

调查研究

发挥国际消费中心城市的枢纽作用

关利欣

构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，是与时俱进提升我国经济发展水平的战略抉择，也是塑造我国国际经济合作和竞争新优势的战略抉择。对此，我们既要使生产、分配、流通、消费更多依托国内市场，形成国民经济良性循环，又要以宏大顺畅的国内经济循环更好吸引全球资源要素。其中，坚持扩大内需这个战略基点，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，至关重要。

国际消费中心城市是现代国际化大都市的核心功能之一，是消费资源的集聚地，更是一国乃至全球消费市场的制高点，具有很强的消费引领和带动作用。“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出“培育建设国际消费中心城市，打造一批区域消费中心”的要求，并将其作为“全面促进消费”任务的重要内容作出部署，正是加快培育完整内需体系、建设消费和投资需求旺盛的强大国内市场的务实举措。

(一)

培育建设国际消费中心城市，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，是我国推动现代化建设的必然选择。

国际消费中心城市是经济发展到较高水平的结果。从发达经济体的经验来看，随着工业化和城市化进程加深，经济发展水平不断提高，发达经济体首位度高的城市均进入了以服务业为主导产业、以消费为引领的经济发展模式。在集聚效应的影响下，这些城市规模不断扩大，居民收入水平持续提升、消费市场日益扩张，逐步发展成为一国乃至全球领先的消费中心。随着我国经济快速发展，特大城市率先进入工业化后期，这些城市的人均GDP达到高收入经济体水平，城市经济和消费市场的繁荣自然使其具备了成为国际消费中心城市的条件和基础。

国际消费中心城市是经济全球化深入发展的产物。经济全球化促进了生产要素、最终产品和自然人在全球范围内的流动，国际分工水平的提高和国际贸易的迅速发展，使得各国开放度高的城市能够在世界范围内配置资源，进而率先享受到来自全球的商品和服务，逐步发展成为国际化的经济中心和消费中心。随着我国对外开放持续深化，发达地区消费市场的国际化趋势日益明显，消费市场主体、客体和载体的国内国际融合不断加深，国际消费中心城市的轮廓也就日渐清晰。

国际消费中心城市是集聚产品和要素资源的重要市场。一般来说，现代国际化大都市凭借其优越的基础设施、多元的服务功能、完善的市场环境，吸引着全世界的人才和资本，凭借其强大的虹吸效应和国内国际资源整合能力，消费市场规模迅速扩张，进

而能够带动全球消费资源集聚。随着市场化水平不断提升，营商环境持续优化，我国已经成为全球投资首选目的地之一，超大规模市场优势为全球技术和产品创新提供了丰富的应用场景，规模庞大、供求多元、创新活跃、拉动力强的内需市场为培育国际消费中心城市也提供了强大支撑。

国际消费中心城市是彰显经济文化影响力的强大载体。从国际影响力来看，伦敦、纽约、巴黎、东京等国际化大都市不仅代表了发达国家的经济发展水平，也反映了各个国家的历史文化、现代商业文明等综合实力，国际消费者涌入带来的不仅是经济收入，而且表现出对这些国际化大都市的生活方式、时尚潮流、文化价值的认可。我国是有着五千年文明的古国，中华民族的传统和现代文明需要通过开放的窗口向世界展示，国际消费中心城市将成为传播中华文化、讲好中国故事的重要载体。

(二)

立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局，需要国际消费中心城市更好发挥消费引领和带动作用，承担起国内国际双循环“枢纽”这个角色，促进形成强大国内市场，增强消费对经济发展的基础性作用，更好满足人民日益增长的美好生活需要。

一是着眼于满足人民高品质的生活需要。国际消费中心城市要以满足国内需求为出发点和落脚点，着力打通生产、流通、消费等各个环节，从提升消费品质入手，不断创造适应新需求的有效供给，推出更多符合消费者多样化、个性化需求的商品和服务，形成需求牵引供给、供给创造需求的良性循环，成为消费供需高效对接的枢纽。

