

新基建如何打开消费新空间

——重庆推进数字消费基础设施建设调查

本报记者 吴陆牧

随着新型消费发展环境优化,数字消费成为极具潜力的增长点,各地对数字消费基础设施体系愈发重视,建设水平节节攀升。作为全国首批开展国际消费中心城市培育建设的中西部城市,重庆市近年来着力推进数字重庆建设,数字化转型成果不断涌现,数字消费潜力持续释放。夯实培育壮大数字消费的“基石底座”,重庆做对了什么?有哪些经验值得借鉴?近日,记者就此展开采访调查。

中央经济工作会议提出,要培育壮大新型消费,大力发展数字消费。近年来,以网络购物、直播带货等为代表的数字消费新业态、新模式快速发展,成为促进经济高质量发展的重要动力。

数字消费基础设施是培育壮大数字消费的“基石底座”。作为全国首批培育建设国际消费中心城市的试点城市之一,重庆市从2023年开始推进数字重庆建设。在这一过程中,当地数字消费基础设施体系不断完善,新一代数字技术与消费领域深度融合,数字生态圈加速构建,数字消费的潜力和活力持续释放。

数据显示,截至2023年12月,重庆每人拥有5G基站数近29个,位居西部地区第一;千兆端口总数量超过32万个,乡镇5G网络到达率为100%。得益于数字消费基础设施的广覆盖,2023年重庆市实现网络零售额2009.52亿元,同比增长19.04%。

打牢数据基础

自从家里的网络升级成千兆宽带后,重庆市渝北区龙塔街道龙盛社区的居民张雪明明显感觉到生活的变化,“过去,家里用的是百兆宽带,卧室信号不好,网速很慢,有时候上网买东西,网页经常出现卡顿。如今不一样了,家里每个角落都信号满格,看电影、视频通话都很顺畅,上直播间抢拍商品也能快人一步”。

以千兆光网和5G为代表的“双千兆”网络是新型基础设施的重要组成部分和承载底座,在促进数字消费方面具有重要作用。渝北区是全国第二批“千兆城市”之一,当地“双千兆”网络协同发展成效明显;城市家庭千兆光纤网络覆盖率、22个镇街和180个行政村5G覆盖率为100%。

这两个100%是如何做到的?“区里成立了5G发展领导小组和通信发展办公室,围绕基站选址、手续审批、区域开放、落地进场等问题成立了7个工作专班,及时收集企业、群众网络建设需求,科学合理布局5G站址和千兆光网。”重庆市通信管理局渝北区通信发展办公室副主任谢军介绍,截至2023年12月末,渝北区已建成5G基站6605个,其中2023年新建871个,完成全年总目标的108.875%。

5G基站建设之所以快起来,得益于渝北区创新实施了5G基站建设审批“一件事”改革。记者了解到,渝北区按照全生命周期管理的理念,系统梳理了5G基站建设涉及的20多项审批事项,建设了数字化并联审批平台,打通各相关审批部门,实现了“办理材料一键提交,跨部门事项一平台审批,备案数据、审批情况、数据分析一屏总览”,将审批时间从过去的30个工作日内缩短到现在的6个工作日内。

近年来,重庆将新型基础设施作为抢占发展制高点、构筑发展新优势的关键领域,统筹推进5G、光纤、北斗导航、IPv6、物联网等建设发展。数字消费基础设施布局不断优化,应用场景不断丰富,为新技术、新业态、新模式的茁壮成长提供了肥沃土壤。

瞄准建设全国一流千兆光网城市目标,2023年5月,重庆市通信管理局、市经济信息委、市发展改革委、市大数据发展局联合实施了千兆光网发展“光耀山城 追光行动”计划。按照计划,重庆正积极探索部署50G-PON超千兆宽带业务,打造4K/8K、Cloud VR等超千兆示范场景,满足居民多元化数字生活服务和消费需求。同时,鼓励热门景区、商场店铺、酒店民宿等依托千兆光网不断优化WiFi组网,打造解放碑、观音桥等千兆光网智慧商圈。

