

# 辽宁大学智库 简报

2024 年 第 24 期

(总第 53 期)

辽宁大学中国开放经济研究院

2024 年 6 月 24 日

## 沈阳加快建设区域性国际消费中心 城市的对策建议

和 军 谢 思

### 一、研究背景

国际消费中心城市是现代化国际大都市的核心要素之一,具有较强的消费引领与带动作用。目前,上海、北京、广州、天津、重庆五个国家中心城市已率先开展国际消费中心城市培育建设,其他四个国家中心城市也在积极创建。沈阳正坚定不移朝着国家中心城市的目标奋进,把恢复和扩大消费摆在优先位置,持续推进国际消费中心城市创建工作。

2021 年,沈阳市制定《沈阳市培育建设国际消费中心城市三年行动计划(2021—2023)》,确定五项具体创建目标,致力于将沈阳打造

成为面向东北亚、具有区域影响力的国际消费中心城市。次年,《2022年沈阳市培育建设区域性国际消费中心城市行动方案》出台,围绕年度目标,提出开展八大专项行动。沈阳虽然与首批国际消费中心城市仍存在差距,但具备良好的基础和条件,通过充分发挥自身优势,不断完善城市建设,有望成为消费中心城市,为经济发展注入新的动力和活力。

## 二、存在问题

### (一)消费市场体量有限

#### 1. 消费市场规模偏小

社会消费品零售额体现国内零售市场变动情况。2022年沈阳市社会消费品零售额为3,856亿元,与九个国家中心城市相比排名第九,仅略高于天津。部分城市的社会消费品零售额是沈阳市的两倍以上。在增速方面,沈阳排名第五(见图1)。

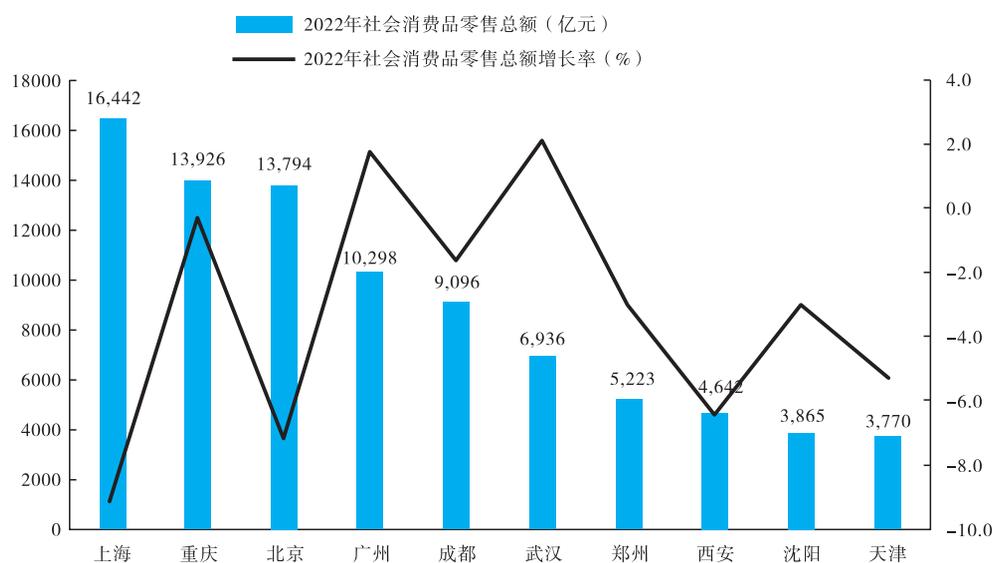


图1 2022年沈阳与国家中心城市社会消费品零售额对比

## 2. 商业集聚程度较低

全国商场销售额排行榜反映了城市商业活跃度和商业集聚水平。在2022年全国商场销售额排行榜前30名的商场中,沈阳万象城以89亿元的销售额排名第14位,相较于2021年的85亿元有4.71%的增长。然而在数量上,沈阳进入前30名的商场仅有一家,相较于其他国家中心城市,数量较少。尽管沈阳万象城销售额在全国范围内位居中上游,但相对于一线城市的商场仍有一定差距,如北京SKP销售额超过230亿元,约是沈阳万象城的2.6倍。

