



普华永道



投资海南  
我们为企业跑  
WE RUN FOR YOUR BUSINESS

# 中国新型消费城市 发展洞察报告



# 目录

<b>前言</b>	<b>02</b>
<b>第一章 新型消费时代应运而生</b>	<b>03</b>
1.1 政策引领消费转型	04
1.2 市场驱动消费迭代	05
1.3 新型消费的时代特征	07
<b>第二章 新型消费城市发展观察</b>	<b>08</b>
2.1 国际消费中心城市方兴未艾	09
2.2 特色新型消费城市崭露头角	11
2.3 新型消费城市的路径探索	16
<b>第三章 新型消费城市场景营造</b>	<b>17</b>
3.1 特色城市谋划促动场景出新	18
3.2 多元场景建设激发消费内力	19
3.3 新型消费场景的打造趋势	24
<b>第四章 新型消费的海南实践</b>	<b>25</b>
4.1 海南积极推动新型消费培育	26
4.2 海南省培育新型消费亮点	28
<b>第五章 新型消费发展策略建议</b>	<b>32</b>
5.1 依托城市构建新型消费发展环境	34
5.2 借力场景打造新型消费活力平台	36
5.3 新型消费的未来展望	38

# 前言

消费是城市经济增长的重要引擎。自2021年我国提出建设“国际消费中心城市”以来，各大城市积极探索，通过一系列政策和行动响应国家对于消费中心城市的建设要求，强化消费对于经济“双循环”以及城市高质量发展的支柱作用。

随着经济全球化持续推进、科技日益革新以及经济格局演进，我们的消费环境也面临着日新月异的变化，“新型消费”时代已经到来。新浪潮下，不同城市基于其自身禀赋特征，通过多元化的政策引导和场景建设，逐步形成了一批个性鲜明、特色各异的“新型消费城市”，为未来消费持续迭代升级提供了优质的土壤。

普华永道会同海南国际经济发展局发布《中国新型城市发展洞察报告》。本报告对国际消费中心城市的发展历程及进行回顾，对各类“新型消费城市”及新型消费场景进行识别、归纳，并对我国各城市在新消费时代下建设“新型消费城市”提出思考和建议。



# ● 第一章

## 新型消费时代应运而生



## 1.1 政策引领消费转型

新经济环境带来新消费格局。国家层面积极应对，通过出台新政策、提出新理念等举措引导传统消费向新型消费转型升级。

### （1）政策指引 — 新时代下消费是经济增长的主引擎

“十四五”以来，消费议题始终是国家关注的重点。国家多个部委陆续发布多项扩大内需、促进消费的政策，并通过制定发展目标、建立规划格局、践行发展策略，推动新型消费扩容提质，带动经济增长。



#### 多部门联合发布：《加快培育新型消费实施方案》

2021年3月22日《加快培育新型消费实施方案》：支持新型消费发展，对保障居民日常生活需要、全面促进消费、培育完整内需体系和构建新发展格局。

**发展目标：**全面促进消费 + 构建完整的内需体系



#### 商务部：《“十四五”商务发展规划》

2021年6月30日，商务部《“十四五”商务发展规划》：培育若干综合性国际消费中心城市，形成一批辐射周边国家和地区的特色化区域性国际消费中心城市。

**规划格局：**综合性国际消费中心城市 + 特色区域性国际消费中心城市



#### 发改委：《关于恢复和扩大消费的措施》

2023年7月28日《关于恢复和扩大消费的措施》：培育多层次消费中心，增强消费能力，改善消费条件，创新消费场景，丰富消费体验。

**培育方式：**创新消费场景 + 丰富消费体验

### （2）理念引领 — 新时代的新质生产力带来消费新动力



发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点，必须继续做好创新这篇大文章，推动新质生产力加快发展。

——习近平

经济时代的新质生产力是以数字化、网络化、智能化的新技术为支撑，以科技创新为核心驱动力，以深化高技术应用为主要特征，具有广泛的渗透性和融合性的生产力形态。

发展新质生产力，需进一步形成与之相适应的新型生产关系，**提供新产品、新技术，培育壮大新业态、新模式，加快发展新型消费。**

——《发改委：国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》

## 1.2 市场驱动消费迭代

随着全球经济结构的调整和数字技术、人工智能等科技的快速发展，消费需求和消费模式正在发生深刻的变化，这促动着新型消费业态和场景创新，为经济发展注入新动能。

### (1) 消费主体和场景迭代

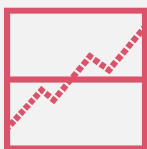
一方面，**消费主体代际更迭**。社会的快速发展和人口结构的变化使得消费主体逐渐年轻化。他们的消费行为、观念和习惯都深受科技飞速进步的影响，消费时更注重数字化技术、个性化特色、即时满足体验以及环保可持续等属性。

另一方面，**消费场景代际更迭**。随着互联网、大数据的发展，科技创新和数字化逐步向消费场景赋能，推动科技、文化、艺术等因素综合构筑的多元商业场景的应用与普及。多元化的消费场景带来了更为广阔的消费市场。

### (2) 消费理念和需求转变

近年来，受宏观经济环境波动较大的影响，整体消费市场开始呈现“K”形分化趋势：消费能力降级的同时出现消费理念的升级。消费者更加理性和谨慎，关注商品和服务的性价比；同时会更关注自身的精神体验及情感需求，追求小众化和个性化。

1



消费意愿增长

2



更理性、个性的消费者

3



线上份额持续上升

4



健康服务需求巨大

5



出游影响非必需品支出

6

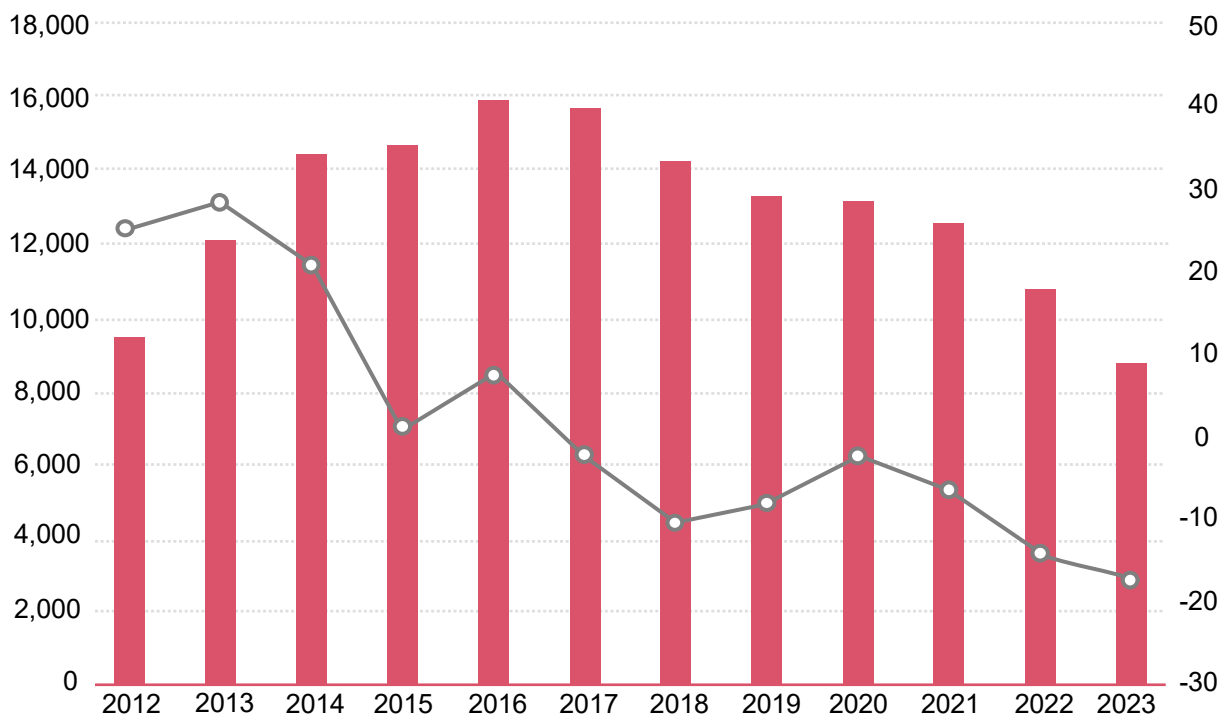


旅行业态逐渐恢复

### (3) 消费载体建设进入存量时代

城市商业地产为城市消费的主要载体。2023年商业地产开发投资完成额同比降幅为14.6%，整体呈现持续下降态势。商业载体市场的投资额和开发量均出现持续缩减态势，增长速度显著放缓。随着城市商业载体建设的整体转变，消费市场也在一定程度上从增量时代逐步迈向存量时代，呈现出新的发展趋势。

2012-2023全国商业营业用房开发投资情况（单位：亿元、%）



■ 全国商业营业用房累计开发投资完成额(左轴)    ○ 全国商业营业用房累计同比开发投资完成额(右轴)