作为数据枢纽和应用载体,数据中心是各行各业数字化系统的基础设施保障。记者在位于两江新区的两江水土国际数据港采访时看到,这里聚集了中国移动、中国电信、中国联通、腾讯、万国等10个数据中心,形成了较大规模的数据中心集群。

占地面积217亩的中国移动(重庆)数据中心是重庆已投产的体量最大的数据中心。该项目运营负责人潘登说:“目前,数据中心二期项目已建成投用,形成近1.3万个机柜、13万台服务器的规模,互联网出口带宽达24000G,具备了为智慧商业、智慧医疗、智慧工业等行业提供超算力资源服务的能力。项目三期建成后,该数据中心将形成超过2.5万个机柜、约25万台服务器的运营能力。”

目前,重庆已基本形成通用计算、智能计算、超级计算相结合的多元融合算力体系。重庆市大数据发展局信息化推进处副处长赵于成说,重庆数据中心集群已形成“一核两区

多点”的发展格局。“一核”,即两江国际云计算产业园;“两区”,即在西部(重庆)科学城打造高性能计算集聚区、在广阳湾智创生态城打造先进绿色计算集聚区;“多点”,即在万州、涪陵、长寿、綦江等地布局建设一批城区数据中心,满足区域性、实时性较高的业务需求。

构建产业生态

在重庆江北区观音桥富力海洋广场,“重庆网商产业园”几个红色大字格外醒目。产业园负责人张达巍介绍,这个由闲置楼宇改建而成的园区成立于2012年,总面积近6万平方米,是国家电子商务示范基地,运营10多年来,累计培育电商企业超600家。目前园区集聚电商企业100多家,带动就业3000多人。

走进重庆大码百分百电子商务有限公司,20名客服人员正在电脑前忙碌。该公司2012年入驻重庆网商产业园,是园区日益发展壮大的见证者、受益者。

38岁的秦振是大码百分百公司的创始人,他告诉记者,随着重庆数字基础设施规模和能级的不断跃升,产业园的电商生态体系逐步完善,企业发展也走上快车道,“公司办公面积从最初不足200平方米扩大到现在近1000平方米,员工也从4人发展到120多人,年销售额翻了五番”。

如今的重庆网商产业园,不仅为企业提供办公空间,还通过各种资源整合和创新服务,构建起了集物流配送、仓储服务、人才培养、电商推广、直播拍摄制作等于一体的电商产业生态。

重庆市网商协会会长胡刚告诉记者,为了完善电商产业生态链,协会牵头于2014年启动建设重庆临空电商智能仓配托管中心,依托大数据、物联网等技术手段,打造了4万平方米的电商智能仓,为500多家电商企业提供仓配管理与现代物流信息服务,每天有超过10万件包裹从这里发出。目前,仓配托管中心年包裹量超过5000万件,年实现网货产值超20亿元。

江北区是重庆市首批内外贸一体化发展先行区,当地不仅建设了重庆网商产业园,还打造了重庆市首个中新跨境电商产业园,签约入驻了40多家跨境电商企业。

“最近几年,我们以打造国际消费中心城市首选区为目标,完善消费基础设施,集聚消费资源,优化消费环境,布局建设专业性园区,引导电商企业形成联动、抱团发展的业务生态圈,促进电子商务、直播经济、在线文等数字消费发展。”江北区商务委副主任黄珏介绍,2023年,该区网络零售额达763.69亿元,同比增长3.7%,总量位居全市第一;跨境电商交易额75.34亿元,是重庆跨境电商业务最集中的区域之一。

重庆工商大学副校长李敬认为,电商企业集聚发展,可以形成产业链上下游的紧密合作网络,对消费模式创新具有推动作用。电商产业园承载着新基建应用场、新经济新业态活力场等重要功能,可以帮助电商企业降低成本、提高效率,促进企业间合作与创新,塑造产业新生态,激发数字消费潜力和活力。

在重庆,像网商产业园这样的电商集聚区还有很多。“配套齐全的产业体系、完善的产业生态,吸引了越来越多电商企业入驻产业园区,共同驱动重庆数字消费的蓬勃发展。”重庆市商务委电子商务和信息化处处长唐唐告诉记者,目前,重庆已累计建成各类电商集聚区50多个,全市电商企业超过1.8万家。