## 3. 境内旅游总人数与总收入平平

境内旅游总人数反映城市的吸引力,而总收入体现游客在城市内的消费水平和市场规模。2022年沈阳的境内旅游总人数为7,180万人次,与国家中心城市相比,人数较少。沈阳国内旅游总收入为577亿元,也处于较低水平(见表1)。

表1 2022年沈阳与国家中心城市境内旅游情况对比

城市	境内旅游总人数(万人次)	国内旅游总收入(亿元)
沈阳	7180	577
西安	20000	2030
郑州	8949	1132
武汉	20532	2224
北京	18000	2491
天津	11200	773
上海	18816	2080

注:成都,重庆,广州数据缺失。

## (二)经济结构缺乏多元性

### 1. 数字化服务水平不高

沈阳在数字城市发展百强榜中排名第32位,相对于其他国家中心城市而言,数字化和信息化水平有待提高(见表2)。数字化服务水平的

短板可能会限制城市产业以及消费方式的多元发展。

表2 2022年数字城市发展百强榜

城市	排名	城市	排名
北京	1	武汉	10
上海	2	天津	11
广州	5	郑州	14
成都	6	西安	22
重庆	9	沈阳	32

## 2. 人口与金融支持不足

2022年沈阳市的人口首位度为22%，金融机构本外币存款首位度为28%，在六个同为省会的国家中心城市中排名靠后（见图2）。人口首位度与金融机构本外币存款首位度揭示了沈阳人口与金融支持体系有待加强，反映出沈阳在国际消费中心城市建设中经济多元化的不足。