数据来源：国家统计局。普华永道整理



## 1.3 新型消费的时代特征

随着消费代际不断更迭、消费市场“K”形分化以及消费载体建设进入存量时代的发展趋势，新型消费成为拉动经济增长的新引擎、新抓手。由“自上而下”的政策指引及“自下而上”的市场自发行为均可以看出：新型消费表现在技术水平提高、消费理念和消费意愿的变革、品牌吸引力增强以及消费环境的改善等多个维度。

基于对新型消费城市的观察，我们归纳了**新型消费在4个层面的7个典型特征**：在技术层面，以科技创新为驱动；在体验层面，提供一站式和交互式消费体验；在品牌层面，打造地域特色IP、促进IP跨界融合；在理念层面，实现经济及生态的可持续发展。

新型消费依托技术基础、特色体验、文化品牌和可持续发展理念，在消费产品、消费渠道、消费体验方面展现出更加智慧化、个性化和绿色化的特征。



我们认为，国际消费中心城市打造了新型消费的生态系统，推动消费市场的升级和发展，以点带面形成一批特色新型消费城市；而新型消费场景作为消费的表现载体，进一步反映和凸显城市消费理念的革新和先进技术的发展水平，从消费中心城市自上而下、植根蔓延至不同能级的其他城市。需从“城市”和“场景”两方面出发，研究新型消费的具体表现形式，抓准新型消费的核心驱动力，推动新型消费蓬勃发展，持续激发消费活力。





## ● 第二章

# 新型消费城市发展观察

## 2.1 国际消费中心城市方兴未艾

国际消费中心城市是消费资源的聚集地，同时也是推动“形成国内大循环为主体、国内国际双循环新发展格局”的重要承载区。在新型消费时代来临的大背景下，中国国际消费中心城市的建设将继续影响全球的消费格局并持续发挥消费带动的辐射作用。

### (1) 建设历程

- 2016** 国务院办公厅发布《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》提出“积极培育国际消费中心城市”。
- 2019** 2019年初，商务部提出开展“国际消费中心城市”建设试点，各城市迅速响应。同年，商务部等14部门联合印发了《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》。
- 2021** 2021年7月19日，经国务院批准，上海市、北京市、广州市、天津市、重庆市率先开展国际消费中心城市培育建设。
- 2023** 2023年7月-8月，首批试点城市陆续发布国际消费中心城市两周年成绩单，社会零售及外贸总额增速显著。同年11月，浙江省发改委公布第一批省级新型消费城市建设试点名单。

**5.9%**

截至第七次人口普查，5个国际消费中心城市人口全国占比。

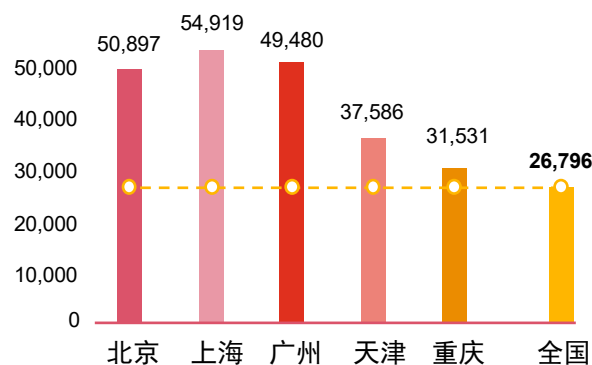
**13.8%**

2023年首批5个国际消费中心城市社会零售总额全国占比。

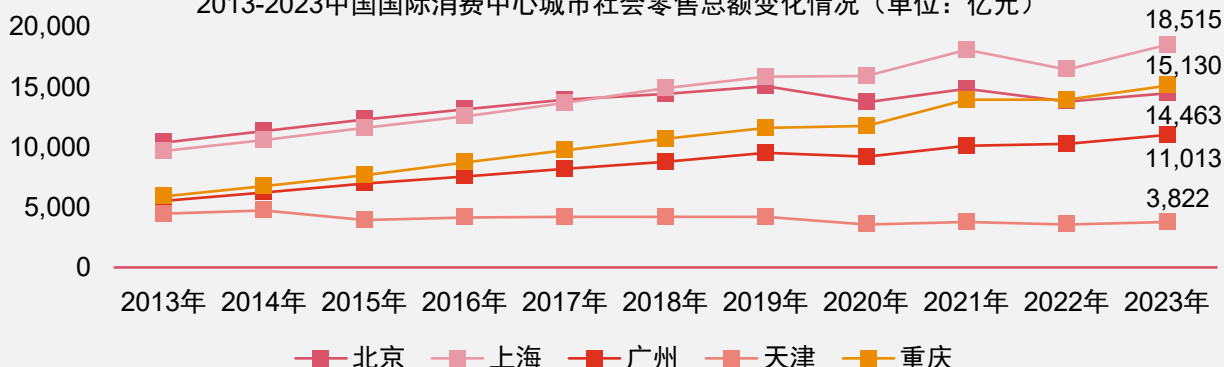
**25.1%**

2023年首批5个国际消费中心城市外贸进出口总额全国占比。

2023年城镇居民人均消费性支出情况（单位：元）



2013-2023中国国际消费中心城市社会零售总额变化情况（单位：亿元）



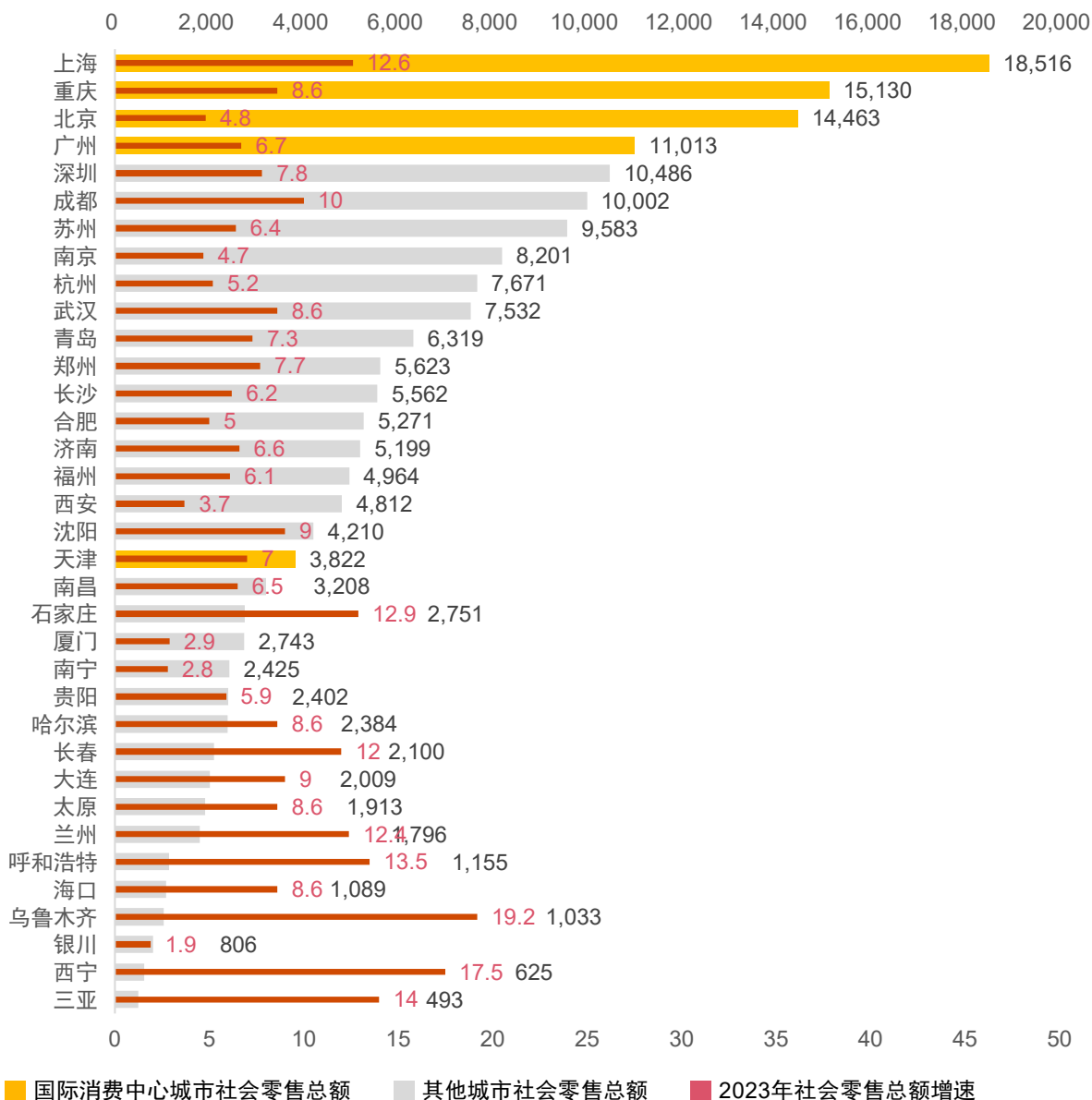
数据来源：国家统计局。普华永道整理

## (2) 建设趋势

根据《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》，首批5个综合性国际消费中心城市的职能除了提升聚焦自身消费能级，还包括持续带动形成一批专业化、特色化、区域性消费中心城市。

