

声音

“推动夜经济与文旅、民俗文化等深度融合，不断提升夜经济的文旅比重，增加消费互动体验新场景，形成具有重庆地方文化特色的夜经济模式。”
“突破简单的产品模式，创新构建场景内容，推动夜间经济向场景化、内容化、IP化方向发展。”
——重庆大学教授廖成林

“探索出消费者的夜间消费‘兴趣点’，通过丰富新业态、新场景提档升级，形成差异化创新经营模式。”
——重庆工商大学成渝地区双城经济圈协同发展中心研究员莫远明

南岸弹子石长嘉汇，市民和外地游客正一边欣赏两江夜景，一边品尝重庆美食。
重庆日报特约摄影 钟志兵

缺乏文旅类互动节目、游客一晚要辗转多个市集街区……

重庆夜经济该如何继续

“破圈”

重庆日报记者 郑三波

相关新闻

冲刺年末旺季 消费这盘棋怎么下？

这两天，很多网友都在问：2023“双十二”怎么没了？这条消息，在社交媒体上，很快冲到了热搜榜首位。十多年“双十二”捡漏的习惯，一朝改变。2011年，第一个“双十二”，当天交易额达到43.8亿元。而同年“双十一”，当天交易额不过33.6亿元。“双十二”足以与之比肩。一个成名的购物节退出舞台。年末消费季，少了一个棋子。这盘棋，要怎么下？

电商节，对快递企业来说，是一次秀实力的机会。今年，重庆的各家快递都不约而同、亮出了智能化升级后的新装备，效率大大提高。“双十一”第一个窗口期，10天时间，在重庆进出的包裹就有1.65亿件。

都说躲得过初一躲不过十五，躲得过“双十一”躲不过“双十二”。去年“双十二”，重庆还专门动用了成渝“复兴号”智能动车组，把城际间的快递转运“鸟枪换炮”。没人能够料到，这门“新炮”只用上了一年。今年，“双十二”被“好价节”取代。有人疑惑：这不就是换个名字吗？还真不是！“好价节”并非新产物，今年“618”已经上线过一次。如果“双十二”是大型百货商场，“好价节”就是特色专卖，中小商家占据C位。

电商购物节开始抢夺中小商家，多少显露出一丝疲态。太过密集的“造节促销”，已经让消费者有些“吃不消”。“双十二”作为“双十一”的延续，最早确实可以蹭热度，但随着战线越拉越长，“双十一”预售的包裹，也许还在快递企业的分拣、转运，“双十二”就到了。这个商家销尾货、买家捡漏的购物节，也到了该转型的时候。“双十二”，也许只是一个开始。

2011至2021十年里，消费对中国经济的贡献率从51.6%提高到65.4%。这一上扬的曲线，暗合“双十二”的成长轨迹，背后其实是消费大盘的上涨。但2022年，“社零总额”负增长。“三驾马车”中，消费这驾“马车”不但没有“前冲”，还往后“退了几步”。今年是“消费提振年”，市场开始回暖。1至10月，全国“社零总额”增速6.9%。重庆，前三季度增速7.4%。提振消费这盘棋下了快一年，也撑起了城市的烟火气。

流光溢彩的灯火、人声鼎沸的夜市、滋滋作响的烧烤……在重庆近郊的涪陵美心红酒小镇，一到周末和节假日，就人气飙升。游客摩肩接踵，店家热情吆喝，烟火气氤氲升腾。这里的“好吃街”与“不夜星光集市”，专为“夜游”配套打造。一个小摊儿，零售小商品，一天能挣6000元。

2023“不夜重庆”生活节，是重庆为提振消费落下的“一子”。从7月到9月，38个区县推出了两百多场活动，吸引了1.5亿人次参与，全网话题量超过12亿，成为前三季度的爆款。美心

红酒小镇、山城巷等，被网友票选为“夜间潮玩圣地”。

夜经济的玩法，早已摆脱单一模式，涵盖：商业、交通、餐饮、旅游、娱乐……几乎把第三产业的绝大多数行业“一锅烩”。根据《中国夜间经济发展报告》，夜经济规模：2020年30万亿元，2021年36万亿元，到2022年，已突破42万亿元。今年以来，“夜经济”持续火热，多地成为夜游、夜购、夜娱的“不夜城”。从“夜市桥边火”到“千灯夜市喧”，一方消费的热土，已与城市的繁荣与活力，深度关联。

