

从千年商都到国际消费中心城市的“二次创业”—— 万商云集 近悦远来 广州消费活力再提速

2021年,广州市与四个直辖市并列,率先开展国际消费中心城市培育建设。两年来,广州锚定“国际”方向、“消费”功能、“中心”定位,围绕“五大维度”深入推进培育建设。科尔尼全球城市指数报告显示,广州2022年排名上升8位。在此前发布的2023福布斯中国消费活力城市排行榜中,广州位列中国大陆城市第三,紧随北京、上海,较去年排名上升一位。

消费是最终需求。从“千年商都”到“国际消费中心城市”,是广州在商贸领域的“二次创业”。当下的广州,正以“产业+流量+服务”提升供给,引领和创造需求,全方位激发市场潜力,为广州城市活力注入不竭动力。



■10月1日,广州市北京路上张灯结彩,消费市场热度持续攀升,节日氛围浓厚。

新快报记者 龚吉林/摄

产业怎么建?

“新广货”品牌进一步丰富提升

近年来,广州产业升级步伐加快,已形成6个产值超千亿元的先进制造业集群、6个增加值超千亿元的服务行业。去年广州汽车产量突破310万辆,连续四年全国第一。

广州更是全球知名的时尚资源聚集之地,现有专业市场500余家,形成纺织服装、皮具箱包、美妆日化、珠宝首饰、灯光音响、定制家居等时尚产业体系,2021年广州全市整个时尚产业集群营业收入超过7000亿元,全国41个工业门类中,广州拥有35个,时尚产业规模实力领先全国。

近年广州大力孵化“国潮新品”,美妆日化产业诞生了完美日记、溪木源等知名新消费品牌。完美日记成为首个登顶天猫双11彩妆榜的国货品牌,被誉为“国货之光”,成为广州美妆界新名片。

广州还是中国定制家居的发源地及产业集群高地,目前广州市定制家居产业集群约3600家企业,全国前30家定制家居企业有超过一半集中在广州及周边城市,诞生了欧派、索菲亚、尚品宅配、好莱客等全球家居定制头部品牌。

根基深厚的广货“老字号”也在讲述新故事,广州酒家、陶陶居、广氏、珠江啤酒、陈李济、双鱼、致美斋、皇上皇、风行、五羊雪糕等众多老字号品牌,纷纷转型升级,加快新品推出频次,吸引全国消费者慕名而来。

据抖音直播带货量数据统计,广州每日直播带货品类超过100万种,有9项排名全国第一,是名副其实的都市消费品带货第一大城。随着“新广货”品牌进一步丰富提升,“广货卖天下”的传奇正在全球续演。

流量怎么引?

“5+2+4+N”商圈布局纵深推进

广州依托枢纽城市流量优势,探索出“交通+会展+商业体+消费”的创新模式。消费活力的增速“狂飙”,首先归功于广州作为枢纽的独特禀赋和显著优势。据广州市统计局发布数据,1至9月,广州完成客运量22841.64万人次,同比增长65.6%。广

州南站和白云机场客流量双双位居全国第一。其中第三季度在暑运、中秋节的带动下,出行数据表现亮眼,全市完成客运量8655.45万人次,同比增长57.9%,环比增长14.6%。

会展方面,广州做大做强展览业。10月26日发布的《2022年中国城市会展业竞争力指数报告》显示,广州会展业竞争力指数从全国第三跃居全国第一,并连续8年获“中国最具竞争力会展城市”殊荣。目前正举行中的第134届广交会展览总面积扩至155万平方米,展位总数7.4万个,展区总数55个,参展企业28533家,均创历史新高。

商业体方面,数据显示,截至2022年,广州零售商业建筑约3300万平方米,建成营业大型零售商业网点近400个,形成强大的消费载体。目前新旧商圈格局更迭加快,从上下九、北京路,到中华广场、环市东,再到天河路,“5+2+4+N”总体商圈布局,已从“四梁八柱”崛起,再向纵深推进演变。据广州市商务局统计数据,中秋、国庆双节期间,天河路商圈客流量超1200万人次;北京路商圈客流量380万人次,同比增长71.8%;万博商圈客流量近300万人次,同比增长6%,销售额约1.7亿元,同比增长11%。

