



普华永道

可持续城市发展

助力消费升级



前言

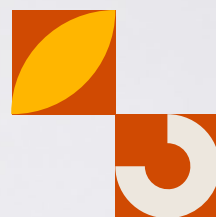
城市的可持续发展保障经济的平稳增长，经济的稳步提升带动消费扩容和升级。新时代发展格局下，可持续城市发展助力消费升级的趋势愈发明显。

城市作为消费活动的空间载体，承载着人们对更宜居、更智慧、更包容的美好生活的广阔需求。在扩大内需、健全国内统一大市场的趋势下，绿色消费理念和方式更加深入人心，数字消费技术和场景在消费升级过程中持续赋能，体验消费正在以更新颖、更沉浸的线上、线下产品和活动吸引诸多企业和消费者参与其中。

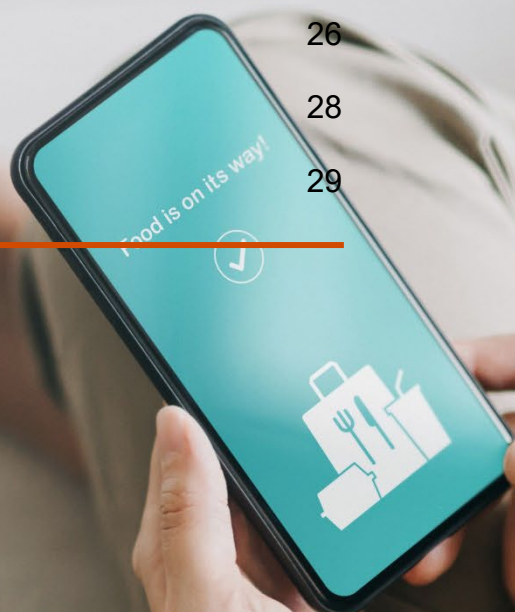
普华永道洞察到城市的可持续发展对于促进消费升级、改善生活品质和构建新发展理念的重要性，通过本报告分析当前消费趋势下新的消费场景对城市发展在功能、质量、数字化等方面带来新的需求，从顶层设计、政策落实、市场供需、资金要素、技术前沿、科技保障、多元参与、生态融合等维度进行分析，结合对政府、企业、机构和消费者的理解，为如何实现城市的可持续发展对消费升级的促进作用提出前瞻性思考。

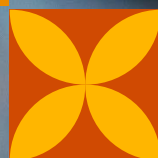


目录



1. 前言	02
2. 城市打底、消费提质	04
——可持续城市发展与消费升级联动交织	
3. 模式可持续、场景更多元	08
——可持续城市发展与消费升级的发展趋势	
3.1 生态理念 绿色消费 深入人心	09
3.2 智慧建设 数字消费 持续赋能	15
3.3 包容城市 体验消费 新颖沉浸	18
4. 空间承载、人本理念、助力消费	21
——如何实现可持续城市发展对消费升级的促进作用	
4.1 战略实施：顶层设计、政策落实	22
4.2 资金要素：市场供需、有所倾斜	26
4.3 技术前沿：科技保障、适度超前	28
4.4 生态融合：以人为本、多方参与	29





城市打底、消费提质

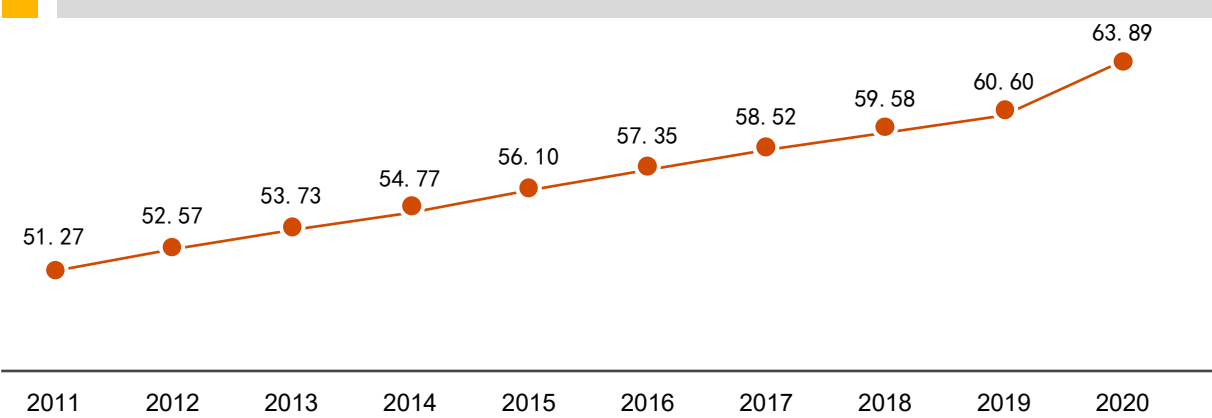
可持续城市发展与
消费升级联动交织



城市是经济和社会发展的核心抓手，城市的高质量和可持续发展更是经济结构和发展水平提升所结出的硕果。在中国经济新常态下，拉动经济的“三驾马车”投资、消费和出口中，经济稳步增长主要依托于消费的贡献和国家乃至国际消费中心城市的带动。因此，想要实现城市的可持续发展，必然要围绕消费做文章，促使消费在规模、结构和质量上实现升级。

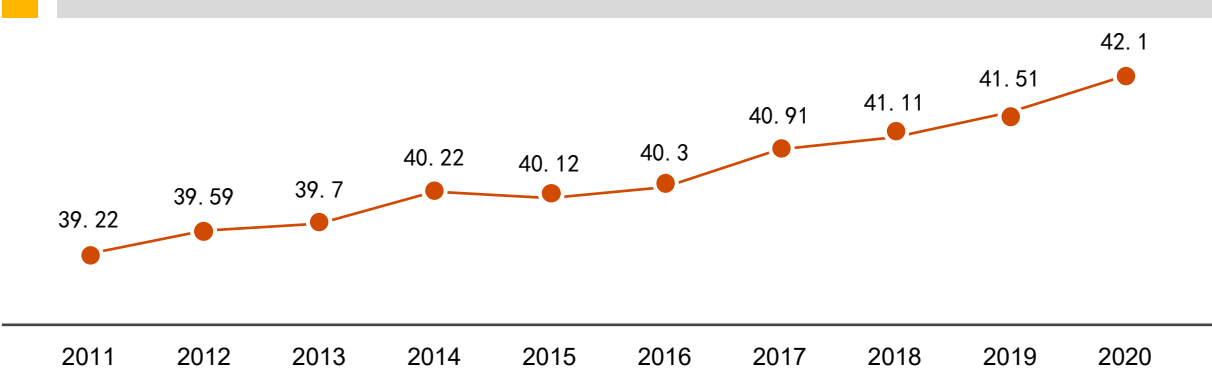
伴随着中国经济增长，城市可持续发展水平逐年提升。截止2020年末，已经有近64%的中国常住人口居住在不同规模的城市。在这一发展进程中，城市不是简单的数量和规模增长，更重要的是环境变得更绿色，城市建成区绿化覆盖率逐年增长，城市不论大小都在努力平衡经济发展、人口增长和青山绿水之间的关系。