重庆本酷科技发展有限公司是九龙坡区一家电商企业。“2008年成立至今,我们一直致力于电商生态圈建设,帮助重庆企业实现产品数字化营销。”本酷科技董事长王善平介绍,公司一方面依托阿里巴巴内贸平台,引导2000多家重庆企业入驻拓展市场,2023年实现线上交易额超42亿元;另一方面为有品牌营销需求的企业提供直播带货服务,助力企业线上营销,2023年直播销售额达4000多万元。

作为重庆商贸大区,九龙坡区在全市率先出台了电子商务专项政策,并在2023年推出了“九龙腾云”行动计划,通过实施产业多点发展、商贸数字创新、跨境电商发展、创业创意培育、数据驱动生产、多元数字应用6个“云上”专项行动,加快释放数字技术和数据资源对商贸领域的赋能效应。

“我们持续推动电商资源触达产业产品端,助力企业拓展网络销售渠道,构建‘人货场’全链条新模式,走出一条特色产业聚集、新消费品牌突出、电商不断迭代的创新路。”

九龙坡区商务委党委书记、主任余健翥介绍,目前,该区已建成重庆高新电商产业园、余上鸥直播孵化基地等电商集聚区5个、拥有电商企业2000多家,2023年电子商务交易规模突破2000亿元。

近几年,直播带货风生水起,成为拉动消费增长的重要力量。记者了解到,为抢抓直播电商风口,重庆在2020年就出台了加快发展直播电商专项行动计划,实施了电商直播带货专项工程,组织“万物直播季”系列活动,构建线上和线下、商品和服务深度融合的消费市场体系。“目前,重庆已建成直播电商基地30余个,2023年电商直播16.13万场,交易额达221.05亿元。”唐遥说。

2023年,重庆先后组织了“2023网上年货节”“第五届双品网购节暨2023重庆6·18电商节”等活动,积极推进直播带货,推动重庆产、重庆造触网营销。其中,“2023重庆6·18电商节”期间全市实现网络零售额391.6亿元,同比增长17.9%。

创新应用场景

坐落在重庆渝中区的解放碑—朝天门商圈是首批全国示范智慧商圈。这里不仅建设了百余个5G基站、公共WiFi亭、多功能智慧灯杆,还多点布设了智能座椅、智能垃圾回收站和智慧公厕等。无人零售、智慧银行、智慧停车、智能货架、虚拟试衣镜等一系列新型消费服务场景触手可及。

在数字消费基础设施的支撑下,重庆不少商圈、商场、商店主动拥抱物联网、5G、大数据、人工智能等数字技术,创新消费场景,为消费者带来全新体验。重庆解放碑中央商务区管委会副主任李杨介绍,解放碑—朝天门商圈搭建了“智慧中枢”数据中台系统,集成了商业、楼宇、设施等维度的大数据,免费为重点企业和商场提供公共数据、消费画像、客流分析、能耗管理等服务。

记者在解放碑步行街的重百大楼商场里看到,智能导购屏、自助品派发机、无人售货机、虚拟试妆镜等一批智能终端设备吸引不少顾客争相体验。重百大楼商场综合部经理杨廷菊说:“我们搭建了数字化会员服务系统,围绕会员多样化、个性化消费需求,开展定制数字化营销,提高了聚客能力。”

“零售数智化是大势所趋,通过数智化驱动,可以让消费场景更加丰富,提升顾客体验,更好满足消费者需求。”重庆百货大楼股份有限公司运营总监杨海林介绍,目前公司已建成重百多点APP、重百云购、电器淘、甜橙生活、车生活等线上运营平台,完成百货、超市、电器、汽车4个零售业态的线上融合运营,2023年实现线上销售收入近30亿元。

在重庆,数字消费“住业游乐购”全场景的加速构建,促进了消费新模式不断涌现,全面带动消费迭代升级。记者了解到,重庆近年来着力推动大型连锁商业企业数字化转型,鼓励引导餐饮、家政等行业推进线上接单、线下服务。同时,大力发展网上商场(店)、网上超市、网上餐厅、云家政、云旅游、云教育等业态,服务消费智能化、便利化水平得到明显提升。

