

# 宁波离国际消费中心城市有多远？

记者 严瑾

“不必去欧美日韩，各地的消费者，只要来到宁波，就可以享受到全球各地的优质商品。过去，我们让产品从宁波出口世界；未来，世界的商品，不是也可以在宁波集聚、来满足大家对美好生活的需求吗？”

这是宁波市政协委员、市劳动保障监察支队综合科科长冯国铭所构想的“国际消费中心城市”。在征询了许多专家学者和外贸从业人员的意见后，他把一套完善的相关建议写入了两会提案。同时，“国际消费中心城市”的提法，还写入了今年宁波的政府工作报告。

这一概念并不是宁波的首创。上个月，商务部部长助理任鸿斌就曾指出，“要促进形成强大的国内市场。在城市开展国际消费中心城市建设试点。”近两年，无论是一线城市如北上广深，还是二线城市如西安、成都、杭州、南京，都将“打造国际消费中心城市”提上了议事日程。如今，是该让宁波向此迈步前进了。

## “社零”指数，宁波竟低于全国均值

国际消费中心城市，顾名思义，指消费规模大、能级高、具备全球影响力与集聚力的国际化大都市。也就是说，朝着这一目标前进，意味着在“推进新一轮高水平对外开放”的同时“促进消费转型升级”。

众所周知，往年在“消费、投资、出口”的三驾马车中，出口无疑是宁波最重要的一环。2018年宁波GDP突破万亿元大关，而进出口总额就高达8500亿元左右——外贸依存度仍超过了80%！然而，面对复杂的外部环境压力，扩大内需，让消费成为经济增长的新动能，则成了必然。

相较于去年进出口全国第八、增幅领跑全国，宁波的内需和消费跟同样GDP破万亿的城市相比，仍有很大的提升空间。据宁波市商务局统计，2018年全市累计实现社会消费品零售总额4154.9亿元，同比增长8.1%——这一数据在15个万亿俱乐部成员中排名并不靠前，增幅也稍低于全国9%的平均水平。

以宁波的人均GDP和人均可支配收入来看，消费对经济增长的拉动，还可以更给力！在浙江大学宁波理工学院商学院常务副院长林承亮看来，拉动消费的意义远不止扩大内需，更是关乎到未来城市的竞争力——城市竞争，归根结底是人才的竞争，宁波要想吸引“95后”“00后”的新一代优秀人才，就必须要有配套的商业和服务：

“现在年轻人对消费的需求，和‘60后’‘70后’有着天差地别。他们可以仅因为公司没有空调和停车位，就辞去工资待遇优越的工作，还可以因为一场音乐会特意跑去北京上海。如果一座城市没有时尚的、国际化的、能满足其需求的生活和消费空间，又谈何把人才留住呢？”

## 宁波商圈还缺些什么？

要想为“国际消费中心城市”破题，离不开三个关键要素——人、货、场。如今宁波的商业中心，已形成“三江口、鄞州中心区、东部新城”三足鼎立之势，取代了传统百货的商业综合体模式也日趋成熟。那么，如何让这些消费场更有人气、更国际化呢？

林承亮认为，年轻人是未来消费的主力，要想让宁波的商业释放出更多活力，首先要改变传统的商业思路，让商圈的业态更年轻、更时尚：

“前阵子我去上海，特意去了一家叫Shake Shack的汉堡店。这家店被誉为‘纽约三大地标之一’，让很多年轻人愿意排队一个小时队去竞相打卡。对于宁波而言，同样需要引进一些类似的标志性主力店，让这些领先业态成为年轻人的活动空间。”

年轻时尚，可不是单纯地“吃吃吃、买买买”，广义上还包括文旅娱乐——而这些精神消费场景，恰是宁波的“促消计划”必须补齐的。去年，东南商报就消费话题向全市做了一份问卷调查，当问及对宁波消费的建议时，参与者们呼声最高的，不是买不到想要的东西，而是找不到“文化消费”的场景，更有朋友直言：

“文化消费太少太弱，只能跑上海、杭州。”

“宁波的大型文体活动，大概只有北仑排球赛和偶尔的户外音乐节了。”

“和朋友周末出去玩，除了电影院、桌游吧，再想不到其他可以逛的地方了。”

由此看来，如果宁波能吸引更多国际性的文化演出、体育赛事，又何尝不是集聚全球资源、吸引周边人流的妙招？不过，正如林承亮所言，培育消费需要一个过程，在投入伊始，还得由政府部门做一些启动性的工作。

冯国铭还建议，宁波需要建立一批标志性的国际消费设施和平台，比如：

“全力打造三江口核心商圈，着重推动一批时尚消费载体和商业设施建设；培育国际风情街区，布局一批国际特色的商贸业态；集聚一批国际办事机构，加强服务业态和服务品牌的配套组合，引导时尚业态聚集，形成一体化、多层次、丰富多彩的消费体验。”

所幸，我们可以看到宁波的消费场在这些方面的努力。明州里商圈开业初期，便引进了一场西班牙艺术家达利的作品展来引流；票务演出公司聚橙网，也为宁波带来了百老汇的音乐剧《猫》和印象莫奈的展览；北仑的世界排球联赛，还让久居宁波的中东欧人找到了来自家乡的球队。随着日后类似K11等特色的商圈开张，我们足以相信未来可期。

聚焦

高质量发展

