

南京,距离“万亿消费城”还有多远?

目前,我国共有7座城市的社零消费品零售总额(下称“社零总额”)过万亿。2024年,苏州以10043.7亿元成为江苏省第一座、全国第七座“万亿消费城”,南京则以8552.75亿元仅次于苏州,排在全国第八位,是冲刺“消费万亿俱乐部”的有力竞争者。

7月29日,南京市统计局数据显示:今年上半年,全市实现社零总额4384.22亿元,同比增长5.3%。眼下,“苏超”正在成为串联消费链、激发消费潜力的关键变量,正在建设国际消费中心城市的南京距离“万亿消费城”可望再进一步。

提振消费“全国一盘棋”

这个夏天,和“苏超”一样火热的,还有南京的消费市场。

人民网从南京市商务局获悉,7月5日“苏超”焦点之战南京队对阵苏州队当天,南京奥体中心涌进6万多名观众,全市66个“第二现场”吸引观赛客流25.4万人次,拉动总客流142.5万人次,带动商品销售额同比增长16.5%。

实际上,借力“苏超”拉动消费上半年已有部署。在5月份召开的江苏省政府经济运行调度会上,省长许昆林强调,要全力以赴服务做强国内大循环,积极发展消费主导型经济,充分发挥城市足球联赛撬动作用,促进文旅体商深度融合。

江苏省委常委、南京市委书记蒋红波在六月份全市重大产业项目推进会上也强调,要狠抓消费提振,放大“苏超”出圈效应,推动文旅体商融合发展。

“功夫在场内,成效在场外。每一座举办体育赛事的城市,都应该将体育赛事所带来的游客流量,转化为城市旅游消费的留量。”南京大学社会学教授、城市科学研究院执行院长胡小武说。

从国家层面来看,提振消费是当前我国经济发展的重要任务。2024年底中央经济工作会议将“大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求”列为2025年经济工作要抓好的重点任务之首。今年3月,政府工作报告提出“实施提振消费专项行动”。5月,国务院召开做强国内大循环工作推进会,指出“要深挖潜力提振消费”。

作为经济大省,江苏今年上半年实现社零总额23949亿元,同比增长5%,全省社零总量占全国总规模的9.8%,社零规模和净增额均为全国第一。

人民网梳理发现,北京、重庆、武汉等消费大市,今年政府工作报告均提及扩大内需。“多措并举提振内需拓展外需”,南京同样将其置于今年要重点抓好的九个方面工作之首。从中央到地方,“提振消费”正形成全国一盘棋的推进格局。

万亿体量的三大“密码”

从全国消费版图看,目前已有7座城市的社零总额突破万亿,这些城市的共同特征揭示了“万亿消费城”的底层逻辑。中国宏观经济研究院市场与价格研究所研究员刘方认为,“支撑一座城市消费增长的主要因素,包括人口规模及结构特征、产业基础、消费场景。”

人口是消费的基础,规模与结构直接决定了市



南京新街口商圈。

场容量与活力。深圳拥有近1800万常住人口,庞大的人口基数为消费市场提供了“基本盘”。而青壮年人口占比高的结构特征,更让消费市场充满活力——数据显示,深圳常住人口平均年龄仅32.5岁,近八成人口为15-59岁青壮年群体。这类人群消费意愿强烈,消费潜力大,成为拉动消费的主力。

一座城市消费增长的本质,在于产业动能与收入水平的协同共振,二者共同构筑消费可持续增长的底层逻辑。上海社零总额排名全国第一,是我国首个GDP突破5万亿元的城市,2024年三大先导产业规模1.8万亿元,外贸进出口总额4.27万亿元。强大的产业能级支撑了人均可支配收入全国第一的水平,进而推动消费市场的繁荣。

消费新场景是消费新业态、新模式、新产品的系统集成,对促进消费增长具有关键作用。在《北京培育建设国际消费中心城市2024年工作要点》中,营造城市消费新场景被放在了首要位置。