二是着力推动高水平对外开放。当前，世界百年未有之大变局加速演变，世界经济增长持续放缓，推动经济全球化朝着更加开放、包容、普惠、平衡、共赢的方向发展，成为我国的战略选择。国际消费中心城市需继续坚持开放发展，促进贸易和投资自由化、便利化，推动服务业开放和高质量发展，加快推进高标准等制度型开放，营造具有国际竞争力的消费环境，持续提升消费市场国际化水平，成为国内国际市场顺畅连接的枢纽。

三是高效配置国内外市场资源。随着在世界经济中的地位持续上升，我国同世界经济的联系会更加紧密，为其他国家提供的市场机会将更加广阔，成为吸引国际商品和要素资源的巨大引力场。国际消费中心城市要用好我国超大规模市场优势，统筹国内国际两个市场、两种资源，加快国内国际市场深度融合，增强对全球资源的配置能力，提高对资金、信息、技术、人才、货物等要素配置的全球性影响力，成为全球范围内产品和要素资源自由流动和高效配置的枢纽。

此外，在培育建设国际消费中心城市的过程中，要充分发挥消费的基础性作用和投资的关键性作用，把消费升级与产业升级结合起来，推动制造强国和数字强国建设，增强中国本土企业设计、制造、提供全球知名品牌产品和服务的能力，提高国内市场标准、技术、品牌、知识产权的全球影响力。

(三)

如何培育建设国际消费中心城市？需从提升消费供给水平、完善消费相关设施、改善消费环境等方面切实发力。

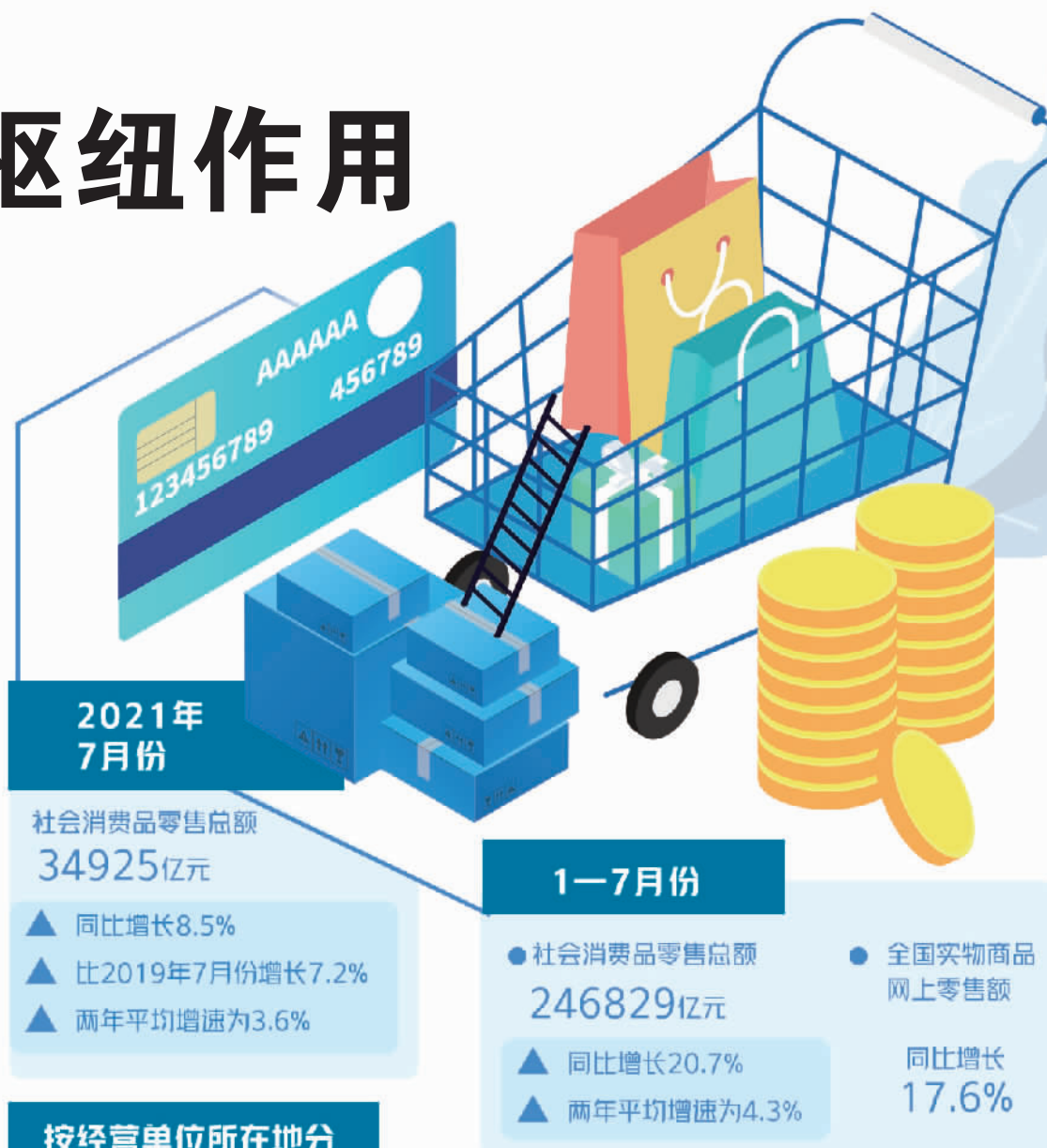
一方面，要立足国际视野，集聚优质消费资源。充分利用中国国际进口博览会、中国国际消费品博览会、跨境电商综合试验区等，多渠道扩大适应国内消费升级需求的产品进口，吸引国内外知名品牌在国内市场进行新品首发，同时引导本土企业提升优质商品和服务的供给水平，满足不同消费群体的多样化需求。