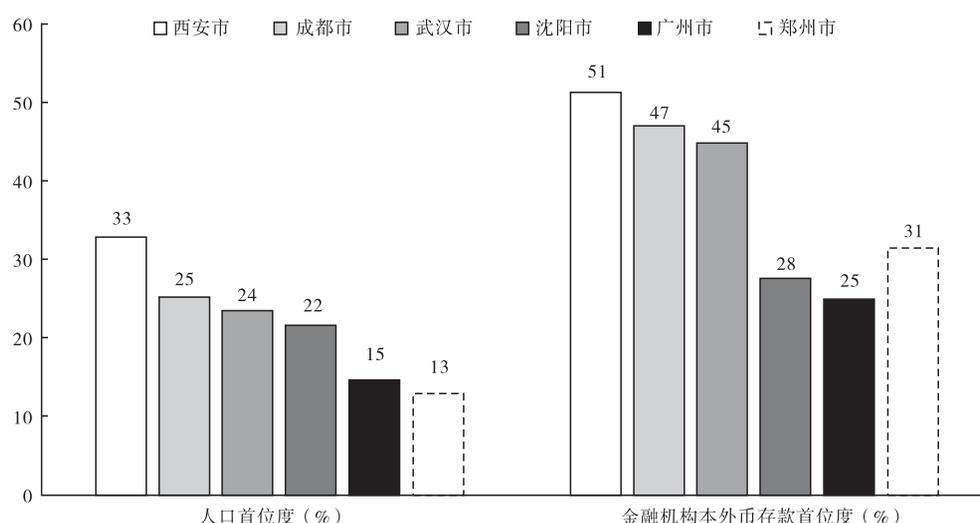


图2 2022年国家中心城市与沈阳的人口与存款首位度对比

注：成都与郑州为金融机构人民币存款首位度。

## (三) 消费后劲有待增强

### 1. 人才吸引力不强

人口是一切经济社会活动的基础，人才更是第一资源。2022年沈阳

在中国城市人才吸引力排名中位列第41位,较2021年第38位下降3个位次。相较于其他九个国家中心城市,沈阳的人才吸引力较弱(见表3)。

**表3 2022年国家中心城市与沈阳人才吸引力排名**

城市	排名	城市	排名
北京	1	天津	18
上海	2	西安	20
广州	4	重庆	24
成都	7	郑州	28
武汉	9	沈阳	41

## 2. 配套交通设施不发达

2022年沈阳市城轨线路长度为216.68公里,轨交通客运量29345万人次,排在九个国家中心城市之后(见表4)。客运强度为0.43万人次/公里·日的平均值,高于全国城轨交通平均客运强度为0.38万人次/公里·日,城轨利用率提升仍有潜力。沈阳的城轨交通线网平均运营服务时间为16.7小时/日,相较于九个国家中心城市,处于末位。未来可以通过拓展城轨线路、提高系统容量、优化运营方案等手段,提高城市的交通利用率,为市民提供更便捷的出行服务。

**表4 2022年沈阳与国家中心城市城轨交通运营数据对比**

城市	线路长度(公里)	客运量(万人次)	客运强度(万人次/公里日)	线网平均运营服务时间(小时/日)
北京	868.37	226298	0.80	18.7
上海	936.17	228792	0.85	18.3
天津	293.14	31937	0.30	16.3
重庆	478.29	91083	0.60	18.2
广州	621.58	236137	1.04	17.7
武汉	509.98	89401	0.52	17.8
沈阳	216.68	29345	0.43	16.7
成都	625.04	157176	0.66	17.8
西安	298.42	76881	0.83	18.1
郑州	275.49	29770	0.36	16.9

#### (四)消费活力略显不足

##### 1.奢侈品消费市场表现稍显逊色

云河都市研究院发布的《中国城市国际顶级品牌指数 2022》显示，上海、北京、成都、杭州、西安、深圳、天津、重庆、沈阳和武汉排在前 10 位。尽管沈阳在指数排名中位列第 9 位，但与一线城市以及成都、杭州等新一线城市相比，在奢侈品消费市场的发展速度仍相对较慢。

##### 2.夜间消费潜力有待进一步激发

2021-2022 年共发布过两个批次的《国家级夜间文化和旅游消费聚集区》名单，共计 243 个聚集区，俗称夜市。上海、重庆和北京国家级夜市数量在中国排名前三，其中上海和重庆并列第一，夜市数量均为 12 个(见图 3)。而沈阳拥有 3 个国家级夜市，略逊于天津、成都、广州和西安，与武汉持平，超过了郑州，表明沈阳的夜经济有一定的发展基础和潜力，但还有提升空间。此外，沈阳冬季户外温度可能会对夜经济发展产生一定制约，导致一些户外消费场所客流量减少。

