

编者按

去年底召开的中央经济工作会议明确指出，要培育壮大新型消费，大力发展数字消费、绿色消费、健康消费，积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。与工业制造、对外贸易在全国城市中的排名相比，我市的消费能级是相对“短板”。提升城市消费能级、建设国际消费中心城市，是补齐“短板”的关键。为此，必须坚持和践行扩大内需战略，激发消费市场活力，将建设国家消费中心城市作为城市经济高质量发展、提升城市竞争力、增强文化软实力的重要抓手，不断提升城市对境内外消费者的吸引力，有效释放居民的消费潜力，逐步放大消费在拉动城市经济增长中的作用。



宁波春节消费市场火热

激发消费市场活力 提升城市消费能级

■进一步释放消费潜力 加快建设国际消费中心城市

尹秋平 谢瑜宇

消费是生产的最终目的，是经济持续增长的关键动力。习近平总书记指出：中国具有社会主义市场经济的体制优势、超大规模市场的需求优势、产业体系配套完整的供给优势、大量高素质劳动者和企业家的人才优势，经济发展具备强劲的内生动力、韧性、潜力。去年底召开的中央经济工作会议明确指出，要把恢复和扩大消费摆在优先位置，提升内需对经济增长的拉动作用。为此，宁波要积极探索提振消费，进一步释放消费潜力，加快建设国际消费中心城市。

一、建设国际消费中心城市事关城市能级和核心竞争力提升

建设国际消费中心城市有利于扩大内需。2023年宁波GDP首次站上1.645万亿元，全市居民人均可支配收入71731元，高于全国人均可支配收入83%。通过国际消费中心城市建设，提供更多元化的消费内容，打造更高端的消费品牌，创造更丰富的商业业态，可以不断满足消费者多样化、个性化的需求，实现人们对美好生活的向往。

建设国际消费中心城市有利于构建新发展格局。建设国际消费中心城市，打造消费资源的集聚地，不仅有利于全球优质商品和服务的汇聚，成为吸引国内乃至全球消费

者的国际消费场所；还将从需求端推动我市消费品制造业的转型升级和消费服务业的结构调整，并且提高商贸流通领域的资源配置效率，成为对外集中展示和输出城市特色品牌、企业品牌和消费文化的门户。

建设国际消费中心城市有利于提升城市能级。国际消费中心城市是中国品牌、文化展示窗口和进入全球市场的通道。以建设国际消费中心城市为切入点，建设成熟的消费市场、功能完善的消费服务业、发达便利的交通网络和良好的贸易环境，充分参与国际市场竞争，充分挖掘城市的消费潜力，尤其是对境外游客的吸引力，实现从一般消费城市向具有强大向心力的国际消费城市跃升。

二、宁波建设国际消费中心城市的机遇与挑战

建设国际消费中心城市正处于重要的发展机遇期。一方面，扩大内需发展战略加快推进，消费中心城市的高质量发展，是激发国内消费潜能的重要抓手。近日中央财经委员会第四次会议强调，推动新一轮大规模设备更新和消费品以旧换新，促进投资和消费。我国“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出，要培育建设国际消费中心城市，打造一批区域消费中心。截至目前，已确定了北京、上海、天津、重庆、广州

五大城市率先开展相关培育建设。另一方面，我市国际化水平在不断提升。据全球品牌价值研究权威机构Gybrand发布“2023世界城市品牌价值500强”，宁波列世界城市排名第151位，2019年排名为186。此外，宁波主动融入国家开放格局，与220多个国家和地区建立了经贸关系，并获批“中国—中东欧国家经贸合作示范区”、浙江自贸试验区宁波片区等高能级开放平台。

也应看到，发展的难题与挑战同样不可忽视。国际消费中心城市的消费潜力主要来自外来游客，需要很强的文化影响力和营销能力。仅从国内外游客的接待量来看，我市与培育建设城市相比，存在较大的提升空间。此外，我市在特色消费文化方面的品牌和城市形象仍有待突破，优势特点还有待进一步挖掘。