从江苏省内格局看,苏州社零总额率先破万亿,亦有赖于这三大核心驱动力。

在长三角41座城市中,苏州常住人口总量仅次于上海,是全国第一座常住人口超千万的地级市,也是江苏唯一人口超千万的城市。

在赛迪顾问“2024先进制造业百强市”榜单中,苏州位列全国第二。产业带来就业机会,2024年苏州城镇新增就业41.75万人,居江苏省首位。就业质量决定收入水平,2024年苏州居民人均可支配收入攀升至77524元,在长三角地区仅次于上海。

消费场景方面,苏州出台系列政策发展首店经济、夜经济,积极打造“演艺+”“赛事+”等消费新场景。为一场演唱会赴一座城,2024年苏州共举办1000人以上规模演唱会90场。

南京如何打造消费IP

“除了在三大核心驱动力上发力,与北上广深

及重庆、成都、苏州等城市相比,南京消费有自身的特点,突出表现在高质效的消费生态上。”刘方分析说。

南京拥有高能级商业服务体系。作为“中华第一商圈”,新街口的商业辐射力和品牌集聚效应闻名内外,2024年德基广场销售额达245亿元,刷新纪录。

更重要的是,南京都市圈覆盖苏皖8市,拥有3600多万人的消费市场。据统计,新街口商圈四成以上消费来自南京都市圈城市。

今年上半年,南京社零增速表现亮眼,与消费补贴等措施的拉动不无关系。不过,南京市商务局工作人员亦表示,2024年9月起实施的家电以旧换新政策形成了较高的基数,这些高基数因素使得今年下半年社零增长面临较大压力。接下来,南京将根据自身优势采取应对措施,“具体而言,将用好首店经济发展政策,招引高能级首店、会员制超市等,促进消费升级。挖掘文化底蘊,打造‘南京味、国际范’消费IP,提升南京对都市圈消费需求的辐射力。”

据悉,南京今年出台了《关于促进首发经济发展的若干措施》,提出打造全国首发经济标杆。中商数据《2025首发经济洞察报告》显示,南京跻身“中国首发经济引力城市”TOP4,仅次于上海、北京、成都。据南京市商务局不完全统计,今年上半年南京共开出首店超200家,其中江苏及以上能级首店占比超43%。

刘方认为,南京需扬长补短,走“精致内升”路线,打造高附加值型消费中心城市,在长三角消费格局中占据不可替代的“品质枢纽”地位。

20年前,南京社零总额首次达到千亿元;10年前,突破5000亿元大关;2023年,站上8000亿元新台阶……持续跃升的数字背后,是澎湃不息的消费活力。

来源:人民网

融“长”所长

RONG CHANG SUO CHANG

助力发展

ZHU LI FA ZHAN

12家总部在沪企业上榜世界500强

近日,《财富》杂志公布了最新一期世界500强企业名单。根据全球企业2024年度财报,以企业总营收为依据,中国共有130家企业入围世界500强,总部位于上海的企业共有12家。其中,去年首次上榜的上海企业拼多多营收快速增长,成为榜单排名上升最快的中国企业。

在世界前十大企业中,沃尔玛连续第12年位居第一。亚马逊、中国电网、沙特阿美也继续位居第二至第四位。中石油今年前进一名,位列榜单第五位。中石化、联合健康、苹果公司、西维斯健康、伯克希尔-哈撒韦分列第六至第十位。

上海是全球500强企业数量第4多的城市,本次有12家总部在沪企业上榜,数量仅次于北京、东京、纽约。

今年拼多多排名从去年的442名上升至今年的266名,总计上升176名,成为中国上升最快、全球上升第二快的企业。拼多多的排名跃升与其营收增长放量有直接关系。2024年,拼多多总收入为3938.4亿元,同比增长59%。具体来看,2024年拼多多的交易服务收入增长显著,达到1959亿元,同比上涨108%,带动了总收入的大幅提升。所谓交易服务收入,主要包括百亿补贴佣金收入、多多