表1：城市规模更庞大：2011-2020年中国常住人口城镇化率（%）



参考资料：国家统计局历年统计年鉴，普华永道整理

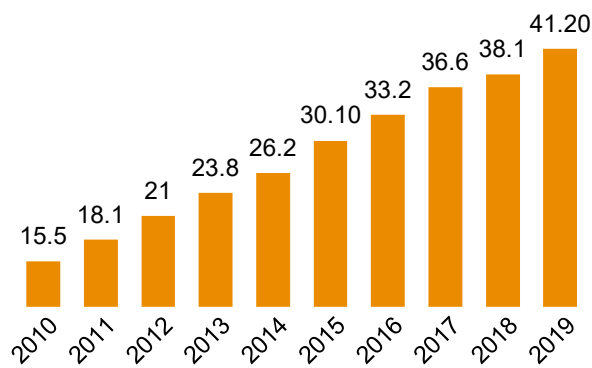
表2：城市发展更绿色：2011-2020年中国城市建成区绿化覆盖率（%）



参考资料：国家统计局历年统计年鉴，普华永道整理

城市的可持续发展，与消费规模增长和消费品类的升级紧密相关。我国社会消费品零售总额在疫情前的10年内增长了约2.7倍，2019年达到了41.2万亿元人民币。在深入研究这一跨越式增长后发现，在8类消费支出领域¹中，城镇和农村居民消费支出的增长主要体现在居住、交通通讯和医疗保健板块。城市发展、收入增加和生活改善，更是重点体现在了农村居民生活用品和服务支出占比的增长。

表3：消费规模更可观：2010-2019年中国社会消费品零售总额（万亿元）

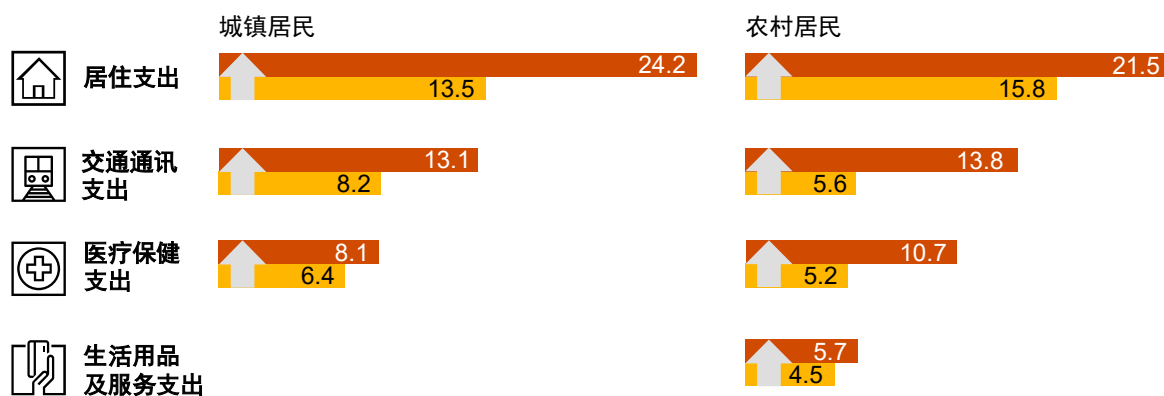


¹ 根据国家统计局统计年鉴分类，8类人均消费支出包括食品烟酒、衣着、居住、生活用品及服务、交通通信、教育文化娱乐、医疗保健、其他用品及服务。

参考资料：国家统计局历年统计年鉴，普华永道整理



图4：消费内容有增长：2010和2019年中国城镇和农村居民人均消费支出占比实现增长的领域（%）



参考资料：国家统计局2020年统计年鉴，普华永道整理

普华永道观点



城市可持续发展与消费升级联动交织。在中国经济新常态格局下，城市发展内在要求消费升级，消费升级加速推进城市可持续发展。普华永道在服务政府、企业推动城市可持续发展方面拥有多年的项目经验，我们认为应加强顶层设计，在城市规划、投资、建设、运管方面实现精细化的制度和政策设计，并在扩充消费领域、增加消费效益和提升消费品质方面制定与城市发展阶段和发展目标相协调的策略。



模式可持续、场景更多元

可持续城市发展与消费升级的发展趋势



可持续城市发展是推进以人为核心的新型城镇化过程，城市需要向更宜居、更智慧、更包容的方向发展。消费作为经济发展的基础性推动力，牵引着经济、社会、城市、产业变革向更绿色、更便捷、更新颖不断升级。从可持续城市发展与消费升级需求相结合的层面来看，要实现城市可持续发展对消费升级的促进作用，需要在绿色消费、数字化消费和体验式消费方面，加大建设更高品质、更多元化、更具特色的消费场景。



3.1 生态理念 绿色消费 深入人心

生态文明、美丽中国、绿水青山，是践行可持续生产和消费的目标指引。生态平衡、集约建设、低碳发展已经成为城市可持续发展的标签。政府规划生态可持续蓝图，各行各业主动节能降耗，居民以绿色消费为己任，在全社会的广泛参与下，生态理念已经深入人心。

在生活中，面对吃、穿、住、行、用、游等消费领域，政府、企业和居民践行绿色低碳理念，兼

顾城市发展与生态环境承载力，采用可持续消费模式，努力实现城市绿色低碳转型、可持续发展和消费升级。

自2003年以来，国家不断出台相关政策，完善绿色消费政策体系，鼓励绿色消费在重点领域全面推行，推进消费场景绿色转型升级。



生态理念 持续推进

生态理念成为全社会的共识非一朝一夕，需要立体的规划指引，才能持续推进并落实。

- 生态文明：全社会为建设美好生态环境和可持续发展所形成的文明形态
- 美丽中国：实现生态文明、城市可持续和消费永续发展的目标集合
- 低碳城市：全民参与构建低碳经济和低碳生活方式的空间载体



绿色消费 快速发展

从生产源头出发，促进清洁生产、资源循环，扩大绿色消费规模，推动形成绿色生产和绿色消费的生产生活方式。

- 2018年《关于完善促进消费体制机制，进一步激发居民消费潜力的若干意见》
- 2020年《关于加快建立绿色生产和消费法规政策体系的意见》
- 2022年《关于加快建立绿色生产和消费法规政策体系的意见》

在政策持续引导下，绿色消费方式已得到居民和社会普遍认可，涉及居民衣、食、住、行、用、游等生活各领域的绿色消费商品和服务日益丰富，绿色消费市场规模呈现快速增长趋势，绿色消费场景已成为居民日常生活必不可少的选项。