三、宁波加快建设国际消费中心城市正当时

提高消费便利度。把进口商品中心和国际消费中心城市建设有机结合，充分发挥自由贸易试验区、国家跨境电商综合试验区、国家级进口贸易创新示范区的叠加优势，积极向上争取政策支持，发展免税经济，提升离境退税便利度，实现与国外消费品价差缩小，价格和品质的全球一体化，吸引境内外消费者。持续营造国际游客友好型的消费环境，增强多语服务能

力建设，提升国际化服务能力，助力旅游城市建设。

提升消费集聚度。聚焦城市中央活动区，培育彰显城市文脉和商业文明的商业街区，构建集优质平价商品与高端奢侈品、流行爆款商品与特色小众商品的重点商圈，打造城市水系“金腰带”，串联商圈载体。加快商圈基础设施数字化改造，形成科技感丰富、交易便捷的消费体验。加快集聚全球经营主体，引进中高端消费品牌跨国公司地区总部、品牌首店。放大中国—中东欧国家博览会效应，依托中国—中东欧国家博览会挖掘中东欧的优质特色商品和服务，形成特色鲜明多层次消费品类布局。

加快消费服务数字化。提升体育、养老、家政、文化创意、旅游等服务的数字化水平，实现便捷、高效的消费体验。推动博物馆、音乐厅、美术馆、图书馆、文化馆和文化产业园区等设施的数字化改造，提升交互功能。推动无接触经济在零售、餐饮、酒店、健康等行业的发展，支持大数据、虚拟现实等新技术消费场景的创建。建设物流配送即时化网络，推动“无接触配送”发展。

提升消费丰富度。优化提升夜间经济推进机制和城市配套水平，打造一批具有全球影响力、能吸引国内外游客的夜间夜游夜娱项目，深挖三江游览、鼓楼、老外滩国际风情街等旅游景点潜力，增加常态化、标志性实景演出。此外，应积极探索发展离岸贸易、转口贸易、跨境电商、数字贸易等贸易新模式新业态，不断推动宁波融入全球价值链、供应链体系，提升国内国际两个市场的资源配置能力。

(作者单位：市商务局、市社科院)

■抢跑银发经济新赛道 实现社会消费再升级

朱晓卓

人口老龄化是贯穿我国21世纪的基本国情。国务院办公厅于今年1月15日印发的《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，既是满足日益增长的老年群体对美好生活需要、实现高质量养老的重要举措，更是积极应对人口老龄化带来的产业发展机遇的战略选择。宁波自1987年进入人口老龄化社会，是国内进入人口老龄化较早、老龄化速度较快、程度较深的地区之一。快速增加的老年人口，蕴含了广阔市场机遇，机遇稍纵即逝而且竞争激烈，抢跑银发经济新赛道，有助于实现宁波经济社会再升级，为争创共同富裕和中国式现代化示范引领的市域样板增添新动能。

一、做好养老优质服务，促进民生消费再升级

截至2022年底，全市60岁以上户籍人口170.3万，占户籍总人口的27.4%。快速增加的老年人口，对家门口老年食堂的需求与日俱增。近年来，宁波将老年助餐服务列入了“老有康养”优享工程，加大老年食堂建设力度，已建成老年食堂和老年助餐点1115个，助餐配送服务老年人超1000万人次，已建成标准化老年食堂348个，基本实现老年助餐机构镇乡(街道)全覆盖，今年继续把完善老年人助餐服务场景布局和提高助餐安全作为“养老暖心服务”纳入民生实事工程。

在城市老龄化日益加剧的背景下，要推动公共服务共享优享、供给机制多元多样、基本单元提能增效，还需要激活市场参与老年助餐服务的“一池春水”。围绕养老服务市场做好文章，做长普惠养老产业链，找准老年便民服务的消费增长点，发展社区嵌入式服务，打造一刻钟社区生活圈。从普惠角度老人可及、价格可接受、服务有保障，解决老年人的急难愁盼，从优质角度让多样化、个性化、专业化的服务来提升老年人的消费层级，催生新的消费领域，带动更多企业主动进入养老服务市场，由此形成良性循环。