跟随首批5个城市的脚步，深圳、成都、西安、苏州、武汉等相继出台消费中心城市行动计划或建设实施方案，消费城市的建设蔚然成势。

2023年全国部分主要城市社会零售总额及近增速（单位：亿元、%）



数据来源：国家统计局。普华永道整理

我们认为，除首批国际性消费中心城市外，一批区域性消费城市正在快速崛起，这些城市率先以特色化消费破圈，将自己打造成为“特色新型消费城市”，与国际消费中心城市共同构建了中国新型消费城市格局。

## 2.2 特色新型消费城市崭露头角



### (1) 新技术引领型

根据新型消费的典型特征，特色新型消费城市有以下几种主要类型：新技术引领型、新体验驱动型、新IP打造型、可持续领航型。



#### 1. 数字文旅消费 — 深圳

##### 数字文旅全产业链生态圈

##### □ 消费政策助推数字文旅产业发展

2021年，深圳出台《关于促进消费扩容提质创造消费新需求的行动方案（2021-2023年）》，提出聚焦“数字文旅”新业态，鼓励发展基于5G、虚拟现实、人工智能等技术的体验型旅游项目，激发文旅消费活力。

##### □ 会展活动搭建数字文旅生态链条

2022年，深圳首次举办深圳国际数字文旅展览会，为数字文旅产业上下链条搭建互通平台，为数字文旅消费奠基，打造数字文旅全产业链生态圈。



#### 2. 智慧城市消费 — 南京

##### 商业数字化转型、智慧商圈打造

##### □ 推动商业数字化转型

2021年，南京市政府印发《南京市“十四五”数字经济发展规划》，旨在推动商业数字化转型，满足新型消费需求，促进商业的流通创新，实现数实融合。

##### □ 建设全国示范智慧商圈

在商务部建设全国示范智慧商圈的指引下，南京已培育新街口商圈、金鹰国际南京购物中心等多个业态融合互补、设施智能高效的数字商圈和数字商店。



## (2) 新体验驱动型



### 1. 冰雪消费 — 哈尔滨

#### 冰雪经济全产业链发展

#### □ 建设基础设施，打造冰雪消费载体

打造多个将冰雪文化与创意设计深度融合的实验平台，改造升级20余条冰雪文化创意设计街区，推出百余项冰雪竞技活动，提供地域载体独有的消费体验。

#### □ 推广特色文化，开展冰雪消费展演

哈尔滨将当地特色文化注入冰雪旅游节点。黑龙江省歌舞剧院、哈尔滨芭蕾舞团等艺术团体走进哈尔滨中央大街、冰雪大世界等景区演出，增强特色文化消费体验。



### 2. 特色餐饮消费 — 淄博、天水

#### “淄博烧烤”、“天水麻辣烫”

#### □ 增加产业投资，创造消费场景

推出一批“淄博烧烤”特色文旅主题产品和活动，打造“一市品牌”。创新开展“烧烤”推介活动、特色活动2000余场；年度投资84.01亿元、79个重点文旅项目。

#### □ 提升承载能力，优化消费环境

加开24列从济南至淄博间的周末往返“烧烤专列”；开放机关单位停车场和厕所，增强客流承载能力，打造形成“善感知、会思考、有温度”的新型城市服务体系。

2024年，甘肃天水麻辣烫复刻淄博烧烤的现象级热度，推出天水原产生态食材、打造公交专线，在产品形式和消费场景方面创新，打造新一代美食之城。





### 3. 赛演消费 — 杭州、成都

“体育赛事之城”、“世界赛事名城”

“亚运经济”伴随着杭州亚运会的到来悄然兴起。截至2023年10月7日，亚运会票务收入突破6亿元，特许商品销售额达7.6亿元，创造了赛演直接经济收入的历史记录。

杭州持续放大亚运红利的溢出效应，积极申办、承办多类型赛事，提升体育产业各链条的生产和消费水平，突出消费优势，打造“体育赛事”之城。2023年，杭州已成功举办多个国际性、全国性体育赛事；未来，杭州将举办国际A类体育赛事3项以上，每年举办国际国内高等级赛事6项以上、杭州市知名品牌赛事10项以上，推动赛演消费的蓬勃发展。

#### 国际性赛事

2023年10月22日-29日  
国际女子网球巡回赛

19个参赛国家和地区  
近100名参赛运动员

2023年11月5日  
环千岛湖国际公路自行车赛

近4500名参赛选手

2023年12月13日-17日  
世界羽联世界巡回赛总决赛

75场比赛，64名参赛运动员  
9.3万人次观众

2023年12月13日-17日  
国际排联女排世俱杯

10场比赛，6支参赛俱乐部

#### 全国性赛事

2023年5月7日  
杭州女子半程马拉松

超8000名参赛选手

2023年5月21日  
千岛湖公开水域游泳公开赛

171支参赛队伍  
近3500名参赛选手

2023年12月3日  
中国·千岛湖马拉松

近万名参赛选手

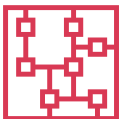
2023年12月27日-30日  
全国赛艇秋季冠军赛

11支参赛队伍  
近200名参赛选手

成都第31届世界大学生夏季运动会也为成都带来较高能级的赛事效应。大运期间，观众观赛以及直接带动购物、交通、住宿、餐饮等衍生消费超过10亿元；前往成都的国际机票预订量，与去年同期相比增长近10倍。以体育赛事经济聚集人气带动消费，有效提升成都作为特色新型消费城市的影响力。

成都坚持办赛、营城、兴业、惠民理念，编制《成都市体育赛事体系规划(2021—2035年)》指导成都赛事体系发展。近期，世界园艺博览会、世界运动会、羽毛球汤尤杯等国际性会赛将相继在成都召开，助力成都进一步建设“世界赛事名城”。

### (3) 新IP打造型



#### 1. 文化IP消费 — 大理

“下关风，上关花，苍山雪，洱海月”

##### □ 开发主题旅游场景

大理市政府在“风花雪月”四个旅游景点推出城市上下千年的“人文、历史、文化”等数字化应用基地，不断开发沉浸式IP旅游场景。

##### □ 推出品牌IP文创产品

发布原创动漫《苍山小册子》，宣传大理民族文化和生物多样性自然环境生态保护；推出“风花雪月”品牌特调酒水饮料；同时，与知名歌手、作家联名合作唱片、书籍，旨在合作共赢。



#### 2. 跨界IP消费 — 西安

“长安三万里”——“西安不夜城”

##### □ 增强消费互动体验，打造地域特色产品

西安打造大唐不夜城元宇宙空间，利用传统文化结合现代科技、地域特色环境结合数字化电影人物的表现形式，提供沉浸式、交互式的消费体验。

##### □ 深度挖掘IP价值，拓展文化消费场景

西安曲江新区和《长安三万里》电影出品方联名推出6条IP同款暑期研学线路，举办大唐不夜城巡回演出。未来，西安将基于对跨界合作IP的深度挖掘，不断创新消费渠道和场景。



## (4) 可持续领航型

可持续领航型消费城市指推动经济发展的同时注重社会责任和经济效益平衡，倡导绿色生产和消费，致力于长期可持续发展的城市。



### 1. 低碳消费 — 苏州

实施低碳政策、焕新产业业态

#### □ 实施低碳政策，倡导绿色消费

苏州市政府编制出台《做好碳达峰碳中和工作的实施意见》和《苏州市碳达峰实施方案》，倡导绿色消费和绿色低碳生活方式，推动形成崇尚低碳的良好社会氛围。

#### □ 焕新消费载体，打造绿色商场

苏州昆城广场、苏州中心商场分别获得LEED铂金级、金级绿色建筑认证；苏州繁花中心商业体、苏州吴江万象汇获评商务部“绿色商场”，打造苏州绿色消费载体。



### 2. 绿色产品消费 — 呼和浩特

供给绿色产品、促进生态发展

#### □ 供给绿色产品，构建绿色消费模式

2021年中国国际生态竞争力峰会中，呼和浩特获得“中国最具生态竞争力城市”称号。长期以来，呼和浩特以“生态优先、绿色发展”为城市战略定位，全力推动发展绿色消费模式，供给绿色产品。

#### □ 搭建交流平台，促进绿色消费发展

2023年7月15日，呼和浩特召开中蒙2023绿色餐饮消费论坛，围绕绿色农畜产品展示展销、采购对接、专项行动进行合作交流，进一步依托绿色产品搭建对外文化交流合作的新平台。