衣



自然有机、可重复利用的材料，以及低碳环保的生产过程，已经成为服装产业发展的重要内容。

食

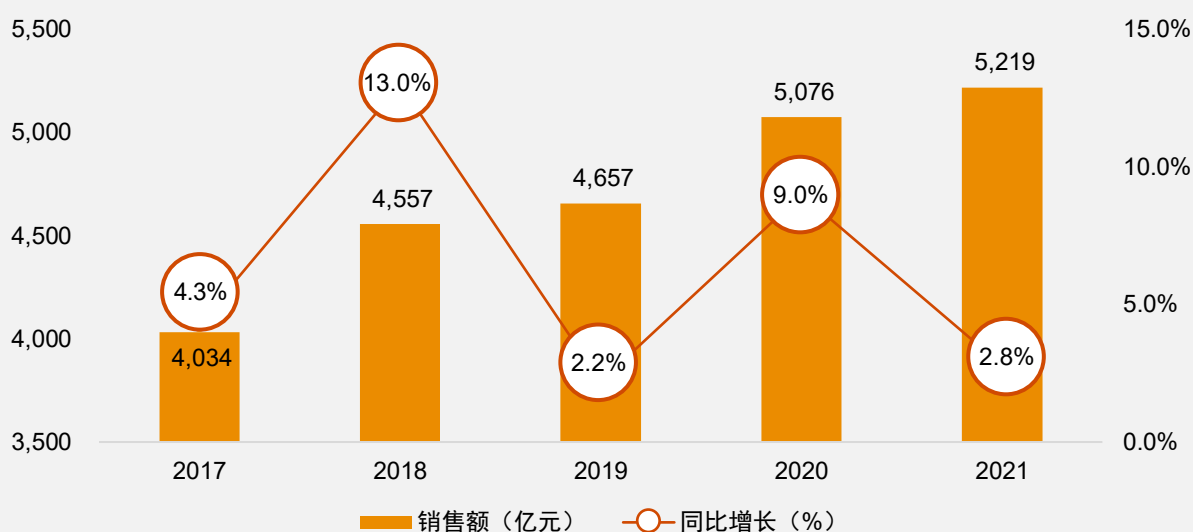


随着城乡居民收入水平的不断提高，食品质量安全意识的不断增强，居民对绿色有机农产品的需求逐年增长，绿色食品行业在疫情影响下仍保持增长趋势。

根据“全行业报告圈”发布的《2022年抖音电商十大潮流生活趋势报告》，2021年带有“天然”、“有机”等关键词的服饰短视频内容在抖音的播放量超过10亿次，同比增长526.9%。

根据中国绿色食品发展中心《2021年绿色食品统计年报》，2021年绿色食品销售额达5,218.63亿元，较5年前增长35%，其中以绿色蔬菜和绿色鲜果最受居民青睐。

表5：饮食更绿色：2017-2021年中国绿色食品行业销售额情况



参考资料：中国绿色食品发展中心、智研咨询，普华永道整理



住

2019年《绿色建筑评价标准》批准成为国家标准，标志着建筑行业由以往高污染、高能耗向绿色低碳、节能减排转型。通过对建筑使用过程中资源循环利用的重新设计，实现绿色建筑全生命周期管理。

根据商务部统计数据，2022年全国绿色商场累计500多家，其中2021年新增近200家。



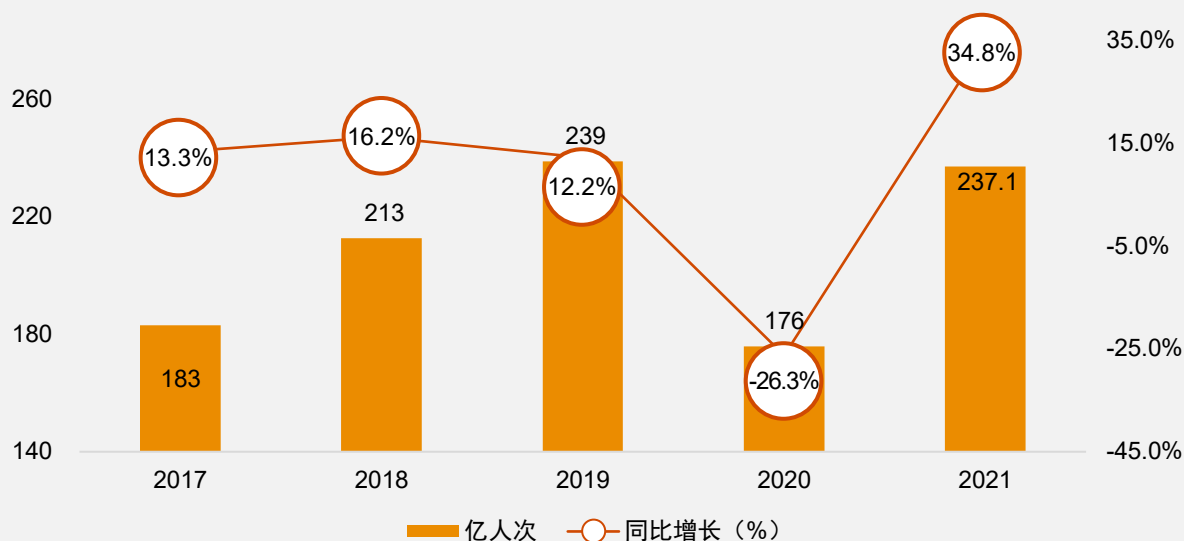
行

随着各市在公共交通等低碳出行方式的投入不断加大，绿色出行理念已逐渐融入居民生活。同时，在国家政策的持续鼓励下，共享出行、新能源汽车等出行方式正在全社会普及。

根据交通部《2021年交通运输行业发展统计公报》，截止2021年底，全国城市轨道交通运营里程达8,708公里，是2015年的2.4倍。在疫情的持续影响下，2021年城市轨道交通客运量强势反弹，同比增长34.8%，是2017年的1.3倍。

根据中汽协2021年中国汽车产销数据，2021年中国新能源汽车销量为352.1万辆，同比增长1.59倍，销量全球领先。

表6：出行更绿色：2017-2021年中国城市轨道交通客流量运情况



参考资料：交通运输部，普华永道整理



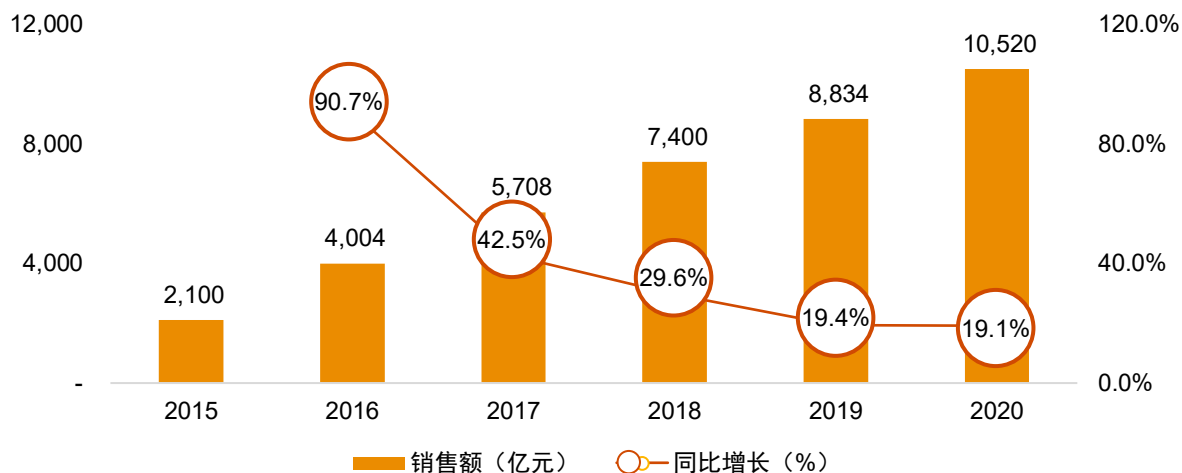
在促进绿色用品消费的政策补贴推动下，绿色用品供给逐步优化，绿色用品市场规模不断壮大，节能家电、节水器具、高效照明产品等成为居民首选。此外，循环经济和共享经济在国内兴起，个人闲置资源得到有效重复利用。

