

年均接待游客超5亿人次 海外网络曝光43.9亿人次 重庆为何成中国“消费第一城”

“今年上半年，全市社零总额超8300亿元、增长4.5%，总量持续增长，成为中国‘消费第一城’。”昨天，在重庆培育建设国际消费中心城市四周年新闻发布会上，重庆市商务委党组书记、主任章勇武介绍，重庆自2021年获批培育建设国际消费中心城市以来，围绕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“四地”建设目标，推进商文旅体展深度融合。这组数据背后，不仅映射出城市消费活力的持续迸发，更彰显了重庆作为西部消费核心增长极的战略地位与实践成果。记者梳理发现，重庆培育建设国际消费中心城市四周年的亮眼成绩，主要集中在四个方面。



◀“防空洞”火锅店 市国防动员办供图



▼荣昌卤鹅人气爆棚



渝中区戴家巷，游客正在喝茶聊天，欣赏山城美景。

持续推进国际消费中心城市培育工作，重庆这样干—— 新培育一批“江崖街洞天”消费新场景 新建设一批“15分钟商业服务圈”

在持续推进培育建设工作上，我市将新培育一批“江崖街洞天”消费新场景，新建一批便捷舒适的“15分钟商业服务圈”，增强品质消费承载力和吸附力。章勇武介绍，下一步，我们将紧紧围绕建设“立足国内、辐射周边、面向世界的具有全球影响力、美誉度的国际消费中心城市”谋篇布局、统筹推进。重点做好以下工作：
第一，将“引育结合”加快集聚高端消费资源。持续加强政策引领，大力发展“首发经济”，引育国际知名品牌和全球优质服务，促进高品质消费资源集聚。依托重庆产业优势，进一步做强消费品工业，聚力培育地域消费品牌，提质消费供给。持续提升会展能级，拓展西洽会等国际展会功能，培育陆海新通道国际合作论坛、中新金融峰会等特色会议，既加强以会招商，又促进高端消费群体积累，不断厚植消费基础。
第二，将“融合创新”打造巴渝特色消费名片。加强工作统筹，深化商文旅体消费深度融合，持续做靓“不夜重庆”“山水旅游”“美食之都”“生态康养”“户外运动”“文化消费”等服务消费品牌，拓展发展“老字号”“非遗产品”“渝伴礼”等特色消费品牌，清单化招引“世界名品”，提质消费新供给。
第三，将“对标国际”构建品质多元消费载体。科学编制商业空间规划，构建清晰的多元消费场景体系，推动解放碑——朝天门、观音桥提质创建世界知名商圈，尽快建成中環万象城、寸滩国际新城等消费新地标，新培育一批“江崖街洞天”消费新场景，新建一批便捷舒适的“15分钟商业服务圈”，增强品质消费承载力和吸附力。
第四，将“优化提升”营造近悦远来消费环境。依托中欧班列、西部陆海新通道等优势，发挥“五型”国家物流枢纽作用，增开更多国际航线，提升入境人员来渝便利度和全球消费品中转集散水平。实施国际化消费环境建设行动，大力推进离境退税、入境支付便利化、双语标识改造等工作，强化诚信经营和消费者权益保护，营造“安心、放心、舒心”消费环境。统筹开展“渝悦消费·全域全季消费潮”系列活动，持续举办国际消费节、不夜重庆生活节、成渝双城消费节等重点活动，集聚品质商品和服务资源惠民促销，全域营造浓厚的消费氛围。



九龙坡区万象城 九龙坡区商务委供图

179场体育活动间接拉动消费29亿元

近年来，重庆积极承办WTT重庆冠军赛、“一带一路”田径邀请赛等重大赛事，通过发展赛事经济、提质体育消费，促进国际消费中心城市“融合创新”。市体育局一级巡视员杨贵山在会上介绍了相关成效。
首先，在打造体育消费新场景，满足体育消费新需求方面。市体育局以培育建设国际消费中心城市为中心，以体育消费新需求为导向，以各级各类体育赛事活动为载体，指导各区县积极开展“跟着赛事去旅行”暨“体育赛事进景区、进街区、进商圈”和“乐享精彩赛事 品味中华美食”“健康消费”“购在中国”等主题的体育赛事促消费活动，今年上半年，全市开展体育促消费活动179场次，间接拉动消费29亿元。
其次，增加体育消费新供给，激活大型赛事消费新活力。充分释放赛事经济的乘数效应、融合效应、带动效应，世预赛期间，市体育局指导中心城区开展体育赛事促消费活动142场，引流542万人次，间接拉动消费23亿元；2025重庆马拉松期间，举办第三届重马消费月，推出近100场内容丰富、形式多样的消费活动，参与商家超过2000家，发放市民消费券上千万元，接待游客511万人次，拉动消费36亿元，同比增长5.71%；刀郎演唱会期间，指导巴南区开展体育赛事促消费活动12场次，引流40万人次，间接拉动消费超2亿元。
第三，打造体育消费新业态，赛事经济取得新进展。以建设高质量户外运动目的地为抓手，指导各区县结合优良的自然禀赋，广泛开展山地户外运动、水上运动、冰雪运动、航空运动、自驾及房车露营、虚拟运动，创新体育消费新业态，积极培育户外经济、冰雪经济、低空经济和数字体育经济，将其打造成为新的经济增长点。今年上半年，全市举办区县级以上体育赛事共789场次，176万人次参赛，3亿人次通过线上和线下观赛，间接拉动消费达117亿元。
接下来，市体育局将重点从赛事供给和消费场景两个方面持续发力，推动体育消费和赛事经济取得新成效。