## 2.3 新型消费的城市路径探索



在消费提质升级、业态创新更迭的市场趋势和政府加快促进国际消费中心城市建设的时代背景下，部分城市结合自身优势，挖掘消费新业态、创新消费新模式、打造城市新名片，撬动城市发展新机遇。从前期的城市特色挖掘、推广宣传到中后期政策出台引导、特色场景打造等措施来看，特色新型消费城市总体采用了“品牌先行推广、政策引导保障”的发展策略组合，提升城市文化软实力和消费吸引力。

基于对以上多个特色新型消费城市的发展现状和发展策略进行观察,我们认为特色新型消费城市有如下发展趋势:

### 1. 多元产业挖掘，特色体验推广

立足于本土特色，根据自然和人文特征进行消费场景打造，构建地标性、特色化的消费空间和载体；同时，提供多元化、差异化的消费产品，培育壮大地域特色产业优势。

### 2. 城市品牌提质，地域场景打造

致力于打造城市品牌，推广城市地域风情，输出城市文化意识，将自然景观和人文理念导入文旅服务，推出一系列IP文创产品和艺术作品，打响“城市品牌”。

### 3. 前沿技术助力，政策支持引导

持续以技术创新为内生动力，辅以政策的引导支持，构建智慧化、数字化消费场景；消费便利度和自由度不断提升，消费激励机制和监管体系不断完善。

### 4. 扩大对外开放，绿色创新发展

积极参与各行业端口的国际合作，强化国际战略布局，导入国际化项目和资本，提高城市外来引力，促进消费经济和生态环境的循环可持续。



## ● 第三章

# 新型消费城市市场营造



## 3.1 特色城市谋划促动场景出新



总体来看，除了5个首批国际消费中心城市已明确提出加大力度建设新型特色的消费场景，深圳、成都、西安、武汉、杭州等特色新型消费城市也相继发布了相关行动方案，**新型消费场景与新型消费城市**的建设并驾齐驱，并取得了一定成效。

部分特色新型消费城市已发布的新型消费场景建设策略

<b>深圳</b>	<b>构建多元新场域</b>	<b>南京</b>	<b>聚焦六大消费场景</b>
推进城市更新、升级消费基础设施，不断匹配新业态新场景、培育壮大新型消费。		聚焦美食、住宿、畅行、乐游、嗨购、潮玩六大场景，满足多层次多样化的消费需求。	
<b>成都</b>	<b>实施消费新场景塑造工程</b>	<b>杭州</b>	<b>打造消费“元宇宙”</b>
发布全国首个消费场景营建导则，确定“8个示范+10个特色”消费新场景，城市满覆盖。		线下产品、商圈消费场景等复刻线上，实现线下与线上全年无间断的“元宇宙”体验。	
<b>武汉</b>	<b>培育“数字+消费”新场景</b>	<b>西安</b>	<b>多元化业态融合文旅新场景</b>
推进新零售之城建设，加快实体商业数字化升级，支持智能化改造，培育智慧零售。		培育“三都四城”城市品牌，打造彰显中华文明的历史文化之都，拓展国际文化消费。	
<b>济南</b>	<b>创新消费场景 乐享数字生活</b>	<b>长沙</b>	<b>着力打造夜间消费场景</b>
推出35个数字场景，聚焦文化旅游、社区服务、智慧教育、智慧商业等多个方面。		释放夜间消费潜力，探索夜间经济发展长效机制，鼓励打造一批富有特色的夜间消费场景。	

.....

国际消费中心城市及新型消费城市在结合各自独特资源和优势的基础上，已然开始对新型消费场景进行的积极探索。我们总结出如下具有典型特征的新型消费场景：



## 3.2 多元场景建设激发消费内力



### (1) 传统革新型

#### 生态式消费场景——体验突破，从“购物盒子”到“城市森林”

商业体通过融入生态理念，将传统的盒子式购物中心蜕变为“城市自然共同体”，创造出人与自然、商业无界交融的体验式奇妙空间。

##### □ 共生交融的新奇体验

通过模糊商业和自然的边界，结合水景、光影效果等，营造置身于绿植森林中购物的梦幻氛围。每一个季节，植物元素都呈现出不同的色彩与场景。创造人与自然、商业可以无界交融的体验式奇妙空间。

##### □ 场景破界的多元营造

商业体不乏多样化的主题空间，而绿色情景的引入，恰好满足了人们对自然与舒适的精神追求。这种设计顺应了“情绪驱动行为”的心理规律，通过营造轻松愉悦的氛围，引导消费者自然地产生消费行为。



#### 策展式消费场景——空间突围，从“老派商场”到“青年磁场”



通过商业理念的革新及内部空间的颠覆设计，上海、北京、成都等城市出现了一批新潮活力的策展零售型消费场景，成为新热门打卡地。

##### □ 大胆潮流的先锋定位

策展式消费场景聚焦关注本地新兴、内容独特且具有影响力的品牌机构与个人，偏向潮流服饰精品、创意餐饮等业态，将“青年偏好”和“潮流文化”作为定位，凸显传递独特生活态度和先锋潮流理念的消费体验。

##### □ 策展零售的空间体验

策展式消费场景的核心在于对内部空间交互体验的突破设计。精心打造的策展空间，专为潮流企划与活动而设，旨在持续输出潮流文化，使“年轻力”成为真正具有实质意义的舞台空间，带来沉浸式的潮流体验。

## (2) 社区生活型

### 社区集合式消费场景——可居可游可玩，美好生活的消费引力



社区商业综合体近年开始兴起，通过小体量商业与社区公共服务配套的结合，满足居民家庭的日常生活消费，成为社区居民的乐享会客厅。

#### □ 公共配套服务升级

新的社区集合式消费场景在保持社区商业的服务属性之上，通过优化生活服务与商品零售的业态配比，满足社区居民对高品质生活配套设施的需求，打造美好生活的社区新型消费场景，成为社群情感的连接点。

#### □ 注重全龄业态配比

社区商业综合体整体以儿童和家庭为核心人群构建生活型业态，设计之初充分考虑打造儿童跑道、社区运动场等特定人群设施，加大家庭互动与课外教育的类型占比，将社区商业生活消费场景的欢聚力具体落地。

### 烟火街坊式消费场景——街景氛围营造，生活魅力的沉浸消费

随着城市更新和社区改造，众多市井街道重新亮相，完成了从“脏乱差”到“新地标”的改变，成为周边居民时尚都市生活的共享街区。

#### □ 延续老街烟火气息

通过对老旧街坊气质的深入理解，结合功能业态、街景立面、服务设施的全面升级，将社区活力转化为城市活力，成为城市特质与大众同频的沉浸之地，打造极具生活、个性的生活体验式消费场景。

#### □ 积极反馈社群所需

街区作为生活的第一场景，社群的消费需求在街区业态上得到快速反应。如北京望京小街的美食业态充分考虑到附近大量的涉外企业及员工，同时持续打造国际化的体验活动，创造回应人群多样性的消费场景。



### (3) 交通导向型

#### 交通枢纽消费场景——城市新地标，交通枢纽站城融合全能体

依托各交通枢纽如地铁、高铁、机场、港口等打造的商业综合体已成为站城融合发展的主要模式，逐渐成为城市的新商业地标。

##### □ 巨大交通流量的消费转化

交通枢纽商业是基于大交通流量向大商业流量的转化，优势在于其重要的地理位置和稳定的客流来源。交通枢纽型消费场景正成为城市消费的新增长点，通过消费能级的提升将单一功能的枢纽拓展为城市消费新区域。

##### □ 消费引力辐射的边界探索

交通枢纽便捷出行的特性，使其消费引力的辐射范围远超传统商业。如SKYCITY航天城依托香港机场，5小时内飞抵全球半数人口居住地，一小时内无缝衔接大湾区的十余个城市，使城际乃至国际消费场景成为可能。



#### 移动体验消费场景——公交新应用，超强体验感的移动式消费



通过对公交车内部少量的改装和布置，使其成为可以穿梭在城市之间的移动“主题包间”，这种“公交+”体验类消费场景成为近年来出现的亮眼风景。

##### □ 新场景应用，城市漫游的极佳载体

城市的消费空间以往是固定的，而主题巴士所创新的消费场景优势在于其可移动性，如“火锅巴士”穿梭在街道之间，增强了消费体验的沉浸感，通过与餐饮内容充分联动，是充满城市个性特质的消费玩法升级。

##### □ 新产品融合，空间载体的奇妙跨界

主题巴士作为一种创新的消费场景，满足了城市文化展示、消费跨界融合等多重需要，将城市景观、市井烟火等难以量化的公共属性资源巧妙融入在自身消费产品的内容当中，实现体验升维和多方共赢。

## （4）户外游憩型

### 公园式消费场景——模式进阶，城市公园场景的消费进化



新建商业体不再局限传统的空间范式，主动寻求融入城市的绿地公园之中，激活自身商业活力的同时重塑城市公共空间魅力。

#### □ 绿色共生，商业空间融入城市绿地

公园式消费场景主动承续城市绿地功能，使市民休憩生活的需求融入其中，与城市和公众搭建情感链接，实现传统商业空间转变为城市客厅的场景突围，创造出具有松弛体验感的消费场景。

