消费之都如何练就？

上海为什么是一座国际消费之都？

上海市政府发布的一组亮眼数据可以说明一切。上海常住人口超过 2400 万，长三角城市群常住人口超过 1.5 亿，每年到上海来旅游的国内游客超过 3.5 亿次，国际游客也高达 900 万人次，可以毫不夸张地说，上海拥有最广阔的消费市场。

目前，上海的人均 GDP 已经超过 2 万美元，社会消费品零售总额稳居全国城市首位，消费对经济增长的贡献度超过 60%，两届进博会累计意向成交总金额达到 1290 亿美元！在上海，主要电商直播平台的用户数量居全国第一，上海早已成为新零售的“策源地”和“竞技场”，新业态、新模式纷纷涌现，“在线新经济”领军企业茁壮成长。夜生活指数全国第一，品牌便利店达到 6200 家；新天地、安义夜巷等地标性夜生活集聚区彰显国际范、上海味、时尚潮，而这一切，让上海拥有了最强劲的消费活力。

此外，上海还拥有最齐全的消费品牌，国际零售商集聚度位居全球城市第二，世界知名高端品牌集聚度超过 90%，上海口岸的服装、化妆品、汽车进口额度分别占全国的 70%、53% 和 40%。上海更是国产品牌的集聚高地，拥有中华老字号企业 180 家，居全国首位。

上海一直有东方巴黎之称。事实上，上海的确也是全球最前沿的消费时尚之都。仅仅在 2019 年，在上海开业的品牌首店就达到了 986 家，上海拥有的品牌首店、旗舰店数量居全国第一；世界顶级的时尚演出、赛事活动也是接踵而至，在上海观看一场国际顶级赛事，已经成为很多人生活中一部分。去 F1 中国大奖赛听赛车的轰鸣，去环球马术冠军赛赏骏马奔腾，抑或是去 ATP1000 大师赛看网坛英雄过招……一整年的赛事大餐让人充满期待。

正如上海交通大学上海高级金融学院陈歆磊教授所言，一座消费城市，不仅仅是让人单纯地买买买，而是要提供吃、住、行、游等一系列消费体验。其中，消费环境至关重要。和其他知名的国际消费之都相比，上海的航空旅客吞吐量排名全球第四，邮轮母港位居亚洲第一，轨道交通极其便利，通行里程超过 700 公里，全市的离境退税商店有近 400 家，智能快递柜超过 3 万组……“这些便利条件，很容易让上海成为吸引人们前来消费体验的国际化大都市。”

打响“上海购物”品牌

早在 2018 年，上海市商务委牵头研究制定了《全力打响“上海购物”品牌加快国际消费城市建设三年行动计划 (2018–2020 年)》，该计划的总体目标是：将上海打造成为面向全球的消费市场，形成与卓越的全球城市定位相匹配的商业文明，建成具有全球影响力的国际消费城市。

经济高度发达的卓越全球城市往往都是国际消费大都市。而上海原本就是一座因商而兴的城市，商业文明是这座城市优质的基因之一，全力打响“上海购物”品牌有着得天独厚的基础条件。作为中国经济重镇，上海在经济转型和消费拉动方面处于领先地位，近几年上海经济已经从工业经济向服务业经济转型，第三产业在经济中的比重逐渐提升，其消费升级已经有所显现。

通过全力打响“上海购物”品牌，上海将进一步提升消费

上海市民骑着共享单车游览武康路网红景点。摄影 / 刘歆