根据商务部统计数据，2021年“双十一”期间，节能电风扇、节能中央空调成交额同比分别增长274.1%和118.1%。

根据智研咨询《2021-2027年中国二手闲置物品行业市场研究分析及投资战略规划报告》，2020年二手闲置物品电商交易用户数达1.85亿人，交易额近五年年均增速超过40%，2020年突破万亿元，其中电子产品和日用产品的循环利用最受消费者欢迎。



表7：产品更绿色：2015-2020年中国二手闲置物品交易市场规模情况



参考资料：智研咨询《2021-2027年中国二手闲置物品行业市场研究分析及投资战略规划报告》，普华永道整理



游

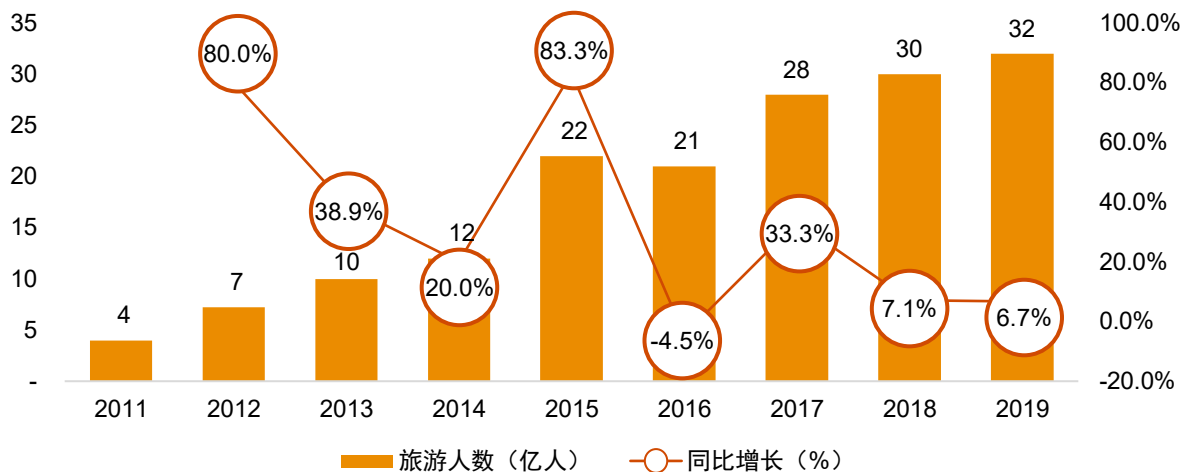


结合当地绿色、生态和特色资源，生态旅游、乡村旅游、康养旅游等绿色旅游方式给中国旅游市场注入了强劲活力，绿色休闲、特色鲜明、环境友好的旅游方式对居民的吸引力不断提升。同时，随着各类宣传的持续深入，绿色旅游消费习惯已经深入人心，外出旅游自带洗漱用品、降低入住酒店床单毛巾更换频率等绿色旅游方式逐渐成为时尚。

根据中国文化和旅游部、中国农业农村部统计数据，疫情前休闲农业和乡村旅游接待人数呈现持续快速增长的趋势，2019年休闲农业和乡村旅游接待人数共计32亿人次，是2011年的8倍。

根据缤客《2022年可持续旅行报告》，超九成中国游客意识到可持续旅游的重要性且更倾向于选择可持续发展住宿，近三成的中国游客表示愿为当地可持续发展支付更多费用。

表8：旅游更绿色：2011-2019年中国休闲农业和乡村旅游接待人数情况



参考资料：中国文化和旅游部、中国农业农村部、前瞻产业研究院，普华永道整理



【实践案例】

实体消费场景



香港K11 MUSEA——绿色+商业构建“香港文化硅谷”

建成时间：2019年

建筑面积：11万平方米

设计理念：海边的灵感缪斯（A Muse by the Sea），定位为香港的文化硅谷，将艺术、建筑、设计、可持续性和各种文化形式注入消费者的日常生活中。

外立面：外立面呈现波浪型，设置的退台为消费者创造出多元的户外露台。通过世界上最大的垂直绿化外墙，实现雨水收集、自动灌溉、降低能耗的作用。

屋顶：可持续性为K11 MUSEA的设计核心。MUSEA屋顶为香港首个以“城市生物多样性”为主题的室内外自然博物馆和可持续发展教育园区，占地876平方米的园区内展示了超过180种本地及外地植物，提供“从农场到餐桌”的体验，同时举办了一系列以可持续为主题的互动性工作坊，致力于连接个人及以可持续生活模式为意愿的品牌。

室内布景：以树根生长形态为原型，错综复杂的枝干形成螺旋形的天花，同时采用大量原木素材、印花元素和绿色植物橱窗，使艺术、创意和绿色在这里形成统一。

绿色建筑认证：项目已取得美国LEED（金）和香港BEAM Plus（金）标准认证。与美国ASHRAE 90.1标准的基线相比，每年能耗降低12%以上。



【实践案例】

实体消费场景



杭州天目里综合艺术园区——绿洲般“城市客厅”

建成时间：2020年

建筑面积：23万平方米，包含办公、美术馆、艺术中心、酒店、设计师品牌买手店、秀场等业态

设计理念：以苹果为原型，在硬质界面下拥有丰富的内核

绿色内核：以下沉空间、地面植被、水池、露台花箱、屋顶花园共同打造三维绿色景观体系，构建树阵景观、水镜广场、下沉庭院等景观空间。同时在屋顶种植了杭州的标志性树种——绿茶。应用天然光导系统和DMX512照明控制技术，自动调节人工照明，节约能耗的同时提升照明舒适性。

商业品牌：引入茑尾书店中国大陆首店、银盐照相馆、Drivepro、Seesaw杭州首店、B10CK时尚买手店等品牌，丰富消费体验。



【实践案例】

绿色消费理念



深圳海岸城“蚂蚁森林绿色生活节”——具象人们对绿色生活的感知

时间：2022年4月15日-5月4日

地点：深圳海岸城

活动内容：

- **可再生装置：**展示主体基本使用瓦楞纸等可再生材料进行搭建
- **低碳生活实验室：**通过16个可旋转立体牌，向大众展示日常生活中的低碳小常识。
- **绿色友好商户打卡：**从自带杯买咖啡、不打印纸质小票、美妆空瓶回收、自备环保袋购物等身边的小事出发，顾客完成相应挑战即可换取限量帆布袋和小徽章。



3.2 智慧建设 数字消费 持续赋能

可持续城市发展强调通过科技创新提升经济和社会水平。商务楼宇、消费空间、生活社区、基础设施、政务服务、生态环境等各方面都在通过信息化、数字化、智能化技术获得持续赋能。

其中，数字消费作为以现代信息网络为主要载体的消费形态，打破了时空限制，使有限的资源能够普惠大众，满足多元化的消费需求，已经成为城市可持续发展和消费升级的重要引擎之一。

在新一轮信息技术革命的推动下，网络购物、移动支付等数字消费模式发展迅速，数字消费作为重组要素资源、重塑经济结构的关键力量，以其集约智能、绿色高效的特点，进一步完善“互联网+”消费生态体系，为经济和社会持续健康发展提供了强大动力。2021年全国数字经济规模达45万亿元，与2012年相比，扩大了4倍，占国内生产总值比重的39.8%。

