

中国国际消费中心城市发展定位研究

周 勇

[摘 要] 近年来，建设国际消费中心城市作为我国一项新的政策举措，不仅观念、措施新，而且概念、提法新，需要进行概念辨析和发展定位。国际消费中心城市有其建设背景，当前我国国际经济已经取得相当成就，但生产制造扩张潜力有限，进一步推动国际化需要借助消费。国际消费中心城市具有目标上的全球消费经济空间组织者、位置上的高端消费先行者、体系上的消费经济主导者、层级上的全球消费高地、创新上的国际消费潮流引领者、改革上的消费发展转型推动者等宏观定位。在消费中心建设过程中，需要以层级定位推动消费经济升级发展，以政策定位推动消费经济全面发展，以国际定位推动消费经济开放发展，以中心定位推动消费经济规模化发展，以消费定位推动经济消费共享转型。

[关键词] 国际消费中心城市；消费中心理论；区域定位；新发展格局；内需

[中图分类号] D63

[文献标识码] A

[文章编号] 1674-7453 (2024) 07-0030-10

党的二十大报告指出，要着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用。^[1]《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》（以下简称《纲要》）提出，“培育建设国际消费中心城市，打造一批区域消费中心”。^[2]随着国家层面国际消费中心城市开始试点，各省区紧随其后，纷纷推出自己的（国际）消费中心（城

市）建设规划。比如根据《中共黑龙江省委关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》，黑龙江省将打造哈尔滨国际消费中心城市；《哈尔滨市国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》提出，哈尔滨市将融入新发展格局，打造东北亚区域消费中心城市。

[基金项目] 国家社科基金项目“增强国内大循环内生动力和可靠性与提升国际循环质量和水平研究”（22VRC082）；中国社会科学院实验室、数据库项目“中国社会科学院经济大数据与政策评估实验室”（2024SYZH004）；中国社会科学院智库基础研究项目“国际消费中心城市发展战略定位研究”（IQTE2024-08）。

[作者简介] 周勇，中国社会科学院数量经济与技术经济研究所研究员，中国社会科学院大学教授。

值得注意的是, (国际) 消费中心(城市) 建设是在《纲要》“第十四章 加快培育完整内需体系”中提出的, 是为“深入实施扩大内需战略, 增强消费对经济发展的基础性作用和投资对优化供给结构的关键性作用, 建设消费和投资需求旺盛的强大国内市场”, 而在消费领域提出的新建设任务。(国际) 消费中心(城市) 建设是一项国家宏观经济发展的重大举措, 在以国内大循环为主体、国际国内双循环相互促进的新发展格局中担当重任。商务部等14部门《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》(以下简称《指导意见》) 提出, 国际消费中心城市培育建设工作要整体规划, 同时要集中力量和资源在重点区域、优势领域有所突破并形成标志性成果, 避免资源分散、“遍地开花”。^[3] 此表述涉及(国际) 消费中心(城市) 宏观定位问题。

近年来, 我国虽然已提出(国际) 消费中心(城市) 建设, 但具体实施时间并不长, 整体上还属于经济领域新生事物。为清楚认识(国际) 消费中心(城市) 的内涵, 明确发展方向, 需要把握(国际) 消费中心(城市) 在我国宏观经济工作体系中的位置, 在区域经济发展中所扮演的功能角色。对于推动我国供给侧结构性改革、经济转型升级、高质量发展, 建设以国内大循环为主体、国际国内双循环相互促进的新发展格局的意义, 特别要厘清新设想和已有框架的联系和区别, 比如消费中心和以往生产中心的不同发展重点, 各自所代表的经济形态有何差别, 如何衔接新旧发展框架。由此可以看出, 理解清楚(国际) 消费中心(城市) 的定位很重要, 只有有了明确的定位, 发展蓝图才可能清晰, 整体经济发展的系统性才会更强, 各类发展任务的边界才不会模糊, 围绕消费和生产、供给和需求的冲突才可能化解。本文的理论视角主要倾向于宏观消费经济, 从宏

