



克服重重困难 宁波消费优势"加速成长"

实际上，自《宁波市建设国际消费城市实施方案》以来，在过去一年间，宁波商业不断提质扩容、创新发展，消费优势加速成长。

从社零总额来看，消费升级态势明显。2020年，宁波全年全市实现社零总额4238.3亿元，同比下降0.7%，高于全国全省3.2、1.9个百分点。商品销售额35609.3亿元，同比增长7.6%，高于全省1.1个百分点。网络零售额2512亿元，同比增长10.9%，规模居全省第三。

“去年整体是非常困难的，单从最后的社零数据来看，宁波超过了全国全省平均水平，是近几年所罕见的。很大程度上能否反映宁波国际消费城市的推进工作取得了很大成效。”宁波市商务局局长张延表示。

去年以来，在“新消费”行动的推动下，全市消费市场加快复苏。宁波购物节期间，陆续举办了240余项购物节其他促销活动；2020食博会邀请了来自全国26个省市的1200多家企业，吸引了11万余人次，线上线下成交金额和意向采购协议金额达25亿元。

与此同时，我市还创新消费举措，以消费券挖掘消费潜力，探索发展消费新模式新业态。2020年4月至10月，我市与支付宝、银联合作，市级层面投入1.97亿元，发放了3期12轮电子消费券，各区县（市）发放消费券超4亿元，参与商户超过10万家，加速推动消费市场回暖向好。

值得一提的是，在国际消费中心城市建设过程中，宁波涌现出一批能够扩大引领消费、促进产业结构升级、拉动经济增长的新载体和新引擎，新型消费加速发展。

统计数据显示，2020年，全市实现网络零售额达到2512亿元，同比增长10.9%左右；居民网络消费额1622.8亿元左右，同比增长9.8%。全市约有三分之一以上的创业创新项目集中在互联网领域，电子商务在促进消费、开拓市场、稳定就业，以及助推产业升级等方面作用日益凸显。

一个城市要实现“卖全球”“买全球”，更高水平开放不可或缺。长期来看，我市顺应消费升级大趋势，不断丰富着优质消费品供给，鼓励外贸企业从外销“一条腿”到内外“双循环”齐步走。

与此同时，进口消费品的供给也大幅度增加。据宁波海关统计，2020年宁波口岸进口消费品总额366亿元，增长16.1%；9月份大幅攀升至今年进口峰值，当月进口42.4亿元，环比大增68.4%。其中，日化用品类进口形式持续向好，进口美容化妆品及洗护用品92.5亿元，增长21.1%。



锚定国际消费城市 宁波如何脱颖而出？

建设国际消费城市的“角逐大军”中，宁波如何做出城市特色，全新赛道上脱颖而出，占据上游优势？

“首先是‘国际’，保持高度国际化，提高进口规模，集聚全球优质商品；其次是‘中心’，我们的消费场景和服务对象不仅局限在本市，而是对周边乃至全国形成辐射和供给；再次是‘消费’，要增强消费意愿、打通消费渠道，提升消费体验；最后是‘城市’，在抓好城市消费方方面面的同时，也要提升农村消费，使城乡消费一体化。”张延表示。

具体来说，接下来宁波将继续围绕全国重要的进口消费品集散中心城市、长三角重要的购物中心城市、全省消费便利化示范城市三大功能定位，建设接轨国际、辐射国内、惠及民生的国际消费城市。

由于宁波经济结构因素，与制造业、外贸等相比，服务业中的商贸服务业与城市地位还不相匹配，消费对经济的贡献率在40%左右，远低于全国68%的水平。如何用使服务业这块相对短板成为宁波起跳起飞的“跳板”之一？

给予更多的消费选择，让市民消费留在宁波成为关键。在2021宁波全年商务工作会议上，提出宁波要以争取纳入国家级国际消费中心城市试点为抓手，培育新的消费亮点。

在“国际商圈”打造上持续加强。注入宁波、时尚、国际等元素，推动“泛三江口”核心商圈提档升级，打造国际消费地标，扩大本地消费规模和拓展域外消费增量；同时打造东部新城核心商圈，推进“16444点线面策”工程，打造成为全市商业又一核心。同时有效衔接全市商业网点规划，突出差异化定位、特色化发展。

在夜间经济繁荣发展上持续创新。加快推进海曙、江北、鄞州省级夜间经济试点（培育）城市建设，打响“夜色甬城”品牌。继续开展“六名”年度评选活动，评选发布一批消费者最喜爱的系列品牌，带动线下消费热潮。

做大做强“首店经济”。招引国内外知名品牌在宁波设立全球性、全国性和区域性的品牌首店、旗舰店、体验店，吸引一批国际高端知名品牌、原创设计师品牌等首发或同步上市新品；同时，创新发展“老店经济”，挖掘和保护宁波老字号品牌资源，培育认定首批宁波老字号企业。

持续推进步行街改造提升。加快推进老外滩国家级步行街试点建设，将老外滩打造成为全国知名、最具流量的打卡地。提升东鼓道、南塘老街、南部商务区水街3条省级步行街，打造成为支撑城市区域消费的重要节点。

作为一座开放型经济大市，在宁波着力实施“内外贸融合发展”行动，也被提上议事日程。接下来，市商务局将实施外贸企业开拓国内市场“百千亿”行动，分类梳理上千家外贸企业适销对路的百种商品，力争在商超、街区、夜市、展会、政府采购等国内渠道，实现千亿元商品销售额。

他山之石

其他城市有哪些好经验

值得注意的是，在做出城市特色方面，部分城市已经摩拳擦掌。如上海提出做强“首店经济”、夜间经济、品牌经济，打造一批智慧购物示范场景、商业消费体验中心；北京准备推动扩大健康、养老、文旅、体育等服务消费；广东则计划推动建设一批具有地方特色的市内免税店。

“首店经济”是上海的一张王牌。根据第三方机构中商数据发布的《2020年上海首店重点商圈报告》，尽管受到疫情等因素的影响，上海市场依然彰显着高度的吸引力和生命力，2020年上海引入各类首店909家，其中，上海城市首店、华东首店、全国/大陆首店、亚洲/全球首店分别为753家、26家、118家、12家，2020年首店开业数量较2019年出现个位数下降。

据了解，上海商务工作已经谋定了“八项行动计划”，其中“消费升级计划”明确，今年上海将以办好第二届“五五购物节”为契机，着力培育高端消费，建设全球新品首发地，打造一批首发经济示范区和新品发布地标性载体，力争新增首店800家。