二、做好医养康养结合服务，促进健康消费再升级

坚持需求导向构建医养康养结合多元格局。服务要跟着老人走，建好医养结合机构，做实医养签约合作，做深家庭医生签约服务，做优“数字+”医疗服务。坚持重心下移，加强老年医疗护理服务；关口前移，支持医养康养融合的主战场从机构向更为广阔的社区居家拓展。以医养为基础推进康养服务的市场化，完善老年人的健康照护体系，从过去注重“诊治”或“防控”转为健康促进、预防、诊断、治疗、康复等领域，注重康复辅具、机器人和健康智慧技术的应用，保障机构社区居家不同场所中医医养服务的连续性和可及性。

全力为银龄健康消费升级提供充足的资金保障。更好的老年生活、更好的老年服务，不仅需要创新诸如上门服务的内容或形式，还需要加快对养老服务消费

有促进作用的长期照护保险试点。建立资金筹集、需求评估、待遇支付、服务供给、经办管理的体系化，实现人群全覆盖和城乡身份无差别，进而助推居家及社区养老市场、医养康养新消费市场的增长。

三、做好美好生活提质服务，促进养老消费再升级

传统的养老主要包括家庭的经济供养、生活照料和精神慰藉三方面内容，基本是由家庭成员来完成的，但是随着家庭小型化、社会少子化，养老应走上社会化的道路，让更多老年人幸福地享受晚年生活，而不是被动接受服务，这也是积极老龄化的体现。

加强引导来激发创造老年人对于美好生活的消费新需求。要引导开发适老化服务，推动养老和文体娱乐、康乐旅游、美容美发、教育培训等产业快速融合，增加优质服务供给。要引导加快适老化产品研发，依托宁波在电子、纺织、服装、物联网等工业制造优势，推动信息技术和传统的健康养老深度融合，提高智慧养老产品与老年人的生活匹配度，为健康、亚健康及失能老年人带来定制化、健康监控和康复护理等服务，促进老年消费的提质增效。

四、做好银龄经济供给渠道，促进产业消费再升级

生活条件的日益改善提高，让宁波老年人消费观念有了很大改变，越来越多老年人主动消费意愿在提高，目前，数字消费不足导致现实中老年人消费以线下为主，许多消费平台没有进行适老化改造，很少有专门面向老年群体的消费区域，银发经济没有形成聚集性发展优势。

加快发展适合银龄经济的供给渠道和产业。通过适老化的消费平台为老年人提供消费的便捷渠道，设立银发消费专区和体验专区，打造一批让老年人放心消费、便利购物的线上平台和线下商超。尽早布局银龄经济产业聚集区，培育龙头企业，布局全产业链，加强示范引领，支持连锁化、集团化运营，与家政进社区、数字经济等深度融合，畅通消费供给渠道。

五、做好养老财政金融业务，促进消费能力再升级

宁波作为东南沿海的经济发达地区，居民人均消费支出占人均可支配收入的比重超过60%，消费意愿占到了长三角重点城市第三位，发展养老金融理财产品具备较强的消费潜力。宁波可通过地方政府专项债券支持符合条件的银发经济产业项目，发展养老服务金融和养老产业金融。

发展养老财政金融乃至银发经济离不开人才支撑。要引导更多年轻人进入这个行业，培养更多健康管理、康复、产品设计制造、金融理财、人工智能和服装服饰等专业人士来支撑银龄产业的可持续发展，发展技术完备、市场完善、生态完整的引领型企业，为社会消费升级做好保障。

(作者单位：宁波市卫生职业技术学院)

■发挥流量经济赋能文旅产业作用 进一步激活文旅消费市场潜力

包曩

习近平总书记指出：文化产业和旅游产业密不可分，要坚持以文塑旅、以旅彰文，推动文化和旅游融合发展。在传媒变革的当下，流量经济迅速崛起。流量经济依托特定平台，汇聚物资、资金、人才等资源，促进相关产业发展，并向周边地区辐射经济能量。从实践看，流量经济能有效推进文旅产业融合，促进业态模式创新，提升产品附加值，进而释放旅游消费市场消费潜力。当前，宁波正加快推动文旅深度融合，聚焦数字化、融合化等方向，制定了相关实施意见和“十四五”规划，提出“一带三区”布局和重点板块，打造特色文旅产品。在打造过程中，应高度重视传媒变革对激发文旅消费潜力的影响，更好发挥流量经济赋能文旅产业的作用。