观战略定位角度谈(国际) 消费中心(城市) 经济发展。

一、国际消费中心城市相关概念辨析

国际消费中心作为我国近年的一项新的政策举措, 不仅观念、措施新, 而且概念、提法新, 在本文讨论完全展开前, 需要进行概念辨析。

(一) 作为政策概念的国际消费中心城市

国际消费中心城市建设是在《纲要》“第十四章 加快培育完整内需体系”中提出的, 并非在“第二十九章 全面提升城市品质”中提出, 所以对于国际消费中心城市这一政策概念应更多从消费经济角度理解, 而不是简单把国际消费中心看作定语、把城市看作中心词、主要从城市建设角度理解。因为消费的集聚规律, 城市发展显然是国际消费中心建设的应有之义, 但不是关键政策点, 更不是唯一政策点, 关键政策点在于通过国际消费中心建设促内需, 畅通经济循环, 尤其国内大循环, 形成国内大市场, 从消费端助力供给侧结构调整, 应对国际经济、世界贸易挑战。近年在表述上我国与国际消费中心城市类似的政策概念还有多个, 比如世界旅游目的地、智慧城市、内陆开放高地、高水平生活宜居地等, 其政策内涵主要体现在中心词前面的定语。

(二) 相关概念辨析

近年政策文件和学术文献中与消费中心相关的概念有多个, 如消费城市, 消费中心城市、区域消费中心、国际消费中心城市等, 需要结合本研究特点, 区分政策提法和学术概念, 厘清它们之间的差异与联系, 以免混淆概念。词典中“中心”释义如下: 在某一方面占据首要地位的城市或地区; 跟四周的距离相等的位置; 事物的主要部分等。^[4] 按照释义, 消费中心首先是指消费城市或者地区, 其次是指在一区域范围内占据首要消费

地位的城市或者地区。把握消费中心的含义需要注意三方面：其一，消费中心的“中心”是一个地域概念，可指城市或者地区；其二，消费中心是一个位置概念，是指占据消费首要位置的消费城市或者地区；其三，消费中心是一个区域概念，是与外围区相对而言的中心。从我国当前建设实践看，消费中心更多指消费中心城市，从研究边界来看，本文在城市的框架内探讨消费中心，所以将相关概念辨析如下：消费中心位于城市；消费中心是消费城市，但反之不然；消费中心就是消费中心城市；区域消费中心就是区域消费中心城市，反之亦然；国际消费中心就是国际消费中心城市，反之亦然；国际消费中心与区域消费中心，国际消费中心城市与区域消费中心城市在中心指向上一致，只是圈层范围不一致。“消费中心”“消费中心城市”“区域消费中心”“国际消费中心城市”几个概念中，“消费中心”更本质和一般，消费中心的“中心”既包括城市，也包括地区（本文不讨论消费地区），消费中心直接指代消费中心城市，区域消费中心也就是区域消费中心城市。国际消费中心城市和区域消费中心城市只是消费中心外延的不同。当提到“消费中心城市”“区域消费中心”“国际消费中心城市”时，本文更多以“消费中心”泛指，在行文中，国际消费中心和国际消费中心城市没有区别，为措词简便及易于理解，更多采用“国际消费中心”的提法。^[5]

二、中国国际消费中心城市提出的背景

消费是市场经济重要的基础。当前我国经济运行发展的主要问题突出表现为消费需求存在不足，^[6]建设国际消费中心是新时代我国的一项重要市场发展战略，旨在激发内需、促进消费。从学理上看，战略就是创建一个价值独特的定位，^[7]定位本身是战略举措，要明确定位需要先厘清背景，中国国际消费中心建设有以下方面的背景。

（一）中国国际经济已经取得相当成就

作为世界第二大经济体，中国经济日益走向世界的中心，不仅生产经济发展取得巨大成就，有着坚实财富基础的消费经济也在蓄势待发，消费经济有望大繁荣。生产经济为消费经济打下了多方面良好基础，一是收入基础。生产制造创造了大量就业机会，在提高居民收入水平的同时，也为居民生活条件改善创造了条件。二是需求基础。生产制造为居民消费提供了充裕的物质基础，使人们在基本的衣食住行满足之外产生更高层次的需求，如文化消费需求。三是国际化基础。由生产制造带来的经济发展不仅给国内居民国内消费创造条件，更通过国际拓展，丰富国内居民的国际消费。当前，我国正面临由生产大国进一步向消费大国发展的难得机遇，对许多地区而言，由生产中心向消费中心转型是地方经济进一步发展的重要路子。比如东北经济要振兴，除了发展高水平科技，借助制造业重整生产中心，还需要消费，在消费中心建设中扩展经济新空间。