#### □ 艺术共融，公园消费场景内涵蜕变

除了注重消费气质和自然美学，公园式消费场景更加在意与潮流艺术的结合，来提升整个公共空间的丰富程度，通过艺术概念和装置点缀场地，使公园式消费场景的内涵具备了艺术性、先锋性。

### 田园式消费场景——归园田居，返璞自然郊野的消费图景

田园综合体本是集农业、旅游、社区为一体的综合性乡村发展模式，其丰富多元的自然体验成了城市郊野消费的热门去处。

#### □ 场景多变，潜力巨大的田园消费

田园综合体近年来成为都市客群微型度假消费的热门选择，通过挖掘主题乐园、产业研学、新型住宿、风味餐饮、主题活动、IP文创等多元要素，可以容纳多种特色的户外体验活动，创新丰富多变的消费内容。

#### □ 未来可期，政策端的多重利好

从未来趋势看，田园综合体具有充足的发展潜力。一方面户外消费市场规模近年来保持强劲增长，田园休闲市场潜力大；另一方面，田园综合体是推动乡村振兴的有效载体之一，符合宏观政策导向，未来可期。



## (5) 市集创意型

### 主理人模式消费场景——特立独行，消费理念的后现代主义

主理人模式的核心在于主理人的个人魅力和专业能力，他们负责策划、推广和销售与该领域或品牌相关的产品或服务，逐渐成为一种创新且富有潜力的消费场景。

#### □ “人格化”的品牌社区

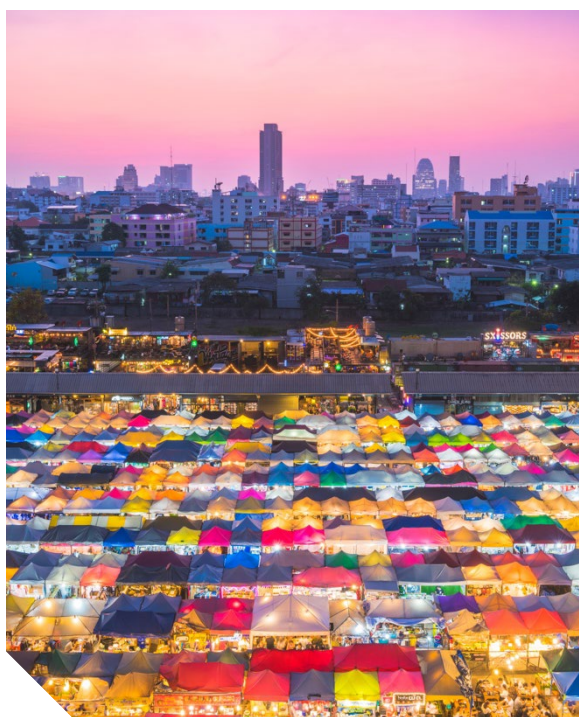
主理人模式的侧重点之一在于打造“人格化”的品牌社区，一定程度上抛弃了品牌、效率与效益的追求，保证自有品牌呈现的独特调性，重视氛围的构建，与传统商业不同，更偏向探讨理想化商业社区的价值共识。

#### □ “被吸引”的消费场景

主理人模式的吸引力源自于不刻意迎合的业态价值构建，更关注自身个性和审美的表达，换言之是消费场景在选择消费对象。在传统消费场景“以物换物”的基础上，进而衍生出了“情绪交换”的附加价值。



### 市集型消费场景——地摊市集，品牌反差的跨界联名



随着地摊经济的火热，大品牌开始下沉市集类的消费场景，通过品牌和场景的巨大反差联名，频繁引发现象级的传播反响。

#### □ 生活场景的意外破圈

地摊市集，这类日常的生活场景，近年来受到各大知名品牌关注，一些专注创意潮流的新兴市集厂牌热度高涨，传统商业名品与其联名合作，摆起亲民、充满烟火气的地摊，使得日常的消费场景迸射出新的活力。

#### □ 品牌反差的跨界联名

除近年大牌与大众市井联动的系列快闪活动大量涌现，如某知名咖啡连锁品牌和头部酒品牌的联动也使消费者对跨界联名的接受程度越来越高。随着更多品牌的联动，将有更多意想不到的消费场景迸发呈现。



## 3.3 新型消费场景的打造趋势



基于对各类代表性新型消费场景的观察，我们认为未来新型消费场景有如下发展趋势：

### 1. 消费细化加速场景涌现

更加细分消费群体产生更多个性的需求和偏好，基于群体细分而出现的新型消费场景具有明显的社交属性，个体通过网络汇聚形成社群，集体消费需求被放大，进而演变成对消费场景的诉求。在未来，更多小众偏好被看到，新型消费场景势将鉴机识变，拥有更多可能。

### 2. 技术革新拓宽场景边界

数字技术可以改变消费行为、重塑消费模式、提升消费体验，甚至也可以成为消费内容本身。随着虚拟现实等技术的广泛落地，消费场景的实体空间边将被进一步打破，由新消费场景萌生的特定消费产品，由特定消费产品反哺的新消费场景，使得消费模式进入下一阶段的良性循环。

### 3. 产品融合促进场景迭代

过往消费产品需求潜力多围绕在自身层面的挖掘，而“火锅巴士”、“电音巴士”等的出现，启示消费产品在跨界联动可能性上的思考。现有消费产品的形式结合另有载体的功能，促使新型消费场景的产生，不同的组合方式也促使消费场景的动态更迭。

### 4. 理念变革赋予场景新意

消费理念的变化影响消费行为的选择，如可持续绿色消费、悦己消费、健康消费、“不从众”、“个性化”等等新消费理念的共同趋势是使消费的情绪价值不断提升，未来消费理念的变革将持续赋予消费场景新的内容与精神内涵。

我们认为，新型消费场景是新型消费城市的核心内容支撑。“场景”与“城市”均是新型消费时代的具体呈现，在建设上应齐头并进。把握新型消费趋势，建设新型消费场景，持续点燃城市消费活力。

## ● 第四章

# 新型消费的海南实践



## 4.1 海南积极推动新型消费培育



海南省作为中国最大的经济特区，具备拥有超大规模国内市场和腹地经济的独特优势，身居中国对外开放重要通道的战略地位。海南自由贸易港的建设为消费发展提供了广阔的发展空间。通过实施“零关税、低税率、简税制”和“贸易投资自由化便利化”为核心的政策吸引了大量国内外企业投资，促进了消费市场的繁荣；同时离岛免税政策促进了奢侈品消费、国际医疗消费、会展消费的迅速崛起。2023年，海南全省地区生产总值增长9.2%，社会消费品零售总额增长10.7%，多项指标增速名列全国前茅。

年份	政策名称	内容简介
2018	《海南省建设国际旅游消费中心的实施方案》	通过创新体制机制、优化发展环境、进一步开放旅游消费领域等措施，积极培育旅游消费新业态和新热点，提升高端旅游消费水平，推动旅游消费提质升级。
2019	《海南省完善促进消费体制机制实施方案》	增强消费对经济发展的基础性作用，推进国际旅游消费中心建设。包括放宽服务消费领域市场准入、完善促进实物消费结构升级的政策体系、发展壮大绿色消费等。
2020	《海南自由贸易港建设总体方案》	海南自贸区正式升级为自贸港，目标到2025年，初步建立以贸易和投资自由便利为重点的自由贸易港政策制度体系；到2035年，成为我国开放型经济新高地；到世纪中叶全面建成具有国际影响力的高水平自由贸易港。
2021	《海南省“十四五”规划》	推动消费提质升级。用好用足离岛免税购物政策，吸引我国居民海外消费回流，打造免税购物、国际医疗、留学海南三大品牌，培育新型消费，促进传统消费转型升级。
2022	《海南省促进消费若干措施》	通过八条措施激发消费潜力，促进社会消费加快增长、拉动免税消费回稳提升、鼓励餐饮消费提档升级等。
2023	《2023年海南省促进消费若干措施》	出台一系列措施促进消费，包括举办促消费活动、促进文旅消费、继续做大离岛免税、鼓励新能源汽车消费、支持市县开展促消费工作等。

2023年海南社会零售总额增长**10.7%**

2023年海南接待国内外游客**>9,000万**人次

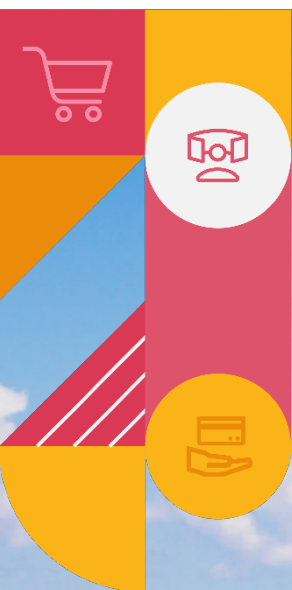
2023年海南旅游总收入增长**71.9%**

数据来源：国家统计局。普华永道整理

对于培育新型消费，海南已有实践探索。

“新型消费”是海南2024年促进消费的关键词，明确了“数字消费、健康消费、绿色消费”等具体促进举措，确定了“社会消费品零售总额增长8%左右”的任务目标。近年出台一系列消费提振措施，海南省保持消费实力的稳步增长。

