

关于建议以服务消费为重要抓手，推动消费提质扩容的提案

※背景情况※

中央经济工作会议明确将“大力提振消费”放在明年首要工作任务，强调要“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”“创新多元化消费场景，扩大服务消费”。

※问题及分析※

作为国际化大都市，上海在服务消费的规模、增速及占比上仍存在不足，主要在于：

1、产品优质供给不足。对标国际化大都市，优质供给仍显不足，大型文化 IP、体育赛事 IP 数量有限，高影响力的旅游地标数量不多。

2、国际化水平不够。2024 年，上海口岸入境人数已超过 400 万人次，是去年同期的近两倍，但是和 2019 年 897 万的高峰数比，仍有差距。和纽约、伦敦、巴黎、东京等世界城市相比，境外游客规模、停留天数和旅游消费品种也有待提升。

3、融合联动不足。文旅、体育、餐饮和商业等业态的融合尚不深入，一些商业综合体缺乏文化活动、文娱演出等多元引流，夜经济和跨行业融合体量相对小，区域间联动尚不够突出。

4、新技术应用深度有限。虽已初步运用 5G、VR、AI 等技术，但整体应用程度和创新深度不足，产品与场景融合仍有较大提升空间。

5、消费环境需持续优化。对于一些新型文娱演出、跨界主题活动和特色餐饮体验的审批仍不够快捷灵活，企业在申报办理过程中平均耗时较长。此外，部分服务领域仍存在乱收费、宰客等行为，需要加大力度整治。

※建议※

1、加大重点领域新型服务消费业态培育。一是文化领域，重点培育和发展有世界影响力的品牌演出、博物馆藏品展出、世界级节庆活动、以及电影、文创、动漫、游戏、交互艺术、微短剧等创新文化产业，打造全球文化消费高地。二是体育领域，引进和举办有全球影响力的顶级体育赛事，打造全球瞩目的各类体育 IP。三是在旅游领域，打造具有虹吸引流能力的超级 IP，不断推出世界级旅游地标，吸引更多国际游客。四是在医疗康养领域，大力发展高端体检、国际医疗、居家养老、家政养护、康养旅游等。五

是在教育服务领域，鼓励高校和国际知名学校联合办学，吸引海外优秀学生来中国学习，打造国际化教育服务品牌。

2、进一步提升服务消费国际化水平。一是全力打造城市 IP 化，增强全球吸引力。国际化大都市需要以城市整体形象塑造、重要地标建设、重大文化活动和体育赛事的举办，开展城市整体 IP 化营销，提升城市全球吸引力。二是加大服务消费领域的对外开放。鼓励国际高端服务品牌落户，放宽外资准入范围，为国际金融、医疗、文艺、体育等多元机构提供灵活落地和经营政策，提升全球游客和高端人才的吸引力。

3、大力促进服务消费融合发展。一是打造购物和文化、体育、餐饮、展览、演出于一体的世界级商圈。全面拓展商业主街和后街的融合与深度，支持商圈各街在功能上细分，又在消费体验上全面融合。推进多区域协同联动，以主题节日、跨区文旅路线带动消费。打造“夜上海”品牌，把高端品牌、特色小店、文娱演出、美食、灯光秀等融合在一起，延长游客消费时间。二是鼓励跨行业服务消费创新融合。引导企业打破传统行业界限，创造新的服务消费模式。

4、加大新技术对产品和场景应用的创新。一是充分挖掘消费者需求，动态跟踪消费者偏好，采用定制化生产方式，提供个性化产品。二是加快推进线上线下深度融合。

加快 5G、VR、元宇宙等新型场景运用。

5、持续优化服务消费环境。一是建立开放包容的消费环境。简化审批流程，放宽审批范围，提高审批效率。二是加强服务消费监管。建立健全服务消费监管体系，加强对服务质量、价格、安全等方面的监管。严厉打击旅游服务中宰客、欺诈等不良行为；完善投诉处理机制，及时解决消费者在服务消费过程中遇到的问题，营造良好的服务消费市场环境。