（二）中国国际经济离世界先进水平仍存在不小差距

实践中，我国更多发展了生产制造业中低端环节，还有待攀升价值链高端环节，离世界中心还有一定距离。例如，生产方面高端制造业、基础核心技术环节还存在短板，经济的整体结构还不够平衡，尤其是生产和消费存在失衡等。我国在许多领域生产了世界的大部分产品，但消费方面对国内经济、世界经济的拉动有限。中国尽管是生产大国，但其消费发展地位与生产大国地位不相匹配，消费与生产总量不平衡、层次不匹配现象同时存在，也即生产多消费少，对国际经济生产贡献多，消费贡献少；国内高层次消费不能满足居民需要，本国居民出国消费给国内经济带来一定漏出。中国要进一步走向世界，经济保持一定速度的增长，必须依托国际消费中心城市建设，发展消费经济，而且要走区域消费协调发展

之路，建设消费中心体系。

（三）中国国际经济尚有不少发展短板

中国作为全球经济发展的重要力量，更多只是在生产领域发挥了带动作用。当前，中国对世界经济的贡献主要在工业产品供应方面。在消费领域，中国虽然有大增长，但还没有能够在层次上引领全球。国家统计局数据显示，2011年以来，中国消费对经济增长的贡献率在50%—70%之间，消费升级在19%—23%之间，与部分发达国家仍有一定差距。^[8]而且随着越南、印度等其他东亚经济体制造业的发展，及部分西方国家对中国的扼制，中国制造尤其其中低端制造遭遇一定发展危机，对国际经济和国内经济难以发挥进一步的支撑作用。根据部分发达国家经济发展的经验，当一个国家迈入高收入国家行列后，消费会成为其经济增长的主要驱动力，因为消费升级会通过产业结构优化升级、技术创新等路径促进经济持续发展。^[9]我国在财富积累已经达到一定水平，生产投资空间越来越有限的背景下，需要从供给侧和需求侧全面完善经济结构，生产和消费发展并重。新形势下，我国不仅需要继续升级生产中心，进一步发挥中国生产经济的世界引领作用，还需要补足消费短板，以国际消费中心建设为契机，更进一步放大中国经济增长规模和能力空间。

（四）中国国际经济的国内消费不平衡

党的十九大报告指出，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。不平衡不充分不仅表现在生产领域，更体现在消费领域。需要通过民生促发展，而不再是主要通过劳动强度大、附加值水平低的中低端生产环节推动发展。中国居民既需要有良好的生产条件，也要有良好的生活条件。在数字经济、服务经济、消费经济背景下，即使提高人工薪酬，“脏、累、差”岗位的就业吸引力也有限，大量以数字技术为代表的新经济岗位减轻了体力负担，消费服务岗位让就业者更

自由，甚至一些文化消费服务岗位能够让从业者个人爱好和工作追求相统一，即使工资稍低仍有就业吸引力。中国生产制造的片面发展模式需要被生产经济和消费经济的全面发展模式所替代，要通过国际生产中心和国际消费中心的“双引擎”建设，不仅使国家整体生产经济和消费经济平衡，使个人层面劳动投入和生活消费更加平衡。

（五）中国国际经济的国内外消费不平衡

当前，国外来华消费增速仍低于我国出国消费增速。值得注意的是，需重视国内消费经济，在消费设施、项目打造中培养起国际竞争优势，避免我国的国际消费流出现象更严重、影响到生产发展。在生产高度发展，中低端制造可替代性强的时代，消费越来越占据经济发展的主动地位，消费大国能够通过控制消费市场而左右生产制造，中国消费经济落后会使生产发展更多陷入被动。面对复杂的国内外形势，中国一方面要继续深化内部改革，畅通国内大循环，另一方面要坚持开放，国内国际双循环相互促进，无论是国内发展还是国外发展，都需要补齐消费短板，向消费要发展潜力、找经济空间。为突出“以国内大循环为主”，既需要举国之力，也需要借助国际力量。其中举国之力是发展国内居民消费，在国内实现居民国外消费的更多替代，国际之力是吸引更多外国人来华消费，扩大外国人在中国的国际消费规模。