在数字消费的赋能下，可持续城市发展与消费升级在以下三种数字消费模式的不同消费场景中得以体现。



场景一：线上数字消费

互联网医疗、线上教育培训、远程办公等“宅经济”兴起



场景二：线下数字消费

智慧楼宇、智慧商场、智慧旅游景区等提升空间和区域精细化、科学化服务水平



场景三：线上线下联动数字消费

疫情以来，美团、大众点评、饿了么生活平台活跃用户数发展迅速，通过“无接触配送”、直播带货等方式，提供更好的消费体验，实现线上线下融合

模式一：建平台

2021年多个一线城市在数字消费领域发力，打造具有国际影响力的数字消费平台，升级实体消费空间，以吸引更多品牌首店、新品首发地、数字化概念店等入驻城市，提升城市对企业总部的吸引力，引领高端消费聚集，提高城市消费能级。



广州全球首家Nike Rise概念店——数字化体验+本土运动社群服务

区位：广州市天河区

占地面积：2,053平方米

开业时间：2020年7月

数字化体验：

- **Nike App：**消费者在店内通过Nike App，能够获得“Nike尺码推荐”、“Nike为你找遍尺码”、“Nike快速获取试穿”和“Nike同城会员体验”等服务，通过数字化技术，Nike App能迅速为消费者推荐最适合的鞋码，并得到该尺码的颜色、库存等数据，消费者可以快速预约试穿。
- **移动支付：**消费者可随时随地通过店员的移动结账设备进行付款。
- **本土运动社群服务：**会员可以Nike App报名参加店内或市内举办的各类体育活动，包括耐克专家营、明星教练工作坊等活动。

模式二：促融合

数字技术与传统消费的融合，赋能实体商业，推动传统消费产业在技术、管理、商业模式等各领域的创新。中国百货商业协会的调查结果显示，2020年近九成的百货零售企业已开展线上业务，超六成企业线上销售额较2019年有所增长。



东方甄选——数字经济+传统行业，加快传统教育集团转型

2021年12月新东方携“东方甄选”品牌正式开始直播带货。凭借在传统教育培训阶段积累的知识储备、逻辑思维、讲解能力和消费者对新东方的品牌认知，“东方甄选”在2022年6月爆红，其独树一帜的直播卖货形式，吸引了大量消费者。新东方商业模式转型初见成效。

根据蝉妈妈数据，自6月10日“东方甄选”突然走红以来，近30天“东方甄选”累计开播32场，粉丝数量增加超2千万，累计销售额达8.63亿，已连续保持日均千万级销售额，成为抖音的头部直播卖货主播。





模式三：添特色

2020年31个省市的政府工作报告中，有26个省份提出要大力发展数字经济，通过依托地区禀赋条件，培育电子商务、文化旅游、医养结合、数字创意等新型业态，不断强化地区自身优势，打造地区特色消费、经典特色地标等，将地区特色推向世界。



【实践案例】



山东省菏泽市曹县——本土特色禀赋数字化转型

菏泽市曹县曾长期是山东省内贫困人数最多的地区，工业基础薄弱，原来以棺木及寿衣为支柱产业，在数字消费兴起后，曹县依托原寿衣产业，转型生产汉服、演出服等，迅速抢占全国汉服三分之一的市场份额，形成设计、制作、产品展示于一体的汉服产业链。

2018年随着数字化消费的发展，“直播购物”、“网红经济”等消费模式在全国爆发，曹县迅速建立直播基地，开展短视频营销、直播带货、网红培育等活动，充分发挥数字消费的优势，赋能当地城市经济可持续发展，成为“全国十大电商发展典型县”之一。

2021年曹县共有168个淘宝村，数量位列全国第二，成为仅次于义乌的全国第二大淘宝村集群。2021年曹县电商销售额281亿元，成为全国最大的演出服产业集群和汉服生产基地。

3.3 包容城市 体验消费 新颖沉浸

在面对多元文化和丰富的生活需求时，可持续城市发展理念更加强调以人为核心。市民拥有包括城市居民、生产者、消费者、管理者在内的多个身份，城市的兼容并包，需要更强体验感、更有亲和力的城市场景，满足不同身份下的居住、生产和消费体验。

就消费场景而言，与传统消费模式相比，体验消费更加注重空间塑造，通过融合商业空间与丰富的城市场景，打造沉浸式的消费体验，强调消费体验的亲历性、创造性和互动性。

近年来国家发文鼓励各城市、文旅景区开发和完善体验式消费产品，通过创新消费业态和模式，充分挖掘体验式消费潜力，在可持续城市发展进程中，促进体验消费与传统文化旅游业和商业空间结合。

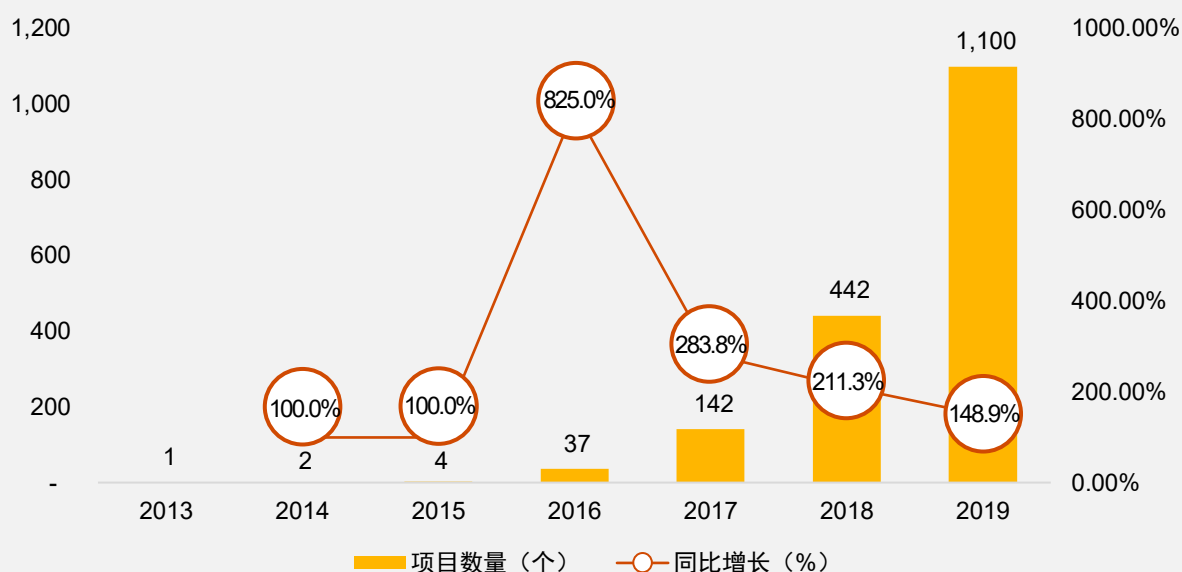
在政策推动和市场参与下，体验消费从产品无差别供给模式，向个性化、互动体验性转型。

随着与信息科技产业的结合及消费者对娱乐、社交、成长等方面价值的追求，体验消费产业正迅速崛起。

- 根据《幻境·2020中国沉浸产业发展白皮书》，2019年中国沉浸产业总产值达48.2亿元，沉浸式体验项目数量达1,100项，覆盖12大细分产业及34类业态，与2013年相比增长超过1,100倍，年增长率基本保持在100%以上。
- 2019年中国沉浸体验呈现上海和北京领头之势，其他城市也有较快发展。部分文旅景区也开始推出体验式消费业态，其中沉浸式演艺和沉浸式夜游等成为最受消费者瞩目的项目。
- 2019年中国沉浸式消费主要价位在100元至300元，占比超过61%。中国消费者对体验式消费的偿付额度和意愿较高。