九村烤烟花 两度登上《天天向上》



“渝伴礼”品牌 首发推广活动



本组稿件由上游财经—重庆晨报记者 廖平 采写

深入实施消费品牌拓展行动，全面提升重庆消费“国际范”品质能级 重庆首店数量跻身全国前四

“漫步于重庆城市街头，会发现，可供选购的品牌商品日益多元。”章勇武介绍，重庆因产业而兴、因时尚而红。近年来，重庆深入实施消费品牌拓展行动，全面提升重庆消费“国际范”品质能级。
聚力发展“首发经济”，打造城市营销大秀场，吸引国际名品优品来渝首发新品、首开新店。截至目前，累计引进国际国内知名品牌超2200个；今年上半年引进品牌首店数量跻身全国前四。

聚力发展“品牌经济”，发挥重庆产业优势，打造具有全国影响力的汽车品牌，持续开展“渝车出海”专项行动，培育“汽车消费第一城”。2024年，“重庆造”汽车出口额增长超过30%。
聚力发展“文化经济”，以“渝派匠心”老字号、非遗为魂，打造“渝伴礼”品牌，围绕“重庆味道、重庆艺创、重庆精造”三大品类，携手谭木匠、荣昌陶、大足石雕等60余款特色产品“抱团发展”“焕发新生”，2024年老字号、非遗年营业收入已突破1000亿元。

提升重庆美食美誉度，升级“舌尖上的巴渝味道” 去年餐饮收入突破2000亿元

“穿梭于重庆大街小巷，会发现，地域特色美食和世界各地美食四溢飘香。”重庆以独具特色的美食享誉世界，“中国火锅之都”名扬海外。近年来，重庆加快完善餐饮消费产业链，增强餐饮企业竞争力，提升重庆美食美誉度，升级“舌尖上的巴渝味道”。



重庆为世界游客提供富有山水韵味的畅游体验

塑好“重庆火锅”名片。实施火锅产业高质量发展专项行动，建成要素交易平台，编制火锅分等定级标准，组织火锅美食文化节、重庆火锅全国行等推广活动，推动德庄、刘一手等品牌在20多个国家和地区开设分店近100家，走出去发展，带动“重庆火锅”成为“价值千亿”的行业。

讲好“渝味360碗”故事。实施“渝味360碗”培育专项行动，评出荣昌卤鹅等头碗菜43道、特色菜360道，建设体验店182个、示范店38个、旗舰店9个、美食街区6个，培育中国开州·厨师之乡、中国夔江·北渡鱼等28个美食地标城市，绘制了“渝味”美食地图。荟聚国际美食精华。

实施品质餐饮扩容专项行动，打造国际友城美食聚集区，2024年5家餐厅入选“2024黑珍珠餐厅指南”，95家入选大众点评“必吃榜”，入选数量居全国第四。2024年餐饮收入突破2000亿元，增长18.7%。

结合城市更新，打造“山城风范”消费新载体 年均接待游客超5亿人次

“行走在商业街区和热门打卡点，会发现，漂洋过海而来的入境朋友越来越多。”重庆依江而生、筑山而成，山水灵动孕育了独一无二的自然景观。近年来，重庆突出“山城”“江城”“桥都”城市名片，打造具有国际化、多元化、特色化消费版图。编绘了“巴渝韵味”的诗和远方，为世界各地游客提供富有山水韵味的“畅游体验”。结合城市更新，打造“山城风范”消费新载体。

推动解放碑——朝天门、观音桥等打造世界知名商圈，建成超100个“江崖街洞天”消费新场景。兼具“国际范、巴渝味”的品质消费载体集聚效应、吸附力进一步提升。洪崖洞临崖商业体、李子坝轨道穿楼等消费场景成为八方游客citywalk的“心仪之地”，年均接待游客超5亿人次，处于全国领先水平。

突出自然禀赋，塑造“山水颜值”消费新走廊，打造“不夜重庆”“山水旅游”等消费名片。发布夜购、夜玩、夜味、夜养、夜赏“五夜”消费地图，推出大足石刻·世界遗产线、壮美长江·诗画山河线等融合线路，重庆已连续四年蝉联“中国十大夜经济影响力城市”榜首。

