



“晓看红湿处,花重锦官城。”1000多年前,“诗圣”杜甫笔下的春日成都繁花似锦。如今的“锦官城”,游客如织,消费活跃,更显繁华景象。郑州与成都同为国家历史文化名城,一个位于黄河之滨,一个地处西南巴蜀。近年来,直线距离1200公里的两城各自发展蓬勃,经济与产业亮点分明,两城之间的互动也愈加密切。

风从南方来,事在比中干。在万物并秀的美好时节,在发展的关键时刻,郑州党政代表团奔赴学习考察第三站:西南中心城市——成都。行胜于言。郑州党政代表团用一天多时间高密度地安排了交子商圈、天府新区规划厅、兴隆湖等8个考察点,如同一场与时间的赛跑。

代表团成员串街走巷,倾听经验介绍,浏览城市风貌,一路走、一路看,一路交流思考,一路观点碰撞:学深悟透成都先进做法的内在逻辑,找寻这座古都消费繁荣的“活力密码”。正观新闻·郑州晚报记者 侯爱敏 张昕 成燕 曹婷

江河风正一帆悬

在看中想 围绕长板再造新优势

在学中思 做好内功提升大功课

5月8日,代表团来到成都的第一天,就马不停蹄穿梭在成都街头。天空下着小雨,却丝毫不影响宽窄巷子、春熙路太古里、望平坊猛追湾人流如织,让代表团成员倍感震撼。“春熙路商圈今年1~3月就已经接待5000多万人次。”春熙路街道负责人口中的数据,让大家迅速开启了头脑风暴——相比成都,郑州在引客留客上还有哪些方法值得尝试?利用季节特点再挖掘哪些潜力?

其实在成都之行前,郑州已经开始思考行动。4月27日晚,省委常委、市委书记安伟深入城区调研夜经济,强调要大力发展“五官”经济,围绕能吃、能看、能听、能闻、能体验,着力打造一批具有郑州特色、独特标识的消费场景,做到人无我有、人有我优,不断丰富消费业态,持续激发城市活力,加快国际消费中心城市建设。

国际消费中心城市建设的近两年来,郑州持续发力的扩内需举措。成都这座“让人来了就不想离开的城市”,也正在创建国际消费中心城市的征程中,在扩内需、促消费方面,有什么好点子好办法?

据成都市商务部门介绍,成都拥有省级以上特色商业街区16条、中华老字号17个,消费者满意度排名全国前列。综合测算,仅今年五一期间,成都市就接待游客1939.4万人次,旅游总收入150.6亿元。

相比成都,以“商”起家的郑州有着悠久的商贸文化基因,郑州商战更塑造了“商贸城”这

个熠熠生辉的名片。在继承发扬中,郑州努力为商贸业注入发展新血液、时代新律动。

按照《郑州市创建国际消费中心城市实施方案》,今年我市将聚力打造二七、高铁东两大国际化核心商圈,强力培育花园路、北龙湖、中央文化区(CCD)等高端化商业中心,持续抓好示范特色商业街区建设。计划用3年时间,各开发区、区县(市)各打造1至2条示范特色商业街区,为全市引进500家以上头部类企业,包括国际国内知名品牌、首店、网红店、老字号等。市商务局负责人表示,吸收成都经验,下一步将持续提升郑州的国际知名度、消费繁荣度、商业活跃度、到达便利度……

一路看一路想一路谈,代表团成员认为,相比成都,地处中原的郑州,要进一步挖掘交通枢纽优势,做好扩消费、促内需的特色文章。

连接生产与消费、供给与需求、国际与国内的会展业,既是衡量城市活力的重要标志,更是拉动内需的强劲引擎。今年以来,郑州“国际会展名城”建设步伐提速,借力品牌展会,助推形成一波接一波的消费热潮。1~3月,全市共举办展览28场,展览总面积36.7万平方米,吸引参展商6077家,采购商及观众72万人次,累计达成意向成交额约120亿元。

市会展办相关负责人表示,郑州将以会展为龙头,深挖潜能,从生产端到消费端打通会展消费链,以会展产业链引领消费升级。

四川盆地自古就有“天府之国”的美称。

“利用山、水、田、林、湖多元生态要素汇聚的优势,努力实现把山、好水、好风光真正融入城市。”成都天府新区工作人员介绍的公园城市“1436”创新实践蓝图,吸引了郑州代表团成员的关注。

相比成都,郑州虽然没有地理气候赐予的绿意葱茏,却靠后天努力持续提升着城市环境。

践行“绿水青山就是金山银山”的发展理念,郑州以生态廊道、铁路沿线五项整治和公园绿地建设为重点,大力开展生态园林建设。在中心城区,按照老城区每15平方公里、新城区每10平方公里规划建设一个面积150亩以上公园标准,新建青少年公园、雕塑公园等大型公园;按照300米