（六）中国经济进一步国际化需要借助消费

从国别性经济活动的角度更容易理解中国经济的国际化，不是一定要中国投资者到国外投资设厂才叫中国经济的国际化，国际化的本质是一国承担了多少国际经济功能或者任务。到国外投资设厂、在外国生产，虽然能够获得经营利润，但税收是外国的，劳动力就业和工资是外国的，这种国际化虽然需要发展，但从经济功能和体系的完备性来看，却很有限。如果是在本国土地上投资设厂，为国际生产，那么不仅经营利润属于

中国,而且税收属于中国,劳动力和工资也属于中国。哪种国际化对一国经济更有利?在这种分析场景中一目了然。同时,也需关注由经济国际化而来的本国产业空心化。改革开放以来,中国经济的成功之处更在于在国内推行改革开放,国内资本为国际投资和生产,同时也吸引了大量外资来中国投资和生产。而不是国内资本更多流出在国外为外国投资和生产,或者在国外投资为中国生产。现在反过来看,中国的这种投资生产模式是宝贵的经验,在消费经济领域大力培养建设国际消费中心,促进本国国际消费回流,同时建设世界消费高地,吸引国际消费。

三、中国国际消费中心城市的六大宏观定位

《指导意见》提出要利用5年左右时间,指导基础条件好、消费潜力大、国际化水平较高、地方意愿强的城市开展培育建设,基本形成若干立足国内、辐射周边、面向世界的,具有全球影响力、吸引力的综合性国际消费中心城市,带动形成一批专业化、特色化、区域性国际消费中心城市,使其成为扩大引领消费、促进产业结构升级、拉动经济增长的新载体和新引擎。同时,关于国际消费中心的定位,还有许多丰富的内涵。

(一) 目标上的全球经济空间组织者

国际消费中心建设目标不仅仅在于一城建设、一城消费经济发展,而是区域建设、一个区域消费经济发展,以及一国建设、一国消费经济发展,甚至是世界经济建设。要通过消费中心建设统揽区域消费、一国消费,甚至引领全球消费。为此需要首先进行消费空间组织,与国内其它消费中心建立协作关系,彼此错位发展,形成能够互相联络通达的消费线路。即类似于旅游线路,通过不同消费项目,或者相同消费项目的不同特色,引导国际消费者沿着一定消费“线路”或者说“路径”消费,沿着“消

费区域”“消费带”消费。通过多城多地消费取得一城一地所不能取得的整体消费经济发展效果。其次是通过消费进行生产的空间组织,通过消费发展,带动相关生产设施建设和产品生产,从消费端重整现有的生产制造体系。比如旅游商品的生产,消费纪念品的供应,还有主导消费项目带动的其它一般商品消费和生产。随着国际消费中心的建设,中心城市必定能够带动周边区域,整个经济区、经济带的相关商品生产。由此而发展起来的国际消费导向商品生产是对传统商品生产模式的创新,两相比较,前者更有目标市场性、出口导向性、国际交流性,开放色彩更加浓厚。

(二) 位置上的高端消费先行者

在发展位置上,尤其是在消费经济领域的发展地位上,国际消费中心是全国乃至全球高端消费先行者。从国内来看,国际消费中心作为全国最高层次的消费中心,应在消费项目打造上建立全国典范,在消费服务质量上树立全国榜样,在消费标准上建立全国样板,在消费制度上提供全国有效参考,在消费创新上走在全国前列。从国际来看,国际消费中心作为中国消费领域改革开放先行先试者,应在消费项目打造上积极吸收国际经验,在消费服务上更多丰富国际内涵,在消费标准上参与国际消费标准体系建设,在消费制度上引进国际成熟方案,在消费创新上进入世界先进行列。在全国最优上进一步做到国际更优,在消费经济发展定位上,中国要吸取改革开放早期生产经济发展的某些教训,不一味模仿,仅满足于中低端消费层次,不把消费经济发展希望寄托于以市场换技术上,要更多聚焦基础资源培养,发展自主和自生能力,强化消费服务、消费品文化创意和原始创新。利用好中国已经发展起来的互联网、5G等新基建优势,大力发展数字消费、新型消费。