另一方面，要持续扩大开放，有效释放服务消费潜力。顺应消费升级趋势，加快发展健康、养老、托育、家政、体育、旅游等，构建与国际接轨的高质量服务消费产业体系，积极开展服务消费领域的国际交流与赛事活动，提升“中国服务”的国际知名度和影响力。

与此同时，需融合创新多元化消费场景，促进线上和线下、商品消费和服务消费、流通和生产等的深度融合，规划建设一批具有较强国际影响力的新型消费商圈；营造具有国际竞争力的消费环境，完善消费相关基础设施建设，完善便捷高效的立体交通网络，提高商业设施的智能化、数字化水平，健全市场监管和消费维权体系，营造安全放心的消费市场环境。

在此进程中，需高度重视打造“中国制造”和“中国服务”品牌，优选各地优质商品和服务，大力培育自主品牌，在重塑传统特色品牌、打造中高端品牌等方向上发力。同时，实施品牌国际化战略，鼓励企业开展境外商标注册和国际标准认证，开拓国外市场和销售渠道，扩大中国品牌的国际知名度和影响力。

(作者系商务部国际贸易合作研究院流通与消费研究所副所长)



按经营单位所在地分

7月份

30379亿元

城镇消费品零售额

▲ 同比增长8.4%

乡村消费品零售额

▲ 同比增长8.8%

按消费类型分

7月份

31174亿元

商品零售

▲ 增长7.8%

3751亿元

餐饮收入

▲ 增长14.3%



人工智能的技术经济特性及“活化效应”

郭朝先 方澳

人工智能(AI)，是指研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门技术科学。作为新一代信息技术的代表之一，人工智能广泛应用于计算机、数学、物理学、生物学、逻辑学等学科的理论与方法，并希望利用计算设备模拟人类思维决策过程。自1956年达特茅斯会议首次提出“人工智能”概念以来，人工智能历经60余年的曲折发展，已经成为新一轮科技革命和产业变革的重要驱动力量，成为世界各国竞争角逐的焦点。其发展水平也成为国家核心竞争力的重要体现，正在对经济发展、社会进步、国际政治经济格局产生深远影响。在此背景下，加快发展新一代人工智能，是事关我国能否抓住新一轮科技革命和产业变革机遇的战略问题。