见绿、500米见园标准,实施“拆迁出的10亩以下地块全部用于绿地建设”政策,强力推进微公园游园规划建设。目前郑州已基本形成“大小互补、均衡分布”的公园体系,开门见绿、推窗见景,成为郑州居民生活环境的真实写照。

成都的好风景让人赏心悦目,以麻辣著称的川菜更是流量担当。被联合国教科文组织授予“世界美食之都”的成都,一系列小吃远近闻名,夫妻肺片、担担面、龙抄手……

市商务局相关负责人表示,相比成都,郑州同样拥有悠久的餐饮文化,饮食上集南北东西大成。在郑州,全国各地的美食都能找到,足不出市吃遍全国,可谓贴切写照。

赏有美景、吃有美食,行,成都则有便捷的市内公交体系。2022年末,成都市轨道

交通运营线路长度558公里,其中地铁运营线路长度518.5公里。

与成都相比,郑州便捷的公共交通网让游客畅玩郑州毫无压力。在郑州,390多条公交线路纵横交错、覆盖全城;总里程232多公里的地铁线路连线成网,畅通无阻;130多条定制客运及旅游专线,集散随行、舒心畅游;42000多台出租车、网约车实现“一键叫车”、快速通达;空铁联动,畅达八方。

看过、听过、感受过,代表团成员也展开了新的思考,引得来、留得住、体验好,考验着城市管理的方方面面,吃住游玩,既是独立的环节,又密切相关,做好每一环节固然重要,如何实现叠加后1+1>2的效果,要在细节处见真章,需要努力的还有很多。

在悟中行 躬身向前再攀新高峰

宽窄巷子、春熙路太古里、望平坊、崇州天演博物馆,人潮涌动,特色门店乃至外摆摊位一座难求,音乐学院在读学生的歌声引来数十人拍照留念……虽然是匆匆一瞥,代表团成员还是从如潮的人流中感受到了成都非凡的活力。

今年五一假期,成都从全国众多城市中脱颖而出,位居最热目的地城市第二、假期最热旅游目的地城市第三,文旅消费出现“井喷式”增长。据综合测算,假期成都市接待游客量同比增长42.5%。

“我们到成都来,不仅要看武侯祠,也要去春熙路。”中国旅游研究院院长戴斌说,当代旅游既要看得见文化遗产,更要看得见城市未来。

代表团了解到,成都在文旅融合发展上形成完善的顶层设计和实施路径,依托政府平台公司牵头、社会力量共建共享的机制,久久为功、持续推进,打造一系列特色文旅街

区,提供了多层次、多样化的文旅场景,推出全域、全时、全年龄段的夜间消费业态,成功激发城市活力。

郑州与成都同为国家历史文化名城,拥有丰富多彩的文旅资源,如何让这些厚重的文化资源转化成旅游线路和产品,进而刺激及带动文旅消费?

市文广旅局主要负责同志表示,学习成都先进经验,要把文旅融合发展纳入重点议事日程,全力推进,打造一批具有中原特色的文旅场景,完善配套服务体系,更好塑造郑州年轻、时尚、活力的城市气质。

中国考古学会理事长王巍建议,郑州应借助高科技的力量,对丰富多彩的文博资源重新进行设计、包装,通过群众喜闻乐见的形式,打造出更多沉浸式消费场景;通过数字化赋能,设计更多文创产品,让厚重的文化资源真正活起来、火起来。

2023郑州文旅促消费暨“YOU(游)·乐享郑州”系列活

动已全面启动。在贯穿全年的活动中,确保“每周都精彩、月月有主题、全年不断线、关键时刻有亮点”,以文旅消费拉动经济社会健康发展。

五一假期,郑州丰富多彩的文旅活动吸引游客纷至沓来,带动消费市场持续升温。

河南中原创新发展研究院院长喻新安说,此次考察之行,体现了郑州党政领导班子非凡的视野和奋勇争先的拼搏姿态。成都之行,对于郑州下一步的促消费政策制定,以及培育新的消费场景、打造新的消费增长点,乃至推动消费升级,都会带来良好的思路启发和经验借鉴。有河南庞大市场的支撑、有连南贯北的交通枢纽优势,郑州内需消费市场的未来值得期待。

成都之行,郑州代表团成员开阔了眼界、启迪了思想、震撼了头脑,这思想的力量必将激荡起全市上下拼经济扩内需的强大意志,汇聚起推动郑州高质量发展的空前合力、澎湃动能。