

多地创新开展国际消费中心城市培育建设

培育建设国际消费中心城市，是党中央着眼构建新发展格局作出的重大决策部署，对提振消费、推动高质量发展、更好满足人民美好生活需要具有重要意义。北京、上海、广州等城市紧扣“国际”，聚焦“消费”，突出“中心”，不断优化消费环境，推动国际消费中心城市培育建设取得积极成效。

创新消费场景

创新升级消费场景，对建设国际消费中心城市来说必不可少。相关城市积极创新和丰富消费场景，以游客的个性化、品质化需求牵引旅游服务持续完善，以多元供给激发消费潜力和市场活力。

北京市东城区前门之夜科技体验馆开馆，西城区大吉巷完成华丽蜕变，丰台区长辛店老镇打造“演艺+消费”新空间……今年通过“场景革命”，北京将厚重的历史文化底蕴与“Z世代”的潮流基因相融合，为国际消费中心城市建设按下“加速键”。

北京市商务局消费促进一处副处长李航告诉记者，北京大力开展时尚场景育新行动，着力构建多元融合集聚区，重

点围绕16个场景推动商业、文化、旅游、体育深度融合，打造一批融合发展示范项目。

眼下正值暑期，夏日消费迸发澎湃活力。7月上旬，2025“上海之夏”国际消费季启动，精彩纷呈的夏日主题活动吸引了来自世界各地的游客。相较往年，今年“上海之夏”品牌参与度更广，囊括文化艺术、体育赛事、文旅商联动、IP跨界等多种形式。

豫园商城联合互联网视频平台推出主题餐厅、联名产品等，获得全球年轻消费者青睐；浦江游览集团以一江一河“新场景”为引擎，设计推出多元化产品体系，融合“音乐嘉年华、特色餐饮、萌宠社交”等创意玩法，开启夜游上海新形态；泡泡玛特“潮玩之夏”、露露乐蒙“夏日乐挑战”全国总决赛等活动轮番上演……作为以促进暑期入境消费为主的城市活动品牌，“上海之夏”国际消费季活动取得显著成效。活动期间，境外旅客人数同比增长42.2%，外卡消费总额同比增长68.2%。

作为消费场景的重要载体，商圈焕新升级对挖掘消费潜力具有重要促进作用。2021年以

来，广州新增和改造升级商业载体超过60个，商业面积扩容363.08万平方米。2025年，广州27个商业项目、185.5万平方米商业新空间将陆续投用。

当前，广州正聚力打造多层次商圈体系，构建世界级、都会级、区域级三级商圈格局。其中，太古里、K11、华润万象城等商业项目接连落地，城市消费能级不断提升。

优化消费环境

消费活力更好释放，离不开良好的消费环境。

在北京，有“金街”之称的王府井正在发生改变，首店、首发成为街区发展关键词。街区先后引进寻京喜旗舰店、“沉睡的古堡”混合现实沉浸式体验空间、霸王茶姬“书香茶韵”主题旗舰店等高品质首店或旗舰店21家，策划开展86场街区户外活动。

北京市东城区王府井地区管理委员会党组书记、主任张勇告诉记者，管委会持续优化首店旗舰店尤其是国际名优品牌落地的全流程闭环服务机制，围绕企业注册、立项备案、证照办理、装修施工等事项，探索建立“绿色通道”。

时尚潮流品牌入驻，创新业态持续涌现，北京的系列举措精准触达年轻客群，街区活力指数直线攀升。今年1—5月，北京新增落地首店近400家，累计举办首展、首演、首秀等活动近200场。

“通过系列举措，打通支付、购物、退税的跨境消费全链条，增强了国际游客消费意愿和便利感。”广州市商务局相关负责人说。

加强制度创新

面对本土品牌国际影响力不足、消费环境国际化程度有待提升等问题，相关城市在政策协同、制度创新等方面持续发力，打造具有中国特色的消费中心城市范式。

上海在全国率先推行离境退税“即买即退”便利服务试点，持续改善消费体验。离境退税政策从“首单”破冰到智慧服务遍地开花，不断优化的营商环境与消费体验，为上海注入澎湃动能。目前，上海开通17个离境退税集中退付点，覆盖南京路、陆家嘴、徐家汇等重点商圈。

在集中退付点设立之前，北京旅客只能在离境口岸退税

窗口办理离境退税。在16家大型综合性商场成为“即买即退”商场试点的基础上，北京再推升级扩围举措，推出“全城离境退税、市内一点通办”服务模式，设立市内“即买即退”集中退付点。

专家表示，落地集中退付点这一制度创新将显著提升境外客群消费体验，旅客可方便快捷地完成退税，既缩短资金回流周期，也创造了“退税即消费”的二次消费场景，进一步释放高端消费潜力。