围绕国际旅游消费中心战略定位和依托海南自由贸易港建设，文旅和免税的金字招牌的持续擦亮将加快释放海南省消费活力。在新型消费时代的背景下，海南将利用其独特的地理位置、丰富的旅游资源和自由贸易港政策等“硬核”优势，通过一系列创新举措，不断助力新型消费发展。



## 4.2 海南省培育新型消费亮点

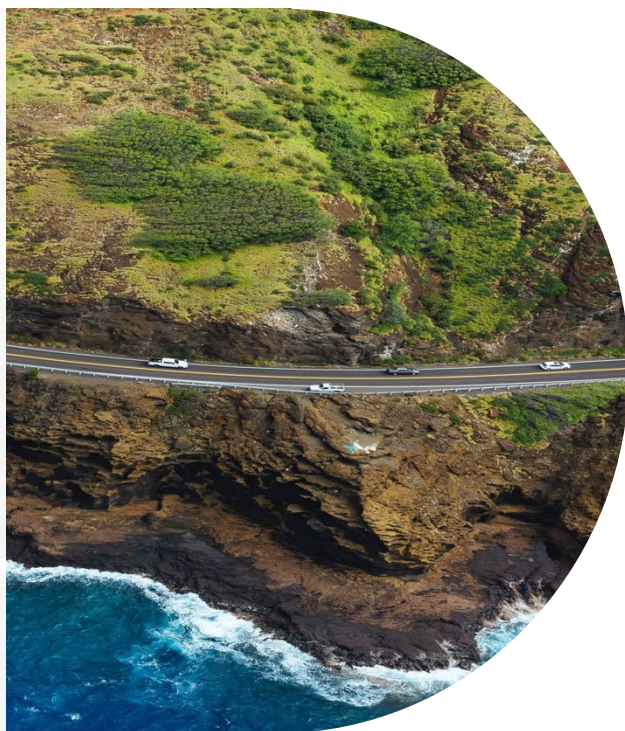


在新型消费时代来临的背景下，海南培育新业态、扩大新消费的探索实践取得了显著进展：通过以文旅消费为核心，升级海洋旅游、航天旅游、体育赛演、康养旅游、研学旅游、乡村旅游、房车露营等业态体系，打造多元化消费场景，承接内陆消费外溢和海外消费回流等新型消费“组合拳”，海南正在加快建设具有世界影响力和地域吸引力的国际旅游消费中心。

### 1. 海南省：环岛旅游公路

海南省打造环岛旅游公路重大战略项目是海南促进全域旅游及国际旅游消费的重要抓手。2023年12月18日，海南环岛旅游公路全线通车。公路贯穿三亚、海口、琼海、儋州等沿海12个市县，全长988公里，通过连接线与环岛高铁、高速公路以及国省干线有机衔接，共同构建海南省“快进慢游”的旅游交通体系。

环岛旅游公路沿线将呈现两大类、六小类共40个特色驿站，打造社区生活式、公园式、田园式多类型消费场景，充分展现海南自然风貌和人文特色，进一步激发环岛文旅消费的内力。



**莺歌唱晚驿站：** 位于乐东黎族自治县黄流镇尖介村，以“日出尖峰、日落银山”为主题，建设成为集银山礼堂、银山广场、盐文化中心等社区集合式消费载体，成为游客和在地居民的乐享会客厅。

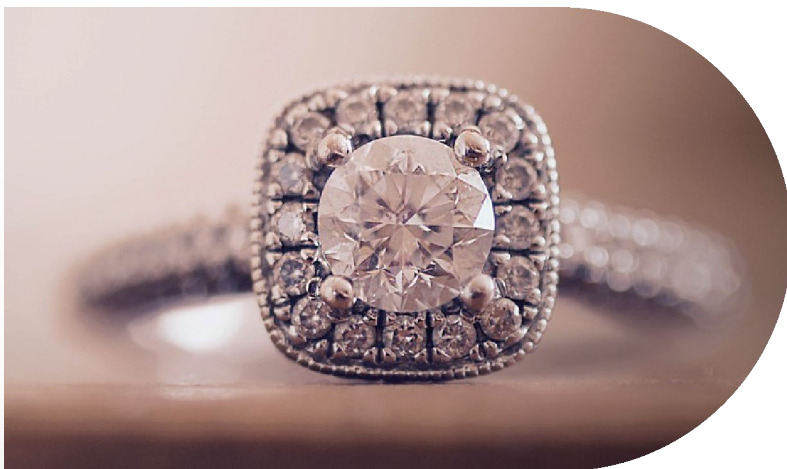
**夕照儋耳驿站：** 位于儋州市光村镇沙井村，以“朝辞红尘、夕照儋耳、放飞自我”为主题，打造摩旅营地、汽车旅馆、精品酒店、游客集散中心、海洋疗法中心等多个新型消费载体与消费场景。

**日月逐浪驿站：** 位于万宁市日月湾，以“世界冲浪之都、小众狂欢圣地”为主题，将体育运动、旅游休闲、餐饮娱乐等业态有机融合，规划超级潟湖、冲浪酒店、逐浪驿站、艺术公园等四大消费载体，打造全国首个冲浪主题体验标杆项目。

依托自贸港的开放政策和环岛公路便捷完善的交通体系，海南目前已形成**顶尖奢侈品购物消费、MICE会展消费和国际医疗消费**三大新型消费品牌，建设打造三亚、海口、琼海三大特色新型消费城市。

## 2. 三亚市：顶尖奢侈品购物消费

作为消费者的购物目的地之一，三亚在会展经济、汽车消费、文旅活动和体育赛事消费等基础上，继续发力顶尖奢侈品购物消费，成为继上海、北京、广州、深圳后的国内第五大奢侈品购物城市。



### 政策指导

三亚市政府高度重视并大力推进发展顶尖奢侈品购物消费，出台一系列政策进行指导。

- 2023年6月，三亚市政府发布《三亚打造国际旅游胜地促进文旅消费行动若干措施》，旨在优化消费环境、创新消费场景、丰富产品供给，提升离岛免税的国际竞争力。
- 2023年11月，三亚市商务局印发《三亚市进一步促进消费增长若干措施》，要求抓好首店经济和离岛免税消费，强化免税消费带动作用。

### 发展举措

- **载体空间方面：**加快推进商业载体建设。加快中旅免税城三期、海棠湾超级万象城、香水湾时尚产业供应链小镇、夏日体验广场、天悦城等多个购物中心商业项目得投资建设，打造顶尖奢侈品消费新场景和新平台。
- **品牌落位方面：**大力发展首发首秀首店经济。开展《三亚市促进首发首秀首店经济发展试行办法》政策宣讲活动；联动全市重点商圈、商业综合体，组织举办涵盖服装、首饰、美妆、珠宝、文创、科技、手表、汽车等消费品类的国内外品牌首发首秀。

### 消费场景

#### • 三亚凤凰国际机场免税店

##### ——交通枢纽消费场景

依托三亚凤凰国际机场交通枢纽打造的免税购物综合体已成为**三亚顶尖奢侈品免税购物的商业地标**。免税店二期打造了独具法式风情的购物环境，总共入驻品牌超过300家，包括高端奢侈珠宝腕表品牌、新兴电子产品品牌等多家国际知名品牌的国内首店。免税店三期以重奢品牌为主；四期吸引了多家高端进口酒水、腕表品牌入驻。

#### • 申亚DFS迪斐世亚龙湾项目

##### ——公园式消费场景

申亚迪斐世DFS亚龙湾项目作为三亚首个**世界级奢侈品零售休闲娱乐综合体**，将招引超过1000个奢侈品品牌，包含时装箱包、美妆香水、腕表珠宝、高档酒类和餐饮等多个奢侈品类别，创造多个公园式、体验式消费场景，打造集奢侈品购物、世界级酒店、高档餐饮和娱乐为一体的零售休闲娱乐胜地，为国内外游客提供高质量国际一线奢侈品品牌消费体验。

### 3. 海口市：MICE会展消费

MICE即会议、奖励旅游、大型企业会议和展览，海口深挖MICE产业的潜力，通过一系列的政策支持和基础设施建设，努力将海口打造成为国内外知名的MICE目的地。



#### 政策指导

海口市高度重视MICE产业，系列支持政策出台较早。

- 2016年，海口市人民政府办公厅关于印发《海口市扶持会展业发展若干规定》，对会展会议项目提供专项资金支持。
- 2019年，对《海口市扶持会展业发展若干规定》进行修订，继续支持会展产业。
- 2023年，海口市商务局草拟了《海口市支持会展业发展若干规定》，进一步优化海口市支持会展业发展政策，促进MICE会展消费。