买菜佣金收入、Temu佣金收入和支付手续费等部分。

同时值得关注的是,拼多多也登顶中国企业ROE(净资产收益率)榜单。ROE是用企业净利润除以净资产,衡量企业利润回报率的指标。2024年,归属于拼多多普通股股东的净利润为1124.4亿元,同比大增87%。

此外,今年中国太保排名上升也较为明显,从去年的331上升至251名,提高80名。2024年,中国太保集团营业收入达4040.9亿元,同比增长24.7%,且盈利表现优异,归母净利润449.6亿元,同比大增64.9%。

除拼多多外,另外11家总部在沪企业均为在榜多年的企业。其中,中国宝武已经连续上榜22年,上汽集团连续上榜21年,中远海运、交通银行、中国太保、绿地控股也分别连续18年、17年、15年、14年上榜。

入围世界500强的总部在沪企业按排名顺序分别是:中国宝武(73)、上汽集团(138)、交通银行(168)、中远海运(212)、中国太保(251)、拼多多控股(266)、浦发银行(309)、上汽建设(338)、上海建工(374)、上海医药(407)、上海德龙钢铁集团(467)、绿地控股(480)。

来源:《解放日报》

上海中心城区将建电竞主题乐园

“静安将以灵石路一带为核心,以鼓风机厂、市北老厂房、新华园、新业坊等重点空间载体,打造‘电竞PARK’项目,融合静安影视、艺术特色,增加主题地标、街景小品等,打造以电竞为主题的乐园。”这是记者近日从静安区获得的信息。以打造“全球影视创制中心”核心区,“全球电竞之都”核心区为建设目标,为激发静安电竞产业、影视创作产业能级跃升,静安即将推出针对电竞产业、影视创作产业等文创产业的“8大重点任务”与相应政策。

8大重点任务亮点有:提供优质载体,重点支持企业集聚发展。静安在大宁功能区内、市北功能区内将推出

数万平方米的成熟办公展陈空间,对影视、游戏、电竞等文创产业上下游关联企业可提供拎包入住、活动场地支持等服务;对于新设立电竞、影视创作企业,给予最高1000万元的开办资助、最高500万元的用房(含装修)资助以及最高3000万元的经营奖励。同时,支持载体平台建设。除打造“电竞PARK”项目外,静安对投资建设影视、电竞产业园区、专业场馆等产业载体的主体,给予最高1000万元的一次性财政支持。

截至目前,集聚静安的游戏、电竞企业已超100家。

来源:《解放日报》

嘉兴港开通首条直达南美航线

近日,伴随着货轮离泊的汽笛,装载各类杂货的“CL SAPPHIRE”轮在嘉兴海关关员的监管下驶离嘉兴港,8月中旬该货轮将抵达委内瑞拉。这是嘉兴港开通的首条南美直达航线。

嘉兴港作为浙北地区的重要出海口,是浙北及周边地区外贸货物进出口的主要通道,随着腹地企业对南美市场需求的不断增长,开通南美直航航线的呼声日高。目前,新航线计划“一月一班”常态化运营。

来源:《浙江日报》

浙江推进“直播+平台+跨境电商”融合发展 杭州能否成为“跨境电商直播第一城”

直播的江湖,始终绕不开浙江。

最近,浙江省级层面又有新动作,多次部署推进“直播+平台+跨境电商”融合发展。这个模式是《浙江省加快推动跨境电商高质量发展行动计划(2024—2027年)》中的重要内容,也恰好对应了杭州的三大优势——“直播之城”“电商之城”,以及全国首个跨境电商综合试验区。

这也引出了一个话题:“跨境电商直播第一城”,能不能是杭州?