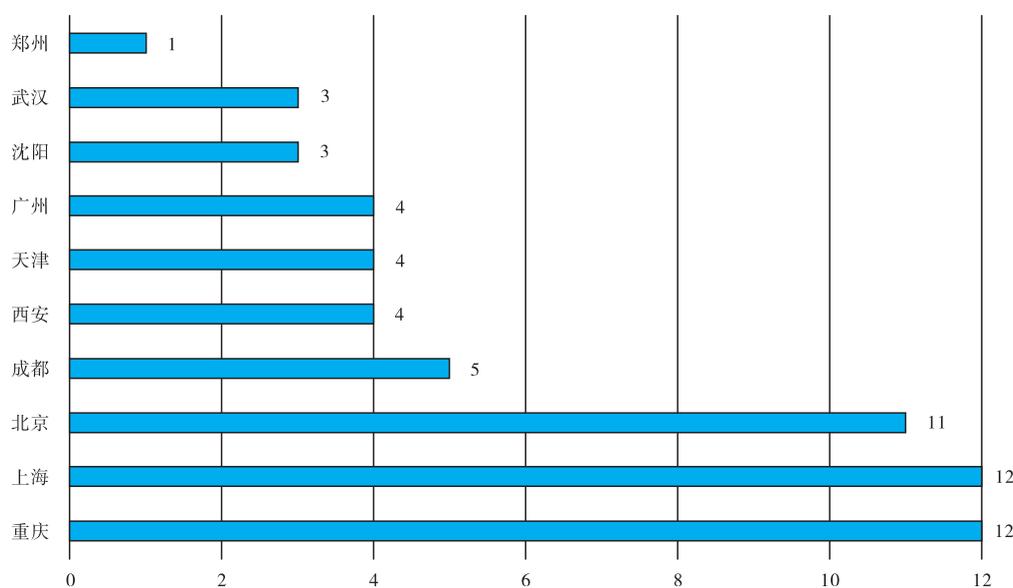


图3 2022年沈阳与国家中心城市数量对比

## 三、对策建议

### (一)精准定位,塑造商品服务口碑

#### 1.商场特色定位与服务升级,提升商圈消费口碑

商圈在提供商品和服务的同时,应突出自身的特色和品牌形象。定位偏高端的商场,如“万象城”和“恒隆广场”,可通过提高服务水平,包括增加专业销售顾问、提供个性化定制服务、优化售后服务等方式,确保高端顾客能够得到全方位满足。同时,通过引入更多奢侈品牌,吸引更多追求高品质和独特设计的消费者,从而提升商圈的整体形象和吸引力。主打年轻、时尚、潮流的商场,如“大悦城”,应加强与潮流品牌的合作,积极推动潮流文化的传播。此外,定期举办时装秀、潮流派对等,加强与年轻群体的互动,拉近与顾客的距离。

商圈的管理与服务是影响口碑的重要因素。针对一些负面评价,应督促商场加强员工培训,提高服务水平,建立更完善的消费者投诉处理机制。此外,相关部门还应统筹规划停车区划,关注停车场设计的合理性,避免因停车问题影响整体购物体验。在网络时代,社交媒体的影响不可忽视。应鼓励商圈在社交媒体平台上积极参与互动,回应顾客的建议。还要促进商圈与当地社交媒体、博主等合作,通过线上活动提升商圈的曝光度,形成良好的口碑。

#### 2.展现沈阳旅游新风采,提升旅游消费口碑

首先,要树立全域旅游理念,满足外来游客深度体验和本地居民公共休闲需求,推进旅游度假区建设。支持沈河区、铁西区、浑南区、沈北新区、苏家屯区等创建全域旅游示范区,并鼓励有条件的乡(镇)建设全国特色旅游城镇和特色景观旅游名镇。

其次,加快产业聚集区建设。通过政策扶持,吸引社会资本投资休闲度假、滑雪滑草、养生养老、文化体验、旅游演艺、自驾露营、低空飞行和研学旅行等项目,培育形成配套完善、特色各异的旅游集聚区和产业集群。充分利用工业资源鼓励发展工业旅游,将工业旅游与其他旅游形式进行优势互补,打造工业旅游的品牌和名片。

此外,加速自驾车房车营地建设进程。选取部分区域作为房车营地建设试点,鼓励社会资本参与建设,并推出一批自驾游旅游精品线路。要为消费者提供更多元化的旅游选择,推动旅游与交通、住宿、餐饮等产业的深度融合,提高沈阳的旅游消费水平。

最后,培育旅游消费热点,发展养老旅游和中医药健康旅游。强化老年旅游服务,开发多层次、多样化的老年人休闲养生度假产品,同时引导发展度假式养老产业。促进中医药产业与旅游市场深度融合,发展以国际健康医疗、锶矿泉健康养生、温泉康体养生、传统中医养生为代表的特色健康医疗养生产品。