#### 发展举措

- **加大设施建设：**拥有多个现代化会议中心和酒店，满足不同规模和类型的MICE活动需求。同时美兰国际机场的扩建和高铁的便捷连接，为国内外参会者提供了便利的交通条件。
- **推进产业融合：**海口积极推动MICE产业与旅游、文化、体育等其他产业的融合发展，通过打造特色主题活动和体验项目，增强MICE活动的吸引力和竞争力。
- **重视人才培养和服务质量：**通过与高校合作开设相关专业，以及对从业人员进行专业培训，确保MICE活动的高效和专业。

#### 消费场景

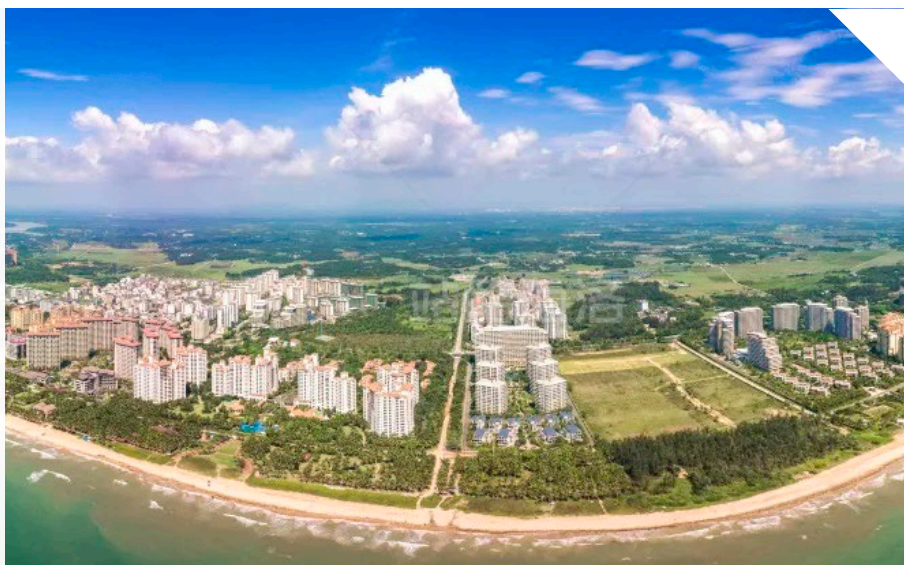
- **载体建设：**根据《海南省会展业“十四五”发展规划》的指导思想，海口建设打造海南国际会展中心二期，将海南自由贸易港打造为区域性国际会展中心和国际知名会展高地。目前，海南国际会展中心已承办多届中国国际消费品博览会、中国（海南）国际热带农产品冬季交易会、海南国际旅游岛欢乐节开幕式等数个国际重大会展项目。
- **高能级会展：**中国国际消费品博览会是首个以消费精品为主题的国家级展会，2021年至今在海口已举办4届，作为海南自贸港建设的重要组成部分，展示了海南自贸港的开放姿态和发展潜力。

除消博会以外，海口已围绕文旅产业多次举办海南世界休闲旅游博览会、海南国际旅游美食博览会、海南国际旅游装备博览会、中国（海南）国际海洋产业博览会等一系列多类型会展活动，在旅游购物、海洋旅游、健康医疗、互联网产业、特色高效农业、航天产业等方面培育国际化、专业化的定期会议和品牌展览。

未来，海口将继续以国际化、品牌化推进会展经济发展，发挥会展在促进消费方面的“绿色引擎”作用。以国际性会议、定期论坛和品牌展览为主要产品方向，重点突出“会展+消费”的功能作用，打造区域性国际会展中心，促进城市消费高质量发展。

## 4. 琼海市：国际医疗消费

琼海市在大力发展会展经济、乡村旅游、休闲渔业等产业的基础上，在博鳌深耕“康养+旅游”产业，打造多元化康养旅游产品，致力于将康养旅游打造成“琼海—博鳌”的重要名片之一。



### 政策指导

博鳌乐城医疗旅游先行区通过国家赋予的“国九条”政策，在《关于支持建设博鳌乐城国际医疗旅游先行区的实施方案》等先行策略的加持下，以特许医疗、特许研究、特许经营、特许国际医疗交流的“4个特许”政策优惠，实现医疗技术、设备、药品与国际先进水平“三同步”，成为全国唯一的医疗领域对外开放的“医疗特区”。

### 消费场景

• **载体建设：**海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区是我国医疗对外开放的窗口。建设打

造国际医疗旅游综合体以及尖端医学研发和转化基地、临床医学中心、中医特色医疗康复中心、国家罕见病临床医学中心等医疗载体。乐城先行区凭借特许药械产品引入等政策优势、高品质的园区载体和高水平的医疗质量保障医疗健康消费回流。

- **医疗旅游：**海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区是海南打造国际旅游消费中心的重要支撑平台。琼海市旅游和文化广电体育局围绕着博鳌乐城国际医疗旅游先行区的医疗康养项目推出五大主题康养高品质线路，与博鳌周边酒店、景区、跨境电商、免税店组合，形成琼海“1+X”一站式康养旅游新体验。

当前，海南正以“任务清单”、“项目清单”、“压力测试清单”挂图作战，全力推进2025年全岛封关运作准备。未来，封关运作后的海南将以更为开放、自由、便利的环境，链接全球的“货”与“人”，并赋予“场景”更多可能性，推动海南成为具有国际竞争力和影响力的开放新高地，和集国际旅游消费、全球购物消费、MICE会展消费、国际医疗消费等新型消费业态为一体的创新“试验场”。



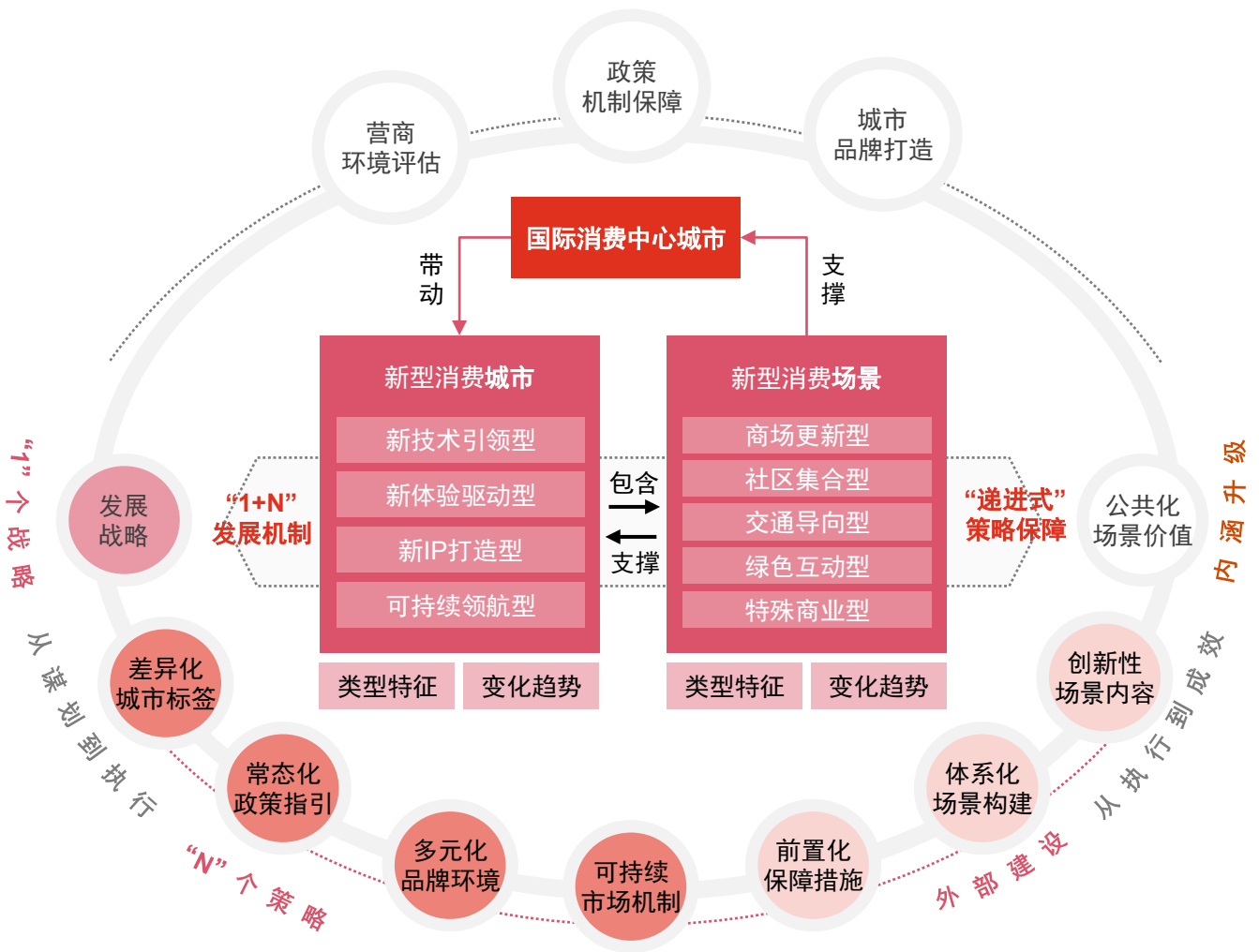


第五章

新型消费发展策略建议

我们认为，新型消费城市的打造不仅需要关注城市总体层面的策略引领，也需要关注场景打造层面的具体指引，通过前期谋划、中期应对、后期指导的全流程策略闭环，发挥新型消费时代背景下新型消费城市和场景建设对城市发展的最大价值。