争先入局

杭州跨境电商直播,正处于“群雄割据”阶段。

7月10日至12日,在杭州举办的全球跨境电商交易博览会上,设置了直播出海专区,8家MCN机构排排坐,每家的展位前都有卖家排队咨询。

杭州卧兔网络科技有限公司专注于跨境品牌出海的服务,跨境电商直播是其核心业务之一。据统计,卧兔网络已为5000多个知名品牌提供海外红人营销服务。

国内领先者的入局是一个信号。

去年6月,直播电商服务机构“构美”已在杭州搭建并运营海外直播专属直播间。“国内商家的出海需求日益旺盛,我们聚焦跨境内容电商人才,不少从业者因此被吸引到杭州发展。”构美海外CEO七叶表示。

乐其集团也在杭州组织了一批外籍主播,在TikTok平台直播销售大码瑜伽服,效果可观。“当我们的客户上下游都在看出海机会时,作为服务商的我们,出海是必然选择。”乐其集团海外项目负责人说。

跨境直播的生意,究竟如何?

从市场看,目前跨境直播的主要阵地在东南亚,美国仍在成长培育期。

“这是因为,东南亚的消费习惯和互联网产业发展水平接近国内,消费者能较快地接受直播消费这种新模式。”乐其集团海外项目负责人分析。

“美国市场虽然现在占比少,但未来机遇更大,客单价更高。”卧兔网络创始人兼CEO胡煜介绍,目前在美国,直播平台销售效果最好的是两类产品,一是泡泡玛特潮玩,二是NBA球星卡。

难点明确

记者在采访中发现,企业遇到的共性困扰是外

籍主播难找。

“原本常住杭州的外籍人士就不多,要挑选形象、表达能力都符合主播标准的,就更难了。”不止一家企业表达类似想法。

谈及初期招募主播的经历,构美团队回忆:“那会儿真得去酒吧等老外聚集的场所蹲点,主动给他们介绍直播业务,邀请他们深入了解这个行业。”令人欣喜的是,这种“笨办法”开始见效,越来越多的外籍人士走进直播基地参观,如今“构美”已建立起20余人的长期合作外籍主播团队。

“打工人”难找,留学生呢?

一方面,留学生的签证类型限制了他们在就读期间工作;另一方面,这类人群不具备企业需要的人才稳定性,往往刚刚培养成熟主播就要离开。

伊朗籍网红跨境电商主播和电商创业者波汉,却是一众“难寻”主播中的特例。

2022年,当时的波汉是中国(杭州)跨境电商学院的一名学生,听完胡煜作为企业讲师的一堂课后,波汉第一次尝试做主播。

中国(杭州)跨境电商学院由浙江工商大学与中国(杭州)跨境电商综合试验区、钱塘区政府共同创办,旨在培养兼备理论基础与实操能力的跨境电商中外人才。

如今,波汉从主播升级为海外红人MCN机构的创始人,胡煜成为了他的投资人。

“外籍员工资源是我最大的优势。”波汉分析,因为自己外国人的身份,他的社交圈内都是住在杭州的外国人,也更容易让他们愿意从零开始了解这个行业。

运营成本高是必须面对的困难。

“在国内,最贵的是主播成本,在海外则反过来,要搭建一个直播间,中控、运营类的人才少,薪资高。”胡煜说。他判断,尽管跨境电商直播在目前的成长期也会有阶段性机遇,但要成为一种成熟的商业模式,还需要3至5年时间。

潜力在哪

“直播是一个非常有效的营销形式,它解决了信息在传递过程中可能的衰减,解决了传统跨境电商模式存在的一些问题,如信息不对称、用户体验感差、缺少社交体验等。”对外经济贸易大学校长赵忠秀接受记者采访时说。

来源:《浙江日报》



世界人工智能大会机器人亮点纷呈

7月29日,智元机器人在进行“才艺”展示,吸引参观者驻足观看。

众多智能机器人亮相上海2025世界人工智能大会,成为吸睛焦点。除了会格斗、书法等“能文能武”的机器人外,大会现场还展示有多款在生产、生活多样化应用场景中“会干活”的机器人,呈现机器人从“动起来”到“用起来”的创新突破。

新华社记者陈浩明摄