(三) 体系上的消费经济主导者

在产业体系,尤其是消费服务体系方面,国际消费中心是消费经济的主导者。国际消费中心主

要发展消费经济,且实现消费规模经济、范围经济。城市是区域经济的中心,全国中心城市一定程度上扮演了全国经济领头羊的角色。消费中心城市对于消费经济的主导作用也不例外。当前我国消费经济在全国还没有形成层次分明的体系,整个消费经济布局存在一定低水平重复现象,大城市高端消费升级动力不足,中小城市消费创新乏力,其中重要的原因是大城市消费经济主导能力弱,高层级消费中心与低层级消费中心项目存在一定雷同。高层级消费中心应建设低层级消费中心难以胜任的高层级消费项目,通过一般消费项目外移,缓解资源要素压力,为高层级消费项目腾出发展空间,同时对高层级消费项目在资金上进行重点投入,政策上全力扶持。具体方式上,可通过国际消费中心建设,加快高端消费要素培育,比如吸引大资本进入消费领域,引导其高端投入,并进一步带动中小投资者在消费领域投资;加快高端消费产业培育,从而分流出中、低端消费产业,引导大中小城市消费产业错位发展;加快高端消费项目建设,以大城市的高端消费项目带动中小城市的中低端消费项目;加快高端消费人才培养,建设人才培训、实训基地,不仅为大城市培养消费人才,培训从业人员,而且为中小城市输出人才,培训相关消费从业者。

(四) 层级上的全球消费高地

在经济发展层级,尤其是消费经济发展层级方面,国际消费中心是全球消费高地,是高层级消费者、消费项目、消费场景的聚集地。改革开放以来,我国适时抓住世界产业转移机会,在生产制造上取得长足的进步,但在消费领域,我国没有能够适时发展,及时跟上世界消费经济发展的大潮流。^[10]这其中固然有经济发展的阶段性,欧美等发达国家都是在生产经济大发展的基础上,才进一步发展消费经济。由于没有相应建成与生产中心相匹配的消费中心,我国高端消费外流较多。^[11]消费外流降低了国内消费增长对产业结构升级的拉动作用,削弱了经济发展的动力。国家文化和旅游部统计数据

显示,2017年中国公民出境旅游人数1.31亿人次,比2016年增长7%,联合国世界旅游组织的数据也显示中国游客占全球出境游客总消费额的比例超过20%。每年中国居民消费外流以万亿单位计,甚至还出现了中国生产的产品运到国外,最后又被中国人买回,通过一出一进两个环节,一方面关税损失、运费增加,另一方面由购物而带动的消费远非购物花费所能比,大大降低了中国可支配收入在高端消费领域对中国经济的贡献。要通过建设国际消费中心,推进消费国际化,更多占领全球消费高地,一方面让更多中国人不出国就能进行国际消费,从而更高程度、更大范围激发国内消费潜力;另一方面,让外国人来中国也能享受世界一流消费,从而稳步扩展消费外需。

(五) 创新上的国际消费潮流引领者

在创新方面,尤其是消费创意和技术创新方面,国际消费中心的定位是国际潮流引领者。《指导意见》提出,要建设新型消费商圈,合理规划打造一批具有较强国际影响力的新型消费商圈,参照国际先进经验和标准,推进智慧商圈建设,培育新型消费发展载体,推动消费融合创新。鼓励企业充分运用现代信息技术,发展新业态,探索新模式,推动实体商业转型升级。国际性消费产业、外国特色消费项目、世界一流消费项目当前总体上还是我国消费经济发展的短板。改革开放以来,我国虽然引进了一些消费项目,比如上海引进了迪士尼游乐园,取得了较好的发展示范效果。迪士尼对于带动上海消费经济发展发挥了积极作用,拉动了包括旅游业、交通、物流、商业零售、地产、服饰、食品、文化、动漫、演艺等产业的发展。但总体上来看,我国对于消费项目的引进远逊于对生产项目的引进。在消化、吸收世界先进消费服务经验、产业技术、项目创意方面我国还有较大的空间,要通过国际消费中心建设,进一步加大世界消费产业和项目引进力度,通过不断学习,尽快形成自己的高端消费产业和服务项目发展能力。国际消费中心还扮

政府管理创新

演了沟通国际市场和国内市场的中介角色,要通过国际消费中心建设,带动所在区域、其它地区消费中心的国际化;通过国际潮流引领,引入更多国际元素,加入更多创新内容,带动全国各级城市消费产业发展。