人工智能代表了未来经济发展的无限可能性。现有观点普遍认为，人工智能可以通过提高生产率来促进经济增长。在个体劳动层面，人工智能可以推动传统自动化发展为“智能自动化”，持续释放个体创造力，极大提升劳动生产率；在行业生产层面，人工智能可以有力提升生产能力与资本效率，对行业进行分析并作出控制决策，能够解决某些行业生产准确率低、工作量大、设备闲置、安全性差等一系列问题；在宏观经济层面，人工智能将促进管理效率、资源配置效率和社会交易效率的提升，推动创新并提高全要素生产率，深化分工形式，大大拓展产品创新的空间，从提升分工专业化效率转向提升分工多样化效率，从多样性角度拓展生产的可能性边界。

具体来看，人工智能具备以下四点“技术—经济”特征：

一是渗透性。作为一种兼具通用性、基础性和使能性的数字技术，人工智能具备与经济社会各行业、生产生活各环节相互融合的特征，这种广泛应用于经济社会各领域的特征被定义为通用性技术的渗透性。在发展初期，人工智能多应用于简单场景，解决一些抽象概念性的游戏问题，但随着技术的进一步发展，人工智能被越来越多地应用于多元化、综合化场景。渗透性特征决定了人工智能具有对经济增长产生广泛性、全局性影响的能力和潜力。在可预见的未来，人工智能将更加全面地融入生产生活活动之中。

二是协同性。在生产领域，人工智能的应用可以实现提升资本、劳动、技术等要素之间的匹配度，加强上游技术研发、中游工程实现、下游应用反馈等各个生产环节之间的协同，从而提高运行效率；在消费领域，人工智能可以实现对用户消费习惯与消费需求的自动画像，完成个性化需求与专业化供给的智能匹配，进一步释放消费潜力。总的来说，人工智能的协同性特征体现在对经济运行效率的提升上。

三是替代性。需要注意的是，人工智能可以实现对劳动要素的直接替代。从简单工作到复杂工作，人工智能将持续发挥替代效应，在作为独立要素不断积累的同时，可以对其他资本要素、劳动要素进行替代，其对经济发展的支撑作用也由此不断强化。

四是创新性。生产自动化能够实现对一些高强度、高难度的持续劳动进行替代，而人工智能之所以引起人们对就业前景的担忧，是因为其能够实现对人类脑力工作、创造性活动的替代。当下，人工智能已经被广泛应用于药物发现及筛选、材料识别及模拟

等科研活动，更是在金融、数字建模、应急救援、音乐绘画等领域被广泛赋予分析决策甚至是创造创新的权利，展现出人类历史上从未有过的来自人类头脑之外的创造力量。人工智能的创新性可以生产出“额外”的知识，增加人类整体智慧总量，从而促进技术进步、提高经济效率。

人工智能既具有一般通用型信息技术所具有的渗透性与替代性特征，同时还具备与各经济要素协同配合提升经济效率的协同性特征，以及替代人类脑力工作的创新性特征。具备了以上特征的人工智能可以对经济高质量发展起到重要的促进作用。

一方面，人工智能核心产业具备扩张增长效应。作为一项系统性较强的数字技术，人工智能应用的实现离不开技术研发、软件开发、算法模型训练、具体场景应用等一系列环节，从而催生了一系列产业，有着完备的产业链条，其产品和服务涵盖了从上游研发到下游应用的各环节。需要看到，人工智能促进经济高质量增长的路径之一，就是人工智能核心产业的扩张增长效应。人工智能具有与生产生活应用更高的融合度，可以快速响应具体问题，根据不同的场景生态提供应用方案。不断增长的应用需求使得人工智能产业保持较高速增长，同时也促进了基础信息技术的壮大。人工智能核心产业的扩张增长符合产业结构优化升级方向，其对经济的支撑作用也不断强化。

另一方面，人工智能可以通过赋能，促进不同产业的融合发展。人工智能具备渗透性、替代性、协同性、创新性，能通过输出智能化设施、智能化方案，对已有产业进行智能化改造，实现数字经济与实体经济的融合发展，