现实实践

表9：体验型项目越来越多：2013-2019年中国沉浸式体验项目数量情况



参考资料：《幻境·2020中国沉浸产业发展白皮书》，普华永道整理



未来畅想

随着通讯、区块链、物联网、云计算等技术变革和广泛应用，元宇宙的广阔世界徐徐展开。元宇宙的集体虚拟空间融合了物理和数字现实，能够打破实体空间限制，实现现实体验与数字资产的深度融合，形成可以创造和消耗价值的市场环境，提供更加新颖的沉浸式体验。通过虚拟现实、增强现象和其他可穿戴设备，消费者可以在元宇宙的虚拟世界内创建、拥有和交易各类资产，实现其个性化需求，打造全新的消费生态系统，深入推进消费升级。

【实践案例】 现实实践案例

瑞虹天地宫Foodie Social：设计与商业共同呈现饮食文化体验

建成时间：2021年

占地面积：5,000平方米

设计主题：城中空中村落

体验式消费内容：

- **开放街区：**将户外美食集市的形式搬到室内，打造农场、酒窖、烹饪间、花园、制造坊等主题空间，优化消费者的购物体验。
- **活动场景：**提供食物实验、主厨快闪计划、品牌主题合作等场景，结合中庭空间，举办小型音乐会、表演、亲子互动等活动。
- **模糊边界：**将各式休息区穿插在“空中村落”中，强调社交的概念，加强消费者之间和消费者与商户的互动。
- **绿色花园：**通过拱顶花房、绿植等为消费者提供绿色休闲的环境体验，传递与自然共生的理念。

【实践案例】 未来畅想案例

- 2021年Meta公司宣布将在居家、社交、工作、健身、游戏、教育、宠物、交易等八个场景布局元宇宙相关业务，预计将在未来十年内实现千亿美元的数字化经济规模，涉及十亿人和百万个就业机会。消费者可以自由构建虚拟形象，在他人构造的虚拟消费空间内进行消费，同时也可以打造自己的虚拟消费空间，满足定制化的消费需求。企业和个人用户可以通过加强虚拟环境对五感的刺激，进一步优化消费者线上购物体验，促进消费升级。
- 《上海市培育“元宇宙”新赛道行动方案(2022—2025年)》提出加快面向娱乐社交、沉浸影音、教育培训等消费领域的交互技术升级，发展虚实交互新消费，加快推动数字会展、全景旅游、虚拟课堂、孪生工厂、无边界办公、数字城市等应用场景升级，提升虚拟购物体验，拓宽实体商业运营渠道。



绿色消费

绿色消费是城市可持续发展的内生动力，每个经济社会活动参与者的吃、穿、住、行、用、游等各方面都需要践行绿色低碳理念。我们认为，政府应进一步构建国家绿色消费行动计划和激励机制，企业应着力扩大绿色生产，创造更加可持续的生产空间和消费场景，在城市绿色转型过程中，助力绿色消费高质量发展。



数字消费

可持续城市发展需要科技和创新推动经济、社会、环境高质量发展，数字消费是城市可持续发展的强劲动能。我们认为，市场主体应进一步加强消费品与数字技术的融合，通过数字化赋能实体消费，创新消费体验，为消费者提供更多元、更便捷的消费场景。同时，政府应进一步加强数字消费的顶层设计，加快数字化基础设施建设，使实体经济和线下消费场景更好地适应乃至引领数字消费趋势，在可持续城市发展的大背景下，做大做强数字消费。



体验消费

可持续城市发展不断扩展科技的应用场景、文化的内涵属性和社交的边界范围，在提升城市活力的同时，助力构建高品质、更新颖、有特色的体验消费场景。我们认为，对于打造高品质的体验性消费场景，市场主体应注重商业、文化、体育、旅游等产业的融合，不断创造更具整体性、更有沉浸感的消费空间。此外，当技术赋能的边界足以支撑元宇宙的宏大虚拟世界时，我们认为，各类参与主体将能够享受元宇宙带来的便捷、交互和沉浸式体验，但元宇宙的开发和利用仍要满足现实世界中人们所秉承的以人为核心，以可持续发展为理念的生产、生活、消费之道。



空间承载、人本理念、助力消费

如何实现可持续城市发展对消费升级的促进作用

城市作为消费活动的空间载体，承载着人们对更宜居、更智慧、更包容的美好生活的广阔需求。在以人本理念为核心所形成的消费升级趋势下，城市内的企业和个人正在共同创造与城市可持续性相匹配的消费空间与人文场域。

普华永道充分认识到可持续城市发展助力消费升级对改善生活品质和构建新发展理念的重要性，从顶层设计、政策落实、市场供需、资金要素、技术前沿、科技保障、多元参与、生态融合等维度进行分析，结合对政府、企业、机构和消费者的理解，为如何实现城市可持续发展对消费升级的促进作用提出前瞻性思考。

可持续城市发展 助力消费升级的四大策略



战略实施：顶层设计、政策落实



资金要素：市场供需、有所倾斜



技术前沿：科技保障、适度超前



生态融合：以人为本、多方参与

4.1 战略实施： 顶层设计、政策落实

对于城市可持续发展和消费扩容升级，政府需要做好全方位、全周期、多角度的战略规划。2021年3月发布的《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》（以下称“目标纲要”）从近中远期的战略层面，以19个篇章涵盖经济、社会、城市、民生、消费各个方面，从国家建设宏伟蓝图和各项任务行动纲领的战略高度，统筹引领经济建设、城镇发展和人民生活的前进方向。

可持续城市发展助力消费升级的各项战略目标从前瞻规划到落地实施，需要各级政府结合经济产业发展规律和科学技术应用成效，在可持续城市发展和消费升级的城市发展规划、区域协调、资金安排、科技保障等方面，制定一系列引导、支持和规范性政策和指导意见。同时，需要企业和社会在国家战略和各项政策的指引下，积极参与到可持续城市发展和消费升级的重要任务及代表性项目开发建设中。



策略一：

以人为核心的城市规划建设

提规模：有针对性地增加不同地区城市常住人口

保质量：健全对城市已有和新增居民的服务机制

城市可持续发展方面

战略谋划：

《目标纲要》中的第八篇——“完善新型城镇化战略，提升城镇化发展质量”，从人口市民化、城镇空间布局优化、城市品质提升3个方面，明确中国的新型城镇化道路要以人为核心，以我国存在的不同规模的城镇、城市、城市群和都市圈为空间载体，构建特色与协调相统一的更高品质的现代化城市生活。