### 3. 打造文体盛宴,提升文体消费口碑

当下“为一场演唱会奔赴一座城”已成为年轻人的旅游新风尚。2023年全国演出市场总体经济规模达739.94亿元,与2019年同比增长29.30%,达到历史新高。数据显示,2023年5月,五月天鸟巢演唱会期间,北京全城的住宿预订量较2019年同期增长约300%,其中,鸟巢周边5公里的住宿预订量上涨2400%。薛之谦“天外来物”巡演首站落户浙江衢州,让衢州成为2023年全国票房排名增长最快的城市(从73名跃升至23名),实践了“办好演唱会,带火一座城”的模式。因此,应充分利用演唱会经济,促进城市文旅发展。利用“演艺+旅游”或“文化+旅游”的文旅资源组合,促进文化业态多元化,带动城市服务行业发展,形

成文化消费新场景。

打造具有沈阳特色的精品体育赛事,持续提高沈阳自主IP品牌赛事影响力,推动“三大球”振兴发展,建立都市圈体育协同发展机制。通过提高赛事的关注度和吸引力,激发国内及国际体育爱好者的热情,为沈阳的体育消费事业注入新的活力。

## **(二)多维度发力,形成强有力的消费支撑**

### **1.以交通支撑消费**

沈阳市要深入贯彻落实《沈阳市“十四五”综合交通运输发展规划》,打造国家现代综合交通枢纽,就要以国际航空枢纽、国家铁路枢纽、现代物流枢纽为主要目标,推动交通互联互通,提高城际交通便捷性,从而推动各领域的消费和经济增长。

构建高效的都市圈交通网络,满足沈阳现代都市圈“一核两轴两区三带多组团”空间格局的需求,为促进沈阳的消费活动创造更便捷的条件。要确保都市圈与其他城市之间至少有2条铁路、1条高速公路和3条国省干线道路相衔接,形成“2+1+3”向心交通体系。

### **2.激发消费新动能,以品牌文化焕新消费**

要促进老字号品牌焕新,鼓励新字号国货创新,引领国潮风成为消费新热点。通过提升品牌形象、更新包装设计、引入新产品线促进老字号品牌焕新。利用现代化的营销手段,将老字号的传统魅力与时尚元素相结合,吸引更多年轻消费者的目光。沈阳在特色消费IP方面表现突出,烧烤产业在辽宁省内居于领先地位,企业数量较多,应充分发挥此优势。

此外,进一步推动夜经济发展,加强对夜间经济从业者的培训,制定更为灵活的经营时间,并推动夜市文化创新。实施政策倾斜,以确保

“盛京夜经济”品牌的知名度不断提升。要增加城市照明、音乐文化等方面投资,以品质为核心打造烟火氛围,创造新型消费场景,逐步推动“夜间经济”向“24小时经济”过渡。

### 3. 构建沈阳消费新秩序,以良好环境促消费

首先,强化市场监管。对虚假广告、价格欺诈、恶性竞争、非法交易等问题进行深入整治,引导行业协会发挥监管作用,强调商业道德。此外,须加强安全管理,完善紧急预警机制和应急救援系统,以保障消费者的权益和安全。

其次,完善服务质量规范体系和服务等级评定体系。建立以顾客满意度为主导的整体消费环境评价机制,强化投诉处理机制,以激励企业更加关注顾客体验。在价格方面,实施收费公示制度,明确禁止任何未明示的附加费用。

最后,为推动“人工智能+”行动,应加快智慧城市建设,实现城市各区域的无线网络全面覆盖。推动智慧化服务、营销和管理系统建设,不断完善智慧公共服务信息平台,整合资讯查询、电子商务、社交媒体、电子导览等功能。深化智慧商业区域、智慧餐厅、智慧酒店、智慧交通等试点建设,逐步实现消费领域的电子化、数字化和智能化。

## (三) 积极加强区域合作,集聚国际消费资源

### 1. 省内共建共享,整合协同发展

首先,发挥龙头作用,与周边的鞍山、抚顺、本溪、营口、阜新、辽阳等城市建立更加紧密的合作关系。尤其要与大连唱好“双城记”,充分发挥沈阳和大连在产业基础和发展潜力方面的比较优势。同时,加强辽东半岛城市群建设,形成具有国际竞争力的城市群。