通过提质增效促进经济高质量发展。在农业领域，人工智能融入农业生产、物流等环节中，实现农业生产的无人数控、基于数据分析的生产决策、智能农业机器人的精准执行等；在工业领域，人工智能基于不同行业产业的特征提供生产服务的精准升级，既能够在生产端实现冗余资产的发现切除、错配资产的优化调整、闲置资产的重新激活，促进生产效率的提升，又能够在消费端实现对用户需求的快速响应、精确匹配、个性定制，充分释放消费端潜力；在服务业领域，人工智能早已应用于金融、旅游、物流、文化体育等各个领域，其中在金融领域的研究与实践较为丰富。如今，人工智能正越来越多地被应用于供应链、交通物流、工业互联网等领域，在工业、农业、金融、公共安全等行业逐步构建起多样化行业技术服务及解决方案平台，提供相对通用的行业应用服务。

与此同时，人工智能还能“活化”潜在的关联产业。作为一项颠覆性技术，人工智能将对经济体系中的潜在关联产业产生重要驱动作用，即产生“活化效应”，为其带来创造性增长。很多原本与数字技术毫无关联的产业，在人工智能行业产品输出、服务输出、技术输出、范式输出、商业模式创新等助力下得到“活化”，迎来了新一轮发展。在可预见的未来，这种“活化效应”将越来越多地刺激经济社会各个潜在关联产业，进而实现高效集约、创新绿色的高质量增长。

(作者单位：中国社会科学院工业经济研究所、中国社会科学院大学)

经济茶座

“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出坚持扩大内需这个战略基点，并对全面促进消费作出了一系列重大部署，“培育建设国际消费中心城市”是其中一项重要任务。

国际消费中心城市是国内消费市场升级的高级形态，也是对接全球消费市场、吸引全球消费者的枢纽和平台，是具有丰富消费内容和、高端消费品牌、多样消费方式、优越消费环境且能够吸引全球消费者的高度繁荣的消费市场。可以说，国际消费中心城市是全球消费市场发展的制高点，是全球消费资源的集聚地，也是引领全球消费创新的风向标。

随着消费对国民经济增长的拉动作用持续提升，居民消费结构持续升级，国内外消费联动日益形成，城乡消费一体化不断强化。在此背景下，培育建设国际消费中心城市具有多重意义，既有利于全面促进消费，培育以消费为动力促进和带动经济的新增长极，又有利于畅通国民经济循环，发挥超大规模国内市场优势，打造国内国际双循环相互促进的重要环节和新型平台，还有利于增强中心城市功能，发挥其引领和带动作用，形成中心城市与周边城市合作共赢的区域协调发展良好态势。

加快培育和建设国际消费中心城市，需以国际化为导向，以全面促进消费为核心，以提升城市消费能级为抓手，多措并举。

一是优化供给结构和提升供给质量，加快集聚全球优质消费资源和市场主体，加快培育和发展各类消费服务产业，引导企业增加优质商品和服务供给，发展品牌经济。

二是建设具有全球影响力的标志性消费商圈，立足城市布局 and 特色，加快商业街提档升级，塑造新型消费场景，推进智慧商圈建设，完善城市商业街区基础设施，营造良好的消费基础设施和氛围，打造一批享誉世界的标志性商圈。

三是推动消费融合创新，培育壮大新型消费，大力发展绿色消费、智能消费等，通过线上线下联动、商旅文体融合，推动消费新业态、新品牌、新场景、新平台加快发展。

四是加快完善城市基础设施，营造具有全球吸引力的消费环境，开展城市环境美化建设，提高服务质量和水平；完善便捷高效的立体交通网络，建立健全高效物流配送体系；健全市场监管和消费维权体系。

五是发挥辐射带动作用，以中心城市为核心，加强优势互补、分工协作、协调联动，形成以中心带动周边、以周边支撑和服务为中心的城市群一体化消费市场，推动区域消费联动发展。

六是完善消费促进机制，制定和完善促进消费的相关政策，提升入境消费便利化程度，完善免税退税政策，多方面提升城市消费的国际竞争力。