作为华南地区高端商业地标,广州太古汇从2011年开业以来,一直到2023年第二季度,零售额保持了连续32个季度、累计41个季度的增长纪录,创造了“中国商业界流量神话”。近日,一组关于爱马仕2023年国庆假期的门店销售数据在社交媒体上流传,根据数据,广州太古汇仅次于上海恒隆广场排名第二,销售额超过2000万元;另一“顶流”正佳广场则先后打造极地海洋世界、雨林生态植物园、自然科学博物馆、企鹅冰雪世界等自然体验景区,打造城市文商旅新模式。

与此同时,消费载体连连“上新”喜讯不断,番禺区汉溪大道北侧地块控制性详细规划正式审议通过,将打造集文旅、演艺、购物、餐饮、娱乐、交往等功能于一体的极具魅力和吸引力的新一代消费体验中心;广州塔南广场总进度完成65%,预计2024年上半年正式开业,将打造成为文商旅融合发展的“一站式”时尚购物体验中心;本土百货龙头、岭南商旅集团旗下广百

股份与万科集团旗下南方区域、印力集团达成战略合作,进一步从百货业态向购物中心大型商业综合体方向转型;新鸿基ICC、超级万象城、SKP、太古里等高端地标商业综合体落户建设……这些重磅项目必将集聚更多商业资源,推动广州商业流量一路攀升。

服务怎么做?

“造节派券”刺激消费活力提升

作为全国唯一率先开展国际消费中心城市培育和服务业扩大开放综合试点的副省级城市,广州着力提升供给的创新性、丰富性、适配性,推动消费从吃、穿、用等实物消费,加快向医疗、康养、文娱、旅游、体育等服务型消费扩张渗透。

同时,探索先进制造业与现代服务业融合发展,推动产业链向研发设计等价值链高端攀升,先后获批5个国家特色服务出口基地。广州还精心培育一大批诚信兴商典型企业,先后有七个案例入选全国“诚信兴商”案例,连续三年成为入选数量最多的城市。

今年暑假,广州启动“羊城夜市”夜间消费节,全城联动,超600场活动点燃暑期消费热情。中秋、国庆期间再次派发2023年羊城欢乐购政府消费券,实现6.71倍的消费拉动率;广交会期间,广州派发千万专属消费券,发放的商圈、百货、超市消费券再度“秒光”,显示节后广州消费市场活力度仍处于满格状态。

接下来,到年底,广州还将有连番大动作刺激消费:首届“广州国际美妆周”将于11月1日至5日举办,2023广州国际美食节定档11月10日至15日后,近日“首届广州精品美食周”也官宣将于12月20日-24日举办,邀请米其林、黑珍珠“星厨”助阵。压轴出场的“2023国际时尚产业大会”将打造“1+3+1+N”的活动矩阵,“1”代表一场开幕式暨时尚之都广州论坛,“3”代表三大主题夜间活动及一个时间消费节,“N”代表各区、各行业商协会、各类商圈、市场主体突出“一载体一商圈一特色”举办系列促消费活动,为2023年广州消费市场点旺最后一把火。

两年出台政策150项 顶层设计强引领

培育建设国际消费中心城市,顶层设计是关键。两年间,广州市直相关部门和各级政府出台贸易、产业、招商、旅游、教育、人才等细化措施、配套政策约150项,成为培育建设国际消费中心城市的重要抓手和支撑。

2021年,出台《广州市加快培育建设国际消费中心城市实施方案》,11个区结合实际分别制定行动方案,形成“1+11”工作方案体系。

2022年,接续印发加快培育建设实施方案任务清单、2022年加快培育建设工作要点等文件,将培育建设工作任务项目化、项目清单化、清单责任化。

2023年3月,出台全国首部国际消费中心城市专项规划。

2023年4月,出台《广州市促进消费提档升级若干措施》,提出12个领域38条措施,涵盖商圈打造、品牌引进、汽车以旧换新、住宿餐饮、电商赋能等消费各个领域。各级政府联动做好主题活动开展、消费券发放、零售增长奖励等工作,推动消防审核验收、外摆促销申请、促销活动审批等支持措施落地。

2023年7月,出台《广州市重点商业功能区发展规划》,与培育建设发展规划、城市空间体系规划互为支撑,科学谋划城市商业空间发展和布局。