其次,加强与省内其他城市的旅游合作。与省内其他城市共同开

发旅游资源,打造精品旅游线路,提升旅游业的整体竞争力。通过加强旅游合作,吸引更多的国内外游客,促进旅游消费市场发展。

最后,发挥自身的商贸流通优势,与省内其他城市开展商贸流通合作。组织开展物流、资源集聚、业态提升等建设工程,持续加强城市商业体系建设,完善城市商贸服务功能,汇集各类优质要素资源,扩大社会消费规模,提高消费品质。

## 2. 深化省外合作,携手共创繁荣

与省外城市建立更加紧密的合作关系,实现资源共享和优势互补,共同规划和发展旅游产业,将不同城市的旅游资源进行整合。例如,沈阳可以考虑与哈尔滨合作,共同打造冰雪旅游的特色旅游线路。这种合作方式可以为游客提供更多选择,同时也可以促进两地旅游业的共同发展。

此外,与其他省份建立贸易合作关系。通过签订合作协议、设立联合工作组、建立贸易合作平台等多种措施,加强沟通协调,推进贸易合作。

## 3. 集聚国际消费资源,促进经济发展

深度融入“一带一路”倡议,积极建设国际消费中心城市,进一步强化产业招商。要聚焦于“老、原、新”三大产业和新一代信息技术等优势领域,加大吸引国内外优质企业和资本的力度。通过举办招商推介会、参加国际会展等,扩大沈阳的知名度和影响力。

此外,加强与东盟十国的产能与投资合作。深化电力装备、医疗设备、跨境电商等领域的务实合作,打造面向东南亚的出口商品集散地和进口商品集散中心,这将有助于拓展沈阳的国际合作渠道和贸易伙伴,提升城市的国际贸易水平和地位。

**作者简介:**和军,三级教授、博士生导师,辽宁大学经济学院副院长。系辽宁省“兴辽英才”哲学社会科学领军人才、沈阳市杰出人才。兼任中国工业经济学会产业监管专委会委员,中国西促会数字经济专委会副主任委员,中国宏观经济管理教育学会副秘书长,中国经济地理研究会常务理事,全国马列主义经济学说史学会常务理事,全国高校《资本论》研究会常务理事,中国经济规律研究会理事,国家发改委PPP专家。主要研究领域为东北经济、国企改革、政府监管。为国家社科基金重大项目《振兴东北老工业基地重大体制机制问题及对策研究》(2017)首席专家,主持国家社科基金等项目20余项。发表学术论文140余篇,多篇论文被《新华文摘》《人大复印资料》《社会科学文摘》及中国社会科学网等转载;出版学术著作15部。

谢思,经济学博士,辽宁大学经济学院讲师、硕士生导师。兼任辽宁大学数字经济研究院与国民经济研究院特聘研究员,全国马经史学会理事。研究方向包括政府监管、数字经济等。在CSSCI、SSCI等期刊发表学术论文10余篇,主持省级科研项目等10项,参与各级纵向与横向课题10项,出版学术专著1部,参与撰写5部。曾获得辽宁省第10届社会科学学术活动年会征文优秀成果二等奖等科研奖励4项;获得第八届CFCC智慧经济创新创业竞赛全国赛与区域赛优秀指导教师;入选辽宁省哲学社会科学青年人才培养对象、沈阳市高层次人才。

## 辽宁大学智库简报编委会

---

策划:潘一山	主编:余森杰				
编委:李淑云	史保东	霍春辉	姚树洁	王振宇	刘钧霆
李艳枝	白永生	张贺明	崔 铮		
编辑:尹如玉	校对:李楠楠			联系方式:024-62602446	

---

**本刊声明:**所刊文章属作者个人见解,不代表编辑部观点。

请把领导批示和转载情况反馈编辑部。