中国人自古崇尚：积草囤粮、量入为出。疫情放大了这种“爱储蓄”的特性，大家存钱都快存“疯”了。2022年，平均每天有近500亿元涌入银行。全国住户存款，一年增加了17.84万亿，创历史新高。重庆的住户存款排全国“第四位”。巧的是，福布斯“中国·消费活力城市”最新榜单，重庆同样排“第四”。两个榜单，看：存钱能力，看：消费潜力。合起来可以看到一个国际大都市的气质。

中国的年轻一代，已经加入消费大军，与父辈省吃俭用的习惯不同，他们的消费观是“两种花”：“今朝有钱今朝花”和“想方设法借钱花”。高储蓄的背后，并不是没有消费需求，很多时候，是无处安放消费需求。和逃离“双十一”“双十二”相反的是，各地“打卡潮”一波高过一波的热度。

重庆的“云端之眼”，位于520米高空，登高远眺，两江两岸尽收眼底，绝佳的视角，让“云端之眼”成了新晋网红。包括“云端之眼”在内，渝中区一口气推出了60个特色消费场景，打造出消费的“地标名片”，人气、客流和全球大品牌，加快集聚。重庆已建成49个城市核心商圈，23条市级特色商业街区，80个城市消费地标。

放眼全球，国际消费中心城市，无一不具有地标性的消费引领力。世界文化名城伦敦，博物馆云集，时尚与古朴相得益彰；潮流之都巴黎，埃菲尔铁塔、法式大餐，聒声世界；迪拜的第一高楼、最大人工岛等消费场景，树立起“世界公园”的人设。打造国际消费中心城市，关键是，如何拿出人无我有、人有我优的消费资源、消费场景、消费商品，在本土与全球潮流的融合中，弹拨出国际大都市的音符，打动消费者，让人心生向往。

造节营销，古已有之。在商业概念里，“月光”也能打包出售。电商购物节，曾经引发全民“剁手”的热潮，但沸点之后，终将降温。时间是最好的试金石，“大浪淘沙始见金”。促销是要拉动消费，如果拉动动力不够，只能说明它不被市场需要。市场依然在，但钥匙，该换一把了。

据华龙网客户端

打造国际消费中心城市，夜间经济是其中重要的内容。重庆四年蝉联“中国十大夜经济影响力城市”榜首。今年9月，抖音巨量引擎城市研究院发布的城市夜间经济繁荣度指数显示，重庆夜间经济繁荣度位列第一梯队。

12月初，渝中区山城巷、江北区大九街、九龙坡区巴国城、渝北区紫薇路商业街、万州区天生城文旅街区等5个夜市，被评选为重庆市级夜间经济示范区和商圈（步行街）。

不过，随着夜间消费需求的提档升级，诸如业态融合度不高、市集街区分散、同质化竞争等固有难题，也亟待破解。

这些难题的解决，有哪些借鉴或启示？一起来看记者的调查。

提高文旅比重 增加互动新场景

12月2日晚9点左右，紫薇路灯火通明，东南亚风情酒吧、精酿啤酒馆、墨西哥餐厅、烘焙饮品店、精致中古店，吸引了不少外地游客和本地市民前来打卡。

来自西安的游客柯安和朋友沿着紫薇路走了一圈，发现这条街上要么是餐厅，要么是酒吧，要么是商店，却找不到一个有互动节目的场所。“重庆的夜经济全国闻名，却没有一个像样的文旅类互动节目，实属不应该。”他说。

重庆其他夜市，有丰富的互动节目吗，答案是否定的。

记者走访了中心城区多个夜市和夜间经济街区，包括此次评选出的市级夜间经济示范区和商圈（步行街），均没有发现文旅类互动节目的身影。

在夜间经济繁荣度同样位列第一梯队的西安，文旅类互动节目常常“火爆出圈”。例如，2019年西安大唐不夜城的“不倒翁小姐姐”，在短视频平台上爆火，总播放量高达17亿次；2021年的“李白对诗”，以及2023年的“盛唐密盒”，每一个互动节目，都堪称文旅“顶流”。

重庆大学教授廖成