广州实施服务业扩大开放试点任务129项，涉外法律服务、绿色金融等13项举措入选全国试点案例，“商事登记跨境通”服务平台经验正向全国复制推广。

从“培育建设国际消费中心城市”被写进国家“十四五”发展规划，到国务院批准率先在北京等5个城市开展培育建设，再到商务部出台文件扎实推进培育建设各项工作……政策红利不断释放，创新实践持续深化，国际消费中心城市有望成为全球消费趋势策源地，引领我国消费向更高水平跃升。

（《经济日报》记者/杨学聪、李治国、喻剑）

监管发力 万亿在线旅游市场或迎新局

当前，正值暑期旅游旺季，在线旅游市场持续升温的同时，相关投诉也屡屡出现，引发监管升级。记者注意到，为规范市场秩序，相关监管部门近来接连进行了部署，尤其强化了对在线旅游平台（OTA）的监管。

业界认为，经历前期的高速增长阶段后，我国在线旅游市场已迈入万亿元规模，行业竞争日趋激烈。监管和规范举措的升级，不仅有助于推动平台健康发展，也促进其进一步聚焦服务与创新，引导行业从“高速增长”迈向“高质量发展”。

监管部门约谈多家OTA

近日，贵州省市场监督管理局集中约谈了携程、同程、抖音、美团、飞猪5家涉旅平台企业，对相关平台企业可能存在的实施“二选一”、利用技术手段干预商家定价、订单生效后毁约或加价、价格欺诈、哄抬价格等问题进行了通报，进一步提示了违法风险。

业界分析称，贵州省市场监督管理局此次在暑期旅游高

峰期“亮剑”，有助于降低市场风险，提升暑期旅游体验。

网经社电子商务研究中心分析师陈礼腾认为，此次约谈通过事前把法律红线一次性亮明，既给平台画定了“不可为”清单，又起到了警示与教育的作用。

北京第二外国语学院旅游科学学院教授王金伟表示，市场治理有多种方式，将传统监管威慑与点对点约谈相结合，能更有效地针对典型企业进行监督管理，督促整改问题。

“贵州省相关部门的约谈既是一次治理，也是一次预防性监管，旨在促使在线旅游平台良性发展，特别是在暑假旅游市场火爆的背景下，有助于提前防范潜在问题。”王金伟说。

针对约谈提到的各项问题以及后续的改进举措，记者询问了以上被约谈的在线旅游平台企业，但相关企业均表示目前没有可以公开回复的内容。

共性问题引发管理升级

监管升级背后是行业发

展暴露的问题。业内普遍认为，随着在线旅游平台的快速发展，相关问题日益凸显，影响了消费体验和市场的规范发展。

记者从新浪旗下消费者服务平台“黑猫投诉”获悉，近1周内，已有多起针对OTA的投诉。其中，有消费者反映，在某头部平台预订了酒店，到店后却发现无法入住，并被要求加价；也有消费者称，平台上的机票定价疑似“杀熟”，新账号和老账号搜到的机票价格相差极大，自己通过平台预订的头等舱甚至变成了经济舱。

另据网经社旗下网络消费纠纷调解平台“电诉宝”受理的投诉数据显示，2025年以来，针对在线旅游平台的投诉主要有退款问题、网络欺诈、售后服务、高额退票费、虚假促销等。

对于行业存在的问题，相关部门已经在积极行动。记者注意到，今年暑期刚开始，在文化和旅游部第二季度例行新闻发布会上，国家市场监督管

理总局表示，将切实规范餐饮、住宿、在线旅游平台等旅游相关行业经营者的价格行为，严厉查处经营者利用不公平格式条款侵害消费者合法权益的行为。

今年全国两会期间，国家市场监督管理总局也对平台规则不公平、收费不合理、算法不透明、直播电商乱象频出等作出回应，明确将坚持监管规范和促进发展并重，大力支持平台企业在引领发展、创造就业、国际竞争中中大显身手。

“从国家政策文件及动向来看，旅游市场将会迎来更为严格的监管。直接点名5家在线旅游平台，无疑彰显了监管的坚定决心与推进速度，可以预见后续的监管也将更加严格。”王金伟说。

规范发展激活万亿市场新动能

此次被约谈的平台不仅包括携程、同程等传统OTA，也涵盖了美团、抖音等业务多元的平台企业。业内专家认为，

这折射出在线旅游市场的巨大活力和潜力。

王金伟认为，目前在线旅游市场仍然有较大发展潜力，因此吸引了更多企业涉足，特别是头部内容和消费平台的人局，进一步激发了市场活力，促进市场竞争。

相关数据也印证了市场的活力。网经社电子商务研究中心发布的《2024年度中国移动出行市场数据报告》显示，2024年，我国在线旅游市场规模为11490亿元，同比增长28.27%；在线旅游用户规模为5.48亿人，同比增长7.66%。

天眼查数据显示，截至8月8日，今年以来我国已新增8.9万余家在线旅游相关企业，同比增长8%；在线旅游相关企业注销数量为2.38万余家，同比下降55.2%。

展望未来，王金伟说，“在监管和市场的共同作用下，在线旅游市场有望持续壮大，为我国消费市场注入发展活力。”

（《经济参考报》记者/王文博、袁小康）