注重川渝联动，培育“巴蜀特色”消费大市场。推进富有巴蜀特色国际

消费目的地建设。促进成渝地区240小时过境免签政策无缝衔接，共建“成渝入境消费友好型商圈”，推广“宽洪（宽窄巷子和洪崖洞）大量”“资足（资阳市和大足区）常乐”等区域消费联动模式，推出十余入境旅游线路，举办“成渝双城消费节”“巴山蜀水·运动川渝”等主题节庆活动。持续擦亮“蜀里安逸·渝悦消费”品牌。今年上半年，通过240小时过境免签“渝进蓉出”“蓉进渝出”的旅客增长近1倍。

为培育建设国际消费中心城市融入了“开放”基因 全市离境退税商店超200家

“沉浸于重庆城市之间，会发现，城市消费环境的国际化水平越来越优。”重庆是一座开放包容的城市，自由贸易试验区、中新互联互通项目、服务业扩大开放综合试点等重大国家战略在这里集聚。为培育建设国际消费中心城市融入了“开放”基因。

近年来，重庆以建设国际消费环境标杆城市为目标，畅通通道、优环境、强服务，对标打造国际一流消费生态。
着力畅通枢纽，实现“链接全球”。深入落实共建“一带一路”全球发展倡议等国家战略。发挥中欧班列、西部陆海新通道、长江黄金水道通道效能，通过陆上和海上丝绸之路高效联通世界，与全球224个国家和地区建立经贸往来，物流网络通达全球127个国家（地区）的560个港口，吸引322家世界500强企业入驻渝发展。

着力优化服务，实现“畅行无忧”。打造“入境无忧支付”服务体系，开展离境退税“即买即退”服务试点，提升签证、通关便利化水平。培育多语种支付服务场景，让入境游客感受宾至如归的服务体验。截至目前，全市离境退税商店达到208家，其中“即买即退”商店新增7家，总数达到10家；退税商品销售额、退税金额均同比增长接近5倍，重点商圈和景区外卡受理覆盖率超90%。

着力浓厚氛围，实现“近悦远来”。以“爱尚重庆·渝悦消费”为主题，统筹举办促销活动2000多场次，融合推出“跟着演出‘趣’消费”“跟着赛事去旅行”等系列活动，开展“机遇中国·品牌重庆”等全球宣传推广行动，建立“重庆国际会客厅”，重庆海外网络曝光量超43.9亿人次，位列“中国城市国际传播影响力”榜单第五位。

相关新闻

上半年接待入境游客同比增长77.2%

“今年上半年，全市接待国内游客人次同比增长8.6%，国内游客花费同比增长11.9%；接待入境游客人次同比增长77.2%，入境游客花费同比增长90.2%。”市文化旅游委党委委员、副主任朱茂表示，文旅消费已成为国际消费中心城市的重要引擎。
近年来，我市紧抓优化入境政策和消费环境等政策利好，多措并举推动入境旅游发展形势持续向好。
首先是擦亮世界文旅名片，用独特魅力引客入渝。
重塑“两江四岸”山水都市风貌，串联解放碑、观音桥、磁器口等热门商圈、景区，积极创建世界级旅游景区和度假区，着力提升三峡游轮、两江游船品质，美国有线电视新闻网（CNN）以《中国“赛博朋克之城”：多维空间令人惊叹》为题报道重庆吸引全球游客。
其次是用足各项政策利好，以便利环境留客消费。
携手交通、口岸等部门完善国际（地区）客运航线，打造“快进慢游”交通网，境外游客来渝“四通八达”；联合公安、边检等部门全国首创“入境游口岸团体旅游签一网通办”，推行智慧旅检

和“一抵即住”等服务，2024年旅游团队数和接待游客数均实现“双百增长”；会同银行、外事等部门实现重点文旅场所外卡POS机和外币兑换点“全覆盖”，建成江北机场入境人员综合服务点12处，加强从业人员培训，开展旅游市场专项整治，让游客“体验舒心、消费放心”。

第三是丰富消费场景供给，靠多元体验促客消费。
开展“重庆好礼”特色商品优选，鼓励和引导热门文旅场所店铺备案成为离境退税商店，开发潮玩、研学、工业、文娱、乡村等主题线路产品，成功举办第十一届重庆文旅惠民消费季等活动千余场，紧抓“甲元哥”重庆行、库里重庆行等活动促进商旅深度融合，推动“网红流量”变“经济增量”“城市能量”。

接下来，市文化旅游委将实施文旅“爆款”产品培育、景区度假区强基焕新、入境旅游综合服务提升等工程，推进旅游发展环境更加优化，供给更加丰富，服务更加完善，体验更加愉悦，让更多海内外游客“爱上重庆、购物重庆”，为国际消费中心城市建设贡献新的文旅力量。