夯实数字底座,发展才有底气。位于璧山区的西部(重庆)科学城先进数据中心是“东数西算”工程成渝枢纽节点示范项目,该中心以数据安全、自主可控为基础,发挥百PB级大数据资源优势,有效满足科研创新、消费升级以及应用生态的多元算力需求。正是以这个数据中心为支撑,璧山区在玉泉湖畔规划建设了8平方公里的“梦界空间”数字经济产业园,引进了阿里云境等一批数字技术企业,动漫电竞、元宇宙、网络



图① 游客在重庆解放碑—朝天门商圈体验智慧旅游地图。

图② 中国移动(重庆)数据中心工作人员正在巡查数据机房。

本报记者 吴陆牧摄

与数据安全等新产业、新业态活力四射。

博拉网络股份有限公司是一家从事商业化数字化服务的国家高新技术企业。经过多年创新研发,该公司目前已有200多款拥有自主知识产权的行业软件,为国内超过60%的新能源汽车品牌提供数字化服务。该公司执行总裁曹清介绍,为了帮助用户更加精准地掌握消费者需求和行为,企业自主研发出一套“智能云播”应用系统,通过AI大模型为多家车企提供直播账号管理、消费数据分析、传播效果优化等数字服务,提高了汽车终端销售效能。

数字化是现代化产业体系的关键变量和基础设施。如今,随着数字重庆建设提速推进,数字消费基础设施持续夯实,具有重庆辨识度、全国影响力的数字化转型标志性成果不断涌现,数字赋能高质量发展、高品质生活的生动画卷在巴渝大地徐徐铺展。

重庆市大数据发展局相关负责人表示,将坚持以数字重庆建设为引领,持续推进物联网、新一代超算等新型基础设施建设,积极参与国家“东数西算”工程,全力建设全国一体化算力网络成渝国家枢纽节点,用新的数字技术应用赋能消费场景,促进消费升级。

截至2023年12月

重庆每万人拥有5G基站数 近29个

千兆端口总数 超过32万个

乡镇5G网络到达率为 100%

目前

重庆累计建成各类电商集聚区 50多个

建成直播电商基地 30余个

电商企业 超过1.8万家

2023年

重庆实现网络零售额 2009.52亿元

▲同比增长19.04%

夯实数

查手记

激发地

在数字经济大潮下,大数据、物联网、人工智能等新型数字技术逐步渗透到消费领域,传统消费转向数字消费成为必然趋势。近年来,全国不少地方纷纷出台政策,加快推进5G、光纤宽带、数据中心等数字消费基础设施建设,有力支撑和保障了数字消费提质升级,直播电商等一批数字消费新业态、新模式加速涌现,成为拉动消费增长的新引擎。

总体看,我国数字消费基础设施的规模和能级均取得了显著提升,但仍然面临区域不平衡、重建轻用等问题。从实际情况看,一些地方特别是欠发达地区在5G网络、物联网、大数据中心等核心数字基础设施的建设和普及方面较为滞后,无法满足当地数字消费发展需要。各地要立足实际,充分把握数字化机遇,加快推进数字消费基础设施普惠化发展,特别是要加快农村地区“双千兆”网络覆盖,避免出现“城乡数字鸿沟”。

数字消费基础设施具有更新迭代快、运营维护成本高、能源依赖性强等特征,地方政府应结合实际需要和市场规律,对数据中心等新型基础设施的体量规模、空间布局进行统筹规划,把握好相关项目的推进节奏,不断优化项目投资、评价和调整机制,力争实现供需匹配和使用效率最大化,防止出现资源错配、低效重复建设等问题。

数字消费基础设施要建好,更要用好。要坚持应用为导向,加快数字化应用创新,鼓励支持企业充分发挥市场和数据优势,加强数字技术创新应用研发,建设开发面向终端消费者的、支撑消费升级的数字化应用平台和应用场景,推进数据流通共享,拓展消费领域数字化应用深度和广度,满足消费主体的个性化、多样化需求。