策略二：

优化区域布局、城镇空间和产业功能

协调联动：形成城市群和都市圈之间及内部的分工协作、成本共担和利益共享机制

优化功能：超大特大城市中心城区聚焦产业功能和要素配置的高端环节，大中城市依托资源禀赋营造特色生产、生活和消费场景，广大县城补短板强弱项

策略三：

提升可持续城市发展质量

新旧模式转变：遵循城市发展新趋势，提升城市绿色、创新、智慧、人文和可持续发展水平

加强城市治理：以创新科学的管理理念、管理模式、管理手段，提升城市精细化、智能化、科学化治理水平



政策落实：

为探索中国城市可持续发展路径和经验，国务院于2016年发布了《中国落实2030年可持续发展议程创新示范区建设方案》。在该方案的指引下，2018年开始在深圳市、太原市、桂林市、郴州市、临沧市、承德市建立国家可持续发展议程创新示范区，结合各市禀赋和发展目标，制定城市可持续发展规划和示范区建设方案，并由国家可持续发展实验区部际联席会议对国家可持续发展议程创新示范区的建设进行指导和管理。

6市建设国家可持续发展议程创新示范区内容概要

序号	名称	目标
1	深圳市国家可持续发展议程创新示范区	创新引领超大型城市可持续发展
2	太原市国家可持续发展议程创新示范区	资源型城市转型升级
3	桂林市国家可持续发展议程创新示范区	景观资源可持续利用
4	郴州市国家可持续发展议程创新示范区	水资源可持续利用与绿色发展
5	临沧市国家可持续发展议程创新示范区	边疆多民族欠发达地区创新驱动发展
6	承德市国家可持续发展议程创新示范区	城市群水源涵养功能区可持续发展

消费升级方面

战略谋划：

《目标纲要》中的第四篇——“形成强大国内市场，构建新发展格局”，强调各级政府要畅通内循环，政企共同培育完整内需体系，增强消费对经济发展的基础性作用，以高品质、强特色、重新颖的消费需求，提升经济、社会和城市发展中的创新能力。在消费升级大趋势下，企业在政府规划指引下，通过对传统消费、新兴消费、服务消费、公共消费的革新，扩充消费领域、提高全社会消费水平和品质。结合不同城市的发展阶段、经济和人口规模，市场主体分类构建可持续城市发展助力下的消费升级空间环境。

政策落实：

在《目标纲要》的指引下，针对如何实现消费升级，2020年3月由国家发改委等23个部门《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，对国内市场优化供给、文旅休闲消费提质升级、城乡融合消费网络建设、“智能+”消费生态体系建设、居民消费能力提升、放心消费环境营造等方面制定了具体的指导意见。

以消费升级4大场域中的国际消费中心城市为例，国家商务部等14个部门于2019年10月印发《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》，提出由国际化水平高、消费潜力大、基础条件好的北京市、上海市、广州市、天津市和重庆市，打造具有全球影响力的综合性国际消费中心城市，并以此带动一批特色强、专业精的区域性消费中心。

消费升级3大方向



升级传统消费

包括住房消费和汽车、家电等耐用消费品



培育新型消费

包括信息消费、数字消费、绿色消费、体验消费、时尚消费等



发展服务消费

包括教育培训、医疗健康、养老托育、文旅体育等

消费升级4大场域



集大成
国际消费
中心城市



强特色
区域消费
中心城市



建梯次
城乡融合
消费网络



固底盘
县域农村
消费环境



4.2 资金要素： 市场供需、有所倾斜

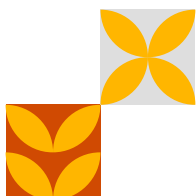
充分发挥政府引导与市场运作相结合的优势，统筹并高效利用企业投入、社会资本和财政资金，在构建可持续城市发展中培育消费升级的内生动力。

一方面通过财政性建设资金、地方性财政补贴、资金奖励、放宽服务消费领域市场准入等措施，由政府引导各方资源投向优质消费领域和场景的开发、建设和运营，强化政府在消费培育过程中的统筹协调作用。

另一方面遵循市场机制和可持续城市发展规律，通过市场在资源配置中的决定性作用，引导优质消费资源聚集，激发消费市场活力，将消费升级同改善生活品质相结合，增强城市发展内生动力。

政府层面

政府建立财政资金补助机制，扶持示范企业，充分调动各类市场主体的积极性。为扩大高品质消费项目供给，提升生活质量，政府可在城市更新领域，在建设可持续发展进程中，通过货币奖励等多种方式，激发传统消费空间的消费活力。



北京市发布全市商业改造提升行动计划，加快高品质消费空间落地，推动城市高质量发展。

- 对传统商圈内的商业主体外立面改造、店内改造等项目，给予最高500万元资金支持。
- 对商圈内商业主体智能化改造项目，给予最高200万元资金支持。
- 优化冬奥赛区六大场馆周边商业设施配套，推动一批项目年内高质量落地。
- 在消费类公共场所实施宽带扩容，提升手机信号覆盖率。
- 优先完成2,000户困难老年人家庭适老化改造，发展多样化养老服务。

重庆市对示范区县、示范商业载体、龙头企业、商业品牌首店、重庆特色品牌等优秀企业和优秀品牌给予资金奖励。

- 对纳入培育消费试点的示范区县给予500-1,000万元资金奖励。
- 对新引入的龙头企业给予最高不超过200万元的资金奖励。
- 对每个地理标志农产品保护工程给予最高不超过400万元的资金奖励。
- 对新开设直营门店的老字号企业，给予最高不超过100万元的资金奖励。
- 对实施数字化、智能化改造的企业，给予最高不超过50万元的资金奖励。

市场层面

对于推动可持续城市发展的大体量项目，除政府提供资金和政策引导外，应充分遵循市场规律，引入社会资本，提升城市经济活力。

以北京环球影城项目为例，其所在的通州区定位为北京城市副中心，主导功能为行政办公、商务服务和文化旅游。2013年北京市政府通过平台公司引入社会资本，共同打造北京环球影城，拉动周边区域消费增量、提供大量就业岗位，打造北京文旅“新名片”。



【实践案例】

北京环球影城

区位：北京市通州区

占地面积：约4平方公里，一期占地面积1.69平方公里

开业时间：2021年9月

投资额：一期总投资额达65亿美金

资本结构：中外合资，五家北京市国有企业合资成立的北京首寰文化旅游投资有限公司持股70%，康卡斯特NBC环球主题公园及度假区集团持股30%，中方企业主要负责工程建设，外资企业主要负责环球影城的设计与运营。

营收情况：根据北京市商务局数据，北京环球影城项目开业仅3个月实现营业收入16.45亿元，累计接待游客超过210万人次。

对区域和城市的带动作用：根据2021北京城市副中心文旅产业峰会暨全球主题娱乐行业领袖高峰论坛，随着北京环球影城项目的落地，为有效承接其外溢效应，城市副中心计划推动通州大运河5A景区、张家湾设计小镇、台湖演艺小镇等标志性旅游节点建设，同时引进10家跨国公司或特大集团公司、100家独角兽企业、文化类上市企业和投资机构，1,000家文化内容和技术团队，打造“文化科技融合”的千亿级产业集群。

4.3 技术前沿： 科技保障、适度超前

随着城市可持续发展进程加深，居民消费需求更加差异化和多元化，需要通过以5G、云计算、大数据、区块链、人工智能、虚拟现实和增强现实、新型交通设施等为代表的数字科技来重构消费模式、丰富消费场景、释放消费潜力。对于能够助力城市可持续发展和消费升级的7个新技术融合应用场景，应加快数字化基础设施建设，适度超前布局相关设施设备。