(六) 改革上的发展转型推动者

在改革方面,尤其是消费经济调整和体制改革方面,国际消费中心的定位是区域发展转型推动者。为推动共享发展,实现共同富裕,提振内需,我国当前需要由生产经济向消费经济转型,转型过程中涉及发展模式转变,政府工作方式转变,制度等公共品供给改变,需要进行一系列创新和改革。根据中国创新和改革的基本经验,首先进行区域试点,积累经验,再逐步推开。如同中国改革开放肇始于特区,当前中国确立国际消费中心试点城市也需要进一步改革开放。如果说改革开放初期的特区建设主要在生产领域创新和改革,那么可以说当前的国际消费中心建设集中在消费领域创新和改革。正如《指导意见》所提出,建设国际消费中心是为了统筹利用两个市场、两种资源,着力推进供给侧结构性改革。以规划引导、机制创新、标准对接、市场驱动、政策支持为重点,形成规则健全、统一开放、竞争有序、畅通高效的现代市场体系。要通过国际消费中心建设,先行先试,不断总结经验,推进我国消费层级不断升级,探索消费经济更高质量的发展之路;促进消费不断开放,更多由国内消费向国际消费转型。

四、中国国际消费中心城市的定位发展

定位是在一定体系、关系、场景中确定秩序,国际消费中心定位就是要确定国际消费中心在现有经济格局中的位置、所扮演的角色。明确了定位就明确了自身和周遭环境,对来自环境的挑战、机遇和自身的劣势、优势有清醒而深刻的洞察,从而使发展蓝图更清晰,前进思路更明确,更有利于各方

协作。通过科学定位,国际消费中心能够更好地推动区域消费经济发展,对整个国民经济产生全局影响,对国家经济、世界经济发挥中心、纽带、引领性作用。国际消费中心主要通过以下途径实现定位发展。

(一) 以层级定位推动消费经济升级发展

城市发展是区域经济发展的重要方式,生产经济如此,消费经济也如此。城市化发展是一个层级体系,首先是城乡层级。需要通过城市化发展,在城乡范围内聚集消费资源,打造优质消费项目,形成富有吸引力的消费场景,营造浓厚的消费氛围,让人们快乐消费、激情消费,获得更多的消费者剩余。通过消费的城市和乡村分层,实现了消费经济在城市和乡村的分层发展。其次是城市之间的层级划分。新的城市化发展内涵已经深化,更重要的是拓展了外延,由城市发展变成都市圈发展、城市群发展、副中心城市发展,^[12]在各个协作城市之间形成层级体系。以省域为例,省会处于最高层级,其次是地市,再次是县域,形成不同层级的消费中心。通过功能上不同层级统筹,内容上不同层级错开,消费中心间实现了协调发展和整体发展,从而推动中国消费经济总体升级发展。以湖南为例,既有长株潭城市群发展,又有十四五以来岳阳市和衡阳市两个新的省域副中心规划,从而促进了消费经济在五个大城市间的分层布局,一方面强化了长沙的消费极化作用,长沙经济在消费等产业促进下,总量迈入“万亿俱乐部”,文娱产业发展指数位居全国第七,成为我国首座获评“世界媒体艺术之都”的城市;连续13年获评“中国最具幸福感城市”,一度成为长沙名片的传统休闲产业,也在文化赋能下,在新消费的潮流中继续走红。另一方面带动了相关城市的消费发展,长沙市民借助便捷的城际交通,更多外出消费,湖南以长沙为中心的消费带正在形成,消费经济前景广阔。^[13]

（二）以政策定位推动消费经济全面发展

消费作为刺激经济需求的三驾马车，尽管一直以来受到宏观政策制定者的重视，在我国经济发展中发挥了重要作用，但一直以来其作用发挥得较为有限，这从我国的区域经济布局可以看出。当前，我国建设了很多外向型生产中心，许多城市，尤其是东部城市，设立了级别不等、规模不一的出口导向型开发区、产业集群，但较少从国家层面对消费中心作出发展布局。相比 20 世纪我国工业开发区在全国各地纷纷建立，我国消费中心直到 21 世纪的第二个十年才被渐渐提及，^[14] 而国家层面正式提出着手建设国际消费中心城市还是在《指导意见》发布后。中国国际消费中心建设迎来了前所未有的政策机遇，意味着将会有相关软硬件配套支持措施出台，如提升城市基础设施水平，完善公共交通、网络通信、停车场、公共厕所、卫生及安全等公共设施；优化消费软环境，提升市民文明素养，改善语言环境，探索建立符合国际惯例的快捷消费纠纷解决机制，建立完善综合咨询、智力支持等服务机制。从生产中心转向消费中心建设，从地方层面的规划、设想到国家层面的统筹、实施，意味着各地将以区域为单位，通过专门区划发展消费经济。消费中心发展和一般消费地发展，两者在政策重视度和建设力度上差别大，（国际）消费中心建设将使一个城市消费经济更专门、独立、系统地发展。此外，消费经济可以助力一些欠发达地区如某些中西部偏远地区、民族地区加快发展，这些地区远离工业发展中心区，投资建厂存在一定程度的先天弱势，以旅游为代表的消费服务却更有利于其发展。通过在京津冀、长三角、珠三角、成渝等经济圈试点国际消费中心城市，在全国范围内开展消费中心体系建设，既有中心，又有外围，中国消费经济全面发展格局、消费新发展格局有可能很快形成。