一、流量经济对释放文旅消费潜力和促进文旅融合作用明显

流量经济能与文旅产品产生相互促进效应。流量经济通过赋能文旅产品，将游客置于旅游产品的核心地位，从而有效迎合游客多变的、个性化的需求，进而在短时间内迅速激发文旅消费潜力。在此基础上，流量经济能进一步助推旅游资源 and 旅游产业结构，根据旅游者需求变化进行动态调整，优化和升级旅游产品。

二、我市具备流量经济赋能文旅融合的条件与潜力

旅游基础坚实。宁波拥有各类酒店1756家，其中星级酒店75家，五星级酒店21家。景区众多，4A级以上38处、5A级2处，

1处国家级旅游度假区。交通网络便捷，如，宁波机场开通国内外航线143条。气候条件宜人，四季温和湿润。此外，宁波菜以鲜咸合一著称，富有特点。2024年春节假期首日，宁波全域共接待游客120.6万人次，比2023年增长了62.49%，比2019年增长了34.14%。

城市开放包容。宁波是海上丝绸之路的重要港口，繁荣的海洋贸易促进了城市的社会变革和文化传播。宁波是全国文明城市“六连冠”得主，宁波精神深刻诠释了宁波人的气质。宁波通过承办“中国—中东欧国家博览会暨国际消费品博览会”等，不断深化国际交流，展现城市开放包容的风貌。

新媒体影响力不断上升。宁波拥有308个官方新媒体账号，比如，“甬派”作为宁波本地新媒体佼佼者，注册用户突破650万。再如，宁波荣膺中国城市国际传播示范案例。宁波在四大海外社交平台积极发声，吸引45万粉丝，内容覆盖3.9亿人次，有力助推了宁波文化的全球传播。

三、流量经济赋能文旅深度融合和消费潜力释放

一是盘点有“出圈”潜力的文旅资源。盘点好资源，打造好项目，才能等“风起”，发挥流量经济的赋能作用。要梳理老外滩、天一阁、慈城古县城、鄞江古镇、鸣鹤古镇、前童古镇等古镇资源，梳理港口相关的游轮体验、港口特色

露营等项目，梳理帆船、网球、羽毛球等国际赛事项目，梳理宁波菜特色、加大“甬城百碗”的推广力度。

二是做好市场调研，谋划贴近游客需求的文旅产品。坚持市场导向，利用旅游大数据分析工具，深挖游客需求。可利用古镇资源，探索开发如古城寻宝游戏、历史角色扮演等个性化文旅产品。在节假日、国际赛事、博览会等流量高峰期，探索推出特色主题旅游活动，提高曝光率。挖掘老字号资源，举办美食节、美食探店等活动。探索与科技公司、文化创意产业等领域的跨界合作，做优旅游体验。

三是把握关键时间节点，复制和探索产品“出圈”。加强创意内容与互动式体验，为重要旅游产品制定独特的宣传主题和视觉风格。加强线下活动与社交媒体直播结合，吸引年轻消费群体参与和传播。加强媒体投放与数据监测体系，根据目标受众的访问量、转化率、用户反馈等数据，制定社交媒体广告、搜索引擎营销、视频平台广告等媒体投放策略，确保宣传效果最大化。

四是培育复合型人才，推动宁波文旅传播创新。积极与专业培训机构联手，打造文旅业务与流量经济运营相结合的复合型人才培育项目。积极建立文旅内容库，如“千年甬流传”古城旅游景区、宁波湾、老外滩实景剧等助力网红创作优质内容。积极搭建与网红、MCN机构的合作桥梁，推动资源共享和品牌共建，提升宁波文旅品牌影响力。培养复合型人才，创新优质内容，持续发挥流量经济的赋能作用。

(作者单位：浙江纺织服装职业技术学院)