育德庄火锅、莉莱“牛浪汉”等食品品牌，打造香遇南山、黄氏剪纸等文创品牌。

据华龙网