智慧城市

搭建和优化城市智能化运行管理服务平台，打造城市智慧大脑，助力城市治理模式创新，促进城市全面、健康、协调、可持续发展。



智慧交通

推动公路智能化管理，实现道路运行状况实时监测、信号控制等综合交通管控，建设实时、准确、高效的综合交通运输体系。



智慧农业

推广农业信息智能感知、智能控制、精准投入、精准收获等新型农业生产技术。



智慧文旅

实现文化旅游景点、博物馆、艺术馆数字化转型，开展虚拟展厅、直播旅游等新型服务，打造集文化和商业于一体的智能消费空间。



智慧制造

实现产业链的智能化改造和创新，促进设备、车间、研发、供应链和管理的智能化应用。



智慧医疗

健全医疗卫生机构数据共享机制，推广远程医疗，构建家庭健康检测和远程看护系统。

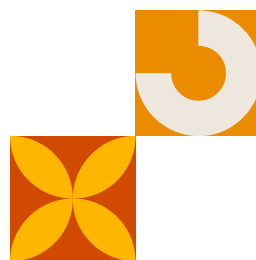


智慧家居

提升智能电器和灯光控制、安防监控系统等技术的应用水平，构建高效的住宅设施和家庭事务管理系统。

4.4 生态融合： 以人为本、多方参与

前瞻的战略、落地的政策、充足的资金和前沿的技术能够推动城市可持续发展和消费升级。在此基础上，结合现代产业体系、市场环境建设和文化软实力，将能够形成可持续城市发展和消费升级的完整生态圈。



构建现代产业体系

现代产业体系是可持续城市发展的基础，也是消费升级的物质保障。不断优化的现代产业体系能够引领乃至创造新消费需求。政府应服务现代产业体系中的参与者，企业依托先进、安全的产业链和供应链，雇佣优秀的产业人才，提供优质消费品和服务。在现代产业体系内成长起来的产业工人，同样是拥有很强支付能力和很高消费意愿的消费中坚群体。由现代产业体系所支撑的城市，汇聚了持续增长的高素质人才和消费者，并由此形成了一体联动的可持续发展生态圈。



上海市：

作为长三角经济区的龙头，上海市以其中高端消费品制造业和完备的消费品终端市场为抓手，推进上海市可持续发展和消费升级。拥有世界第一大港口上海港、全国领先的张江高新技术产业开发区，2020年上海市第二产业和第三产业增加值全国领先，社会消费品零售总额全国第一。为了增强对高素质人才的吸引，上海市逐步放宽落户限制，吸引全国乃至全球范围内的高素质人才落户上海，扩充带动上海市消费升级的主力军。

强化市场环境建设

宜居宜业的城市空间和高效便捷的营商消费环境是可持续城市发展和消费升级的系统性保障。在城市空间方面，政府应鼓励和引导社会资本投入到城市更新领域，优化公共服务设施，补齐公园、绿地等文化休闲设施。在营商和消费环境方面，政府应健全市场监管体系，强化消费者权益保护，营造安全、健康和放心的消费市场环境，降低流通成本，提升消费效率。



深圳市：

深圳市致力于打造层次分明、功能完善、业态领先的商业体系和宜居的生活环境，形成“商圈+生活圈”的消费场景。截止2020年底，在城市空间方面，深圳市拥有全国数量最多的公园。深圳市正在着力完善多个商圈和目的地型商业项目，同时通过一批特色商业街区、时装周和购物季丰富消费体验。在营商和消费环境方面，截止2021年，深圳市拥有社区、企业、消费者权益服务站735家，创建了3,112家“线下无理由退货承诺店”，构建市、区、街道三级消费体系，保障消费者权益。

提升城市文化软实力

城市文化软实力是可持续城市发展的精神内核和消费升级的空间表现。城市可持续发展的面貌并非千篇一律，凸显城市特色、彰显地区禀赋的关键是文化软实力。政府和各市场参与主体在对城市人文资源的深度挖掘、活化利用和开拓创新，不仅能够显著增强城市魅力和发展的可持续性，也能够释放巨大的文化消费潜力。



【实践案例】



西安大唐不夜城在历史特色的基础上，结合夜经济、潮流文化、体验消费等新型消费场景，融入商业、娱乐、休闲、演出、体验等多种业态，打造了一条“盛唐天街”商业新地标，拓宽了旅游产业链条，满足了游客和市民的多元消费需求。

- 2018年12月25日，大唐不夜城正式开街。在大唐不夜城的带动下，2019年西安旅游业总收入超过3,100亿元，同比增长56.42%。
- 根据《2021抖音春节数据报告》，2021年春节期间大唐不夜城共接待游客154万人次，位列全国热门景点首位。





战略实施：顶层设计、政策落实

我们认为，可持续城市发展助力消费升级需要各级政府做好全方位、多角度、全周期的顶层设计，制定一系列引导、支持和规范性的政策和指导意见，完善新型城镇化战略，优化区域布局、产业功能和城镇空间，提升以人为核心的可持续城市发展质量。升级传统消费、培育新型消费、发展服务消费，分类构建不同发展阶段、经济和人口规模的消费升级空间环境。企业和社会应在国家战略和各项政策的引导下，积极参与到可持续城市发展和消费升级的创新活动和代表性项目开发建设中，提升城市发展质量，增强消费水平和品质。



资金要素：市场供需、有所倾斜

我们认为，可持续城市发展助力消费升级需要政府引导与市场运作相结合。政府建立财政补助、资金奖励等措施，扶持示范企业，引导各方资源向优质消费领域和场景倾斜。企业和社会应进一步加大对消费升级领域的投入，加大优质商品和服务供给，充分发展品牌经济，形成优质消费资源和消费品牌的聚集，增强城市发展的内生动力，提升城市消费活力。



技术前沿：科技保障、适度超前

我们认为，可持续城市发展助力消费升级需要促进以5G、云计算、大数据、区块链、人工智能等为代表的现代数字化科技与消费融合，加快数字化基础设施建设，适度超前布局相关设施储备。通过新型数字化技术的连接和交互作用，政府、企业和社会可以着力打造智慧城市、智能交通等7个智能化应用场景，创新和迭代技术手段，培育消费新业态、新场景、新模式，推动消费转型升级。



生态融合：以人为本、多方参与

我们认为，可持续城市发展助力消费升级需要整合现代产业体系、市场环境建设和文化软实力建设，形成完整、有机、联动的可持续城市发展和消费升级生态圈。政府应保障现代产业体系，规范消费市场环境，引导企业和社会活化利用历史文化资源。企业和社会应依托先进的现代产业体系，顺应新消费需求，提供优质消费品和服务供给、丰富消费场景。以消费者为核心、多方参与的生态圈，能够释放拥有支付能力和消费意愿的高素质劳动力的消费潜力，更好地满足人们对美好生活的向往，提升可持续城市发展质量，全面促进消费升级。



联系我们



致谢

本文的主要作者包括普华永道中国可持续城市发展综合服务部门陆遥、杨根、宋江舟

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ESG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

普华永道中国可持续城市发展综合服务合伙人
电话：+86 (21) 2323 3260
邮箱：cyrus.lu@cn.pwc.com

杨根

普华永道中国可持续城市发展综合服务经理
电话：+86 (755) 8261 8392
邮箱：gen.g.yang@cn.pwc.com

宋江舟

普华永道中国可持续城市发展综合服务高级顾问
电话：+86 (755) 8261 3200
邮箱：cecilia.c.song@cn.pwc.com

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。

© 2022 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。