### 新型消费建设策略闭环



图表来源：普华永道总结绘制



## 5.1 依托城市构建新型消费发展环境



### (1) 聚力发展国际消费中心城市

我们认为，国际消费中心城市的未来发展需全面提升消费环境和品质、扩大消费市场、加强场景创新，以吸引更多国内外消费者，推动消费承载能力和国际影响力的提升。目前，国际消费中心城市均已具有较好的城市形象和城市基建环境，在未来发展中，政策机制的突破创新、营商环境的持续优化、城市品牌的不断擦亮以及市场创新动力的激活至关重要。

#### 策略一：强化政策激励，激发市场活力

政策指导是基础——依托系列政策的制定和优化（包括税收减免、投融资支持等），健全法律体系、加强执法力度，保护市场参与人的合法权益，促进市场健康发展。

#### 策略二：优化营商环境，维护市场秩序

营商环境是保障——推动政务服务数字化，建立跨部门的协调机制，简化办事流程、提高政策兑现效率；同时，为在地产业提供精准的政策和服务，打造良好的营商环境。

#### 策略三：提升公共服务，擦亮城市品牌

公共服务是支撑——通过加大公共服务投入提高商业服务水平，例如接入国际支付体系和离境退税服务，提供多语言服务体系，提升商业无国界体验，发挥国际消费中心城市的引领、带动作用。

#### 策略四：推动业态焕新，激活创新动力

创新发展是核心——鼓励和支持城市特色产业和新兴领域发展，推动城市产业数字化转型；注重可持续发展，倡导绿色生产和消费。焕新城市业态，创造新型消费产品和消费场景，推动消费方式和消费体验的全面革新。



## 5.1 依托城市构建新型消费发展环境



### (2) 谋划打造特色新型消费城市

特色新型消费城市的打造不仅需要顶层设计，也需要统筹一套长效机制。因此，普华永道提出“1+N”特色新型消费城市的建设机制，即谋划“1”个发展战略，统筹并执行“N”个行动策略。在明确总体发展定位及方向后，出台体系化引导政策，创新业态和场景，提升公共服务水平，打造独具城市特质的特色场景和特色IP。

#### “1”

##### 制定特色新型消费城市发展战略

制定特色新型消费城市发展战略引导各专项行动策略的推进：建立政府部署、产业单位执行、市场主体紧密协同的行动机制；放大比较优势，制定符合城市自然、人文、技术等资源禀赋、定位明确的特色新型消费城市发展策略。

#### “N”

##### 执行特色新型消费城市行动策略

###### ● 差异化竞争，打造特色城市标签

利用城市自然人文禀赋资源，加强文化推广宣传；制定业态导则，鼓励特色业态，导入特色消费场景。

###### ● 常态化指引，发布专项政策支持

制定和实施一系列专项政策，对符合特色新型消费城市发展方向的项目进行定向支持；增加招引导入和资本增量，优化供需链条；强化监管，维持可持续的市场发展环境。

###### ● 多元化建设，打造友好营商环境

推动地域化、特色化公共设施和服务建设，打造宜商宜居消费环境，创造多元消费场景，发挥差异化消费优势。

###### ● “双循环”发展，构建可持续市场机制

完善供需服务链条，推动线上线下融合协作，保持国内消费市场“小循环”持续运作；导入国际化项目和国际资本，维持国内国际消费市场“大循环”平衡运转。



## 5.2 借力场景打造新型消费活力平台



我们认为，在新型消费时代，新型消费场景是刺激城市消费的活力触媒。各城市可因地制宜地提前谋略，积势而发，顺应时代及市场趋势，递进式推动建设新型消费场景。

### (1) 以理念革新催生新型场景

新型消费场景对于支撑新型消费城市具有重要的作用。拥有多样化新型消费场景的城市，可以为城市的发展带来更多的机遇和资源。在创造新型消费场景方面，政府与市场需持续发挥主动权。

**策略一：关注消费趋势，加大场景创新**

**策略二：多方参与营造，寻求跨界合作**

新型消费顺应消费趋势变化而生，新型消费场景建设的首要前提，是持续关注并深刻理解消费理念变革所带来的新机遇，发挥政府及企业的主动性，及时制定策略措施，保障政策先行。

### (2) 以空间运营提升场景品质

新型消费场景本质要求是更高品质的消费空间、更加舒适、便捷、个性化的消费环境，满足消费者的多元化、个性化需求。积极采取措施，加强新型消费场景的建设和管理，不断提升其品质水平。

**策略一：优化场景布局，推动区域更新**

**策略二：创新运营模式，营造活力氛围**

新型消费城市的建设需优化城市现有消费场景的总体布局，推动城市部分区域的有序建设及更新，为新型消费场景带来更多高质量、可落地的城市载体。



## 5.2 借力场景打造新型消费活力平台



### (3) 以特色融合创新场景内容

主动寻找新消费机遇，结合本土文化，联动在地产业，推动跨界融合加强品牌创新，挖掘新业态和消费模式，带动相关产业发展，推出具有新颖性、独特性的消费场景和内容。

**策略一：推动跨界融合，加强品牌创新**

**策略二：培育特色场景，发挥在地优势**

新型消费场景的营造核心是保证消费内容的持久活力，需要政府和企业同时聚力，一方面结合城市文化放大名片效应，另一方面持续培育在地产业和本土品牌，鼓励跨界创新，丰盈场景类型。

### (4) 以人本逻辑激发场景价值

新型消费时代下消费场景和消费城市的建设，本质是发挥商业活动满足人生活需求，提升生活品质的内在价值，最终需要回应人们对美好生活向往的追求，新型消费场景建设创新始终与城市发展同步。

**策略一：共建空间品质，融入公共场景**

**策略二：拓展辐射边界，打造公共产品**

新型消费场景的建设需要深度融入在地城市，形成价值认同，使新型消费场景承担部分公共服务功能，以消费场景建设带动城市建设，最大程度发挥新型消费场景的公共价值。



## 5.3 新型消费的未来展望



我们认为，新型消费是顺应经济发展、技术革新和市场转变的必然产物。国际消费中心城市不断培育创新消费生态，激发消费方式与体验的革新，推进消费市场的提质和革新。同时，崭新的消费理念从国际消费中心城市逐步向下渗透至各层级新型消费城市，萌发创造出丰富多元、各具特色的新型消费场景。为促进新型消费的发展，全面扩大内需，构建国内国际双循环消费体系，需从消费城市和消费场景两个角度出发，完善新型消费环境、推动新型消费发展。

### (1) 建设新型消费城市 共同构建新型消费环境

借势国际消费中心城市发展的辐射效应，引导特色新型消费城市建设，主动融入、共同构建区域城市群的消费体系，差异化自身定位，打造名片，不断完善消费环境，提升自身城市的消费能级。

### (2) 营造新型消费场景 持续推动新型消费发展

积极探索新型消费场景的打造与革新，将新型消费场景作为城市建设的一部分，提升消费体验的同时发挥商业的公共属性价值，推动消费的绿色更新和品质升级，助力城市可持续发展。



# 联系我们

如需对我们的研究结果与分析进行更深入的讨论，请联系下方的可持续发展专家：

## 蔡晓颖

普华永道中国ESG可持续发展主管合伙人

电话：+86 (21) 2323 3698

邮箱：amy.cai@cn.pwc.com

## 倪清

普华永道中国ESG可持续发展市场主管合伙人

电话：+86 (10) 6533 2599

邮箱：qing.ni@cn.pwc.com

## 陆遥

普华永道中国内地可持续城市发展综合服务主管合伙人

电话：+86 (21) 2323 3260

邮箱：cyrus.lu@cn.pwc.com

## 冯雁超

普华永道中国可持续城市发展综合服务合伙人

电话：+86 (21) 2323 3694

邮箱：lauren.yc.feng@cn.pwc.com

## 付旭

普华永道中国可持续城市发展综合服务业务总监

电话：+86 (28) 6291 2166

邮箱：robin.x.fu@cn.pwc.com

## 吴佳宁

普华永道中国可持续城市发展综合服务经理

电话：+86 (28) 6291 2008

邮箱：jianing.jn.wu@cn.pwc.com



[www.pwccn.com](http://www.pwccn.com)

本文仅为提供一般性信息之目的，不应用于替代专业咨询者提供的咨询意见。

© 2024 普华永道。版权所有。普华永道系指普华永道网络及/或普华永道网络中各自独立的成员机构。

详情请进入[www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure)。