（三）以国际定位推动消费经济开放发展

在不断走向世界中心舞台的过程中，中国必须坚持改革开放。党的十九届五中全会将“坚

持深化改革开放”作为“十四五”时期经济社会发展必须遵循的原则，“改革开放迈出新步伐”也成为“十四五”时期经济社会发展主要目标之一。^[15] 党的二十届三中全会也作出了进一步全面深化改革、推进中国式现代化的一系列重要部署。要立足新发展阶段，坚持新发展理念，构建新发展格局，坚定不移进一步全面深化改革，坚定不移扩大对外开放。应该说，越是在发展遇到困难，国内外发展环境复杂时期，越不能放松改革开放，改革开放是中国经济发展的基本路子，也是消费经济发展的必由之路。在外向型生产发展取得巨大成就，建成世界工厂的背景下，中国一方面要总结改革开放的经验，更加坚定改革开放的决心，同时也要看到，我国生产经济的改革开放已经到达一定程度，制造业体系已经深度融入全球，生产制造领域改革开放的潜力在部分西方国家的对抗下受到一定制约，近年，华为等一批高科技工业企业国际化遭遇巨大阻力就是明证。由此，需要更多从消费经济领域找改革开放的新路子，推进消费经济开放式发展。要通过改善消费基础设施，营造消费经济更好的发展环境，吸引国际消费投资，引进国际消费项目，在开放中追求消费经济发展，在竞争中提高消费经济发展水平。坚持独立自主发展和国际协作相结合，基础创新、本土文化创意和先进技术引进、成功消费形式借鉴相结合，在兼容并蓄中发展中国消费文化，服务世界消费生活。《指导意见》提出，培育建设国际消费中心城市，带动一批大中城市提升国际化水平，加快消费转型升级，是推动经济高质量发展和新一轮高水平对外开放的重要举措。各试点城市要通过国际消费中心建设，带动所在区域消费城市外向化发展，加快形成一批专业化、特色化、区域性国际消费中心。

（四）以中心定位推动消费经济规模化发展

改革开放以来，消费对中国经济发挥了一定的促进作用，尤其 21 世纪以后，随着收入分配

改革,消费对经济的贡献越来越大。但与应有的潜力相比,我国消费经济仍远远发展不够,国家层面在21世纪第二个十年陆续发布了《关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》《关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的意见》《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》等系列文件,但这些文件的实施效果较为有限。尤其是在中美贸易进入对抗期后,生产制造出口遭遇一定阻力,释放消费潜力越来越成为经济发展迫切要求。值得说明的是,我国以往虽然强调发展消费,但主要运用收入调节、税收、利率、汇率等宏观政策工具作为主要调节措施,尽管有一定效果,但效果很有限,重要的表现是消费分散,层次不高,甚至国内的利好政策更促成了消费外流。消费外流是本国消费者在境内购买国外商品和服务,以及在境外进行消费的行为。相较于前者,后者不仅在消费对象层面上造成购买力的外流,也引起消费中附带的购买力的外流。^[16]可以说消费分散、层次低、外流等制约了中国消费经济发展。需要将消费分散转变为消费集聚,升级消费层次以释放高收入人群消费潜力,提高消费供给水平以促进消费回流,为此需要建设国际消费中心。国际消费中心是将一般消费、分散消费聚集,低层次消费向高层次消费升级,吸引国际、国内消费回流的重要载体。一地

只有通过国际消费中心建设才能实现消费从“小而散”向规模化发展,在规模化发展中深化区域和产业链分工,从而提高发展层次,进一步实现消费经济专业化发展。更通过层次升级和专业化发展,提高消费供给水平,从而吸引消费回流,同时更进一步吸引外国人来中国消费。

(五) 以消费定位推动经济消费共享转型

改革开放以来,在经济水平不高、收入有限,尤其面临巨大发展任务的背景下,重积累的生产经济发展模式有其必要。但在经济发展达到一定水平,温饱问题基本解决后,一方面,要通过生产和消费良性循环,既让人们的生产劳动价值得到实现,又享受到实实在在的劳动成果。以生产和消费为特征,生产和消费全面发展的经济才是更合乎一国内生性发展及人们高质量生产生活所需要的经济形式。要通过国际消费中心建设,补足我国消费发展的不足,为人们营造出专门的、切中需求的消费空间。另一方面消费不仅仅是享受生活,也是经济发展的手段,要通过国际消费中心建设,获取消费经济所能产生的财富,实现国民经济生产和消费齐发展、国际产品贸易和服务贸易齐发展、生产服务和消费服务齐发展。国际消费中心也因此能够成为国内大循环,国际国内双循环的重要驱动力量,在高质量发展中扮演重要角色,在活跃区域经济,促进共同富裕的同时,也要活跃区域消费,促进区域共享美好生活。

【参考文献】

- [1]习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[N].人民日报,2022-10-26.
- [2]中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要.中国政府网,http://www.gov.cn/xinwen/2021-03/14/content_5592884.htm.
- [3]商务部等14部门联合印发《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》(商运发〔2019〕309号).中国政府网,https://www.gov.cn/xinwen/2019-10/25/content_5444727.htm.
- [4]中国社会科学院语言研究所.现代汉语词典[M].北京:商务印书馆,2016:236-267.
- [5]周勇.消费中心定位及分类发展研究[J].浙江工商大学学报,2023(3).

- [6]王小广,梁雅楠,张晏玮.高质量发展阶段扩大消费的战略意义和实现路径[J].行政管理改革,2023(10).
- [7](美)迈克尔·波特.竞争战略[M].北京:中信出版社,2014:1-5.
- [8]张彩云,史琳琰,胡怀国.消费升级的影响因素及其内在机理:国际比较视野下的实证分析[J].当代经济管理,2021(11).
- [9]KONGSAMUT P, REBELO S, XIE D. Beyond Balanced Growth[J].Review of Economic Studies,2001(4).
- [10]刘胜,冯海波.税制结构与消费外溢:跨国证据[J].中国工业经济,2016(6).
- [11]NGAI L R, PISSARIDES C A. Structural Change in a Multisector Model of Growth[J]. American Economic Review,2007(1).
- [12]周勇.消费中心城市项目布局研究:分类、属性及途径[J].重庆理工大学学报(社会科学),2024(2).
- [13]刘麟,谢瑶.烟火气里的幸福长沙[N].经济日报,2021-12-10.
- [14]徐小东.西部区域性消费中心研究[D].西华大学,2013:1-32.
- [15]中国共产党第十九届中央委员会第五次全体会议公报.中国共产党新闻网,<http://cpc.people.com.cn/big5/n1/2020/1029/c64094-31911510.html>.
- [16]余红心,赵袁军,陈青祝.消费外流、结构失衡与经济发展[J].消费经济,2019(1).

责任编辑:陈 颢

Research on Strategic Positioning of China's International Consumption Center City Development

Zhou Yong

[Abstract] As a new policy measure in China in recent years, the construction of international consumption center city is not only new in concept and measure, but also new in concept and formulation, which requires concept discrimination and development orientation. International consumption center city has its construction background, the current international economy in China has made considerable achievements, but the expansion potential of production and manufacturing is limited, and further internationalization needs to rely on consumption. The international consumption center city has the macro positioning of being the organizer of the global consumption economic space in terms of target, the pioneer of high-end consumption in terms of location, the leader of consumption economy in terms of system, the global consumption highland in terms of level, the leader of international consumption trend in terms of innovation, and the promoter of consumption development and transformation in terms of reform. In the process of the construction of the consumption center, it is necessary to promote the upgrading and development of the consumer economy from the levels, to promote the comprehensive development of the consumer economy from the policy positioning, to promote the open development of the consumer economy from the international positioning, to promote the large-scale development of the consumer economy from the central positioning, and to promote the consumption sharing transformation of the economy from the consumption positioning.

[Key Words] International Consumption Center; Consumption Center Theory; Regional Positioning; New Development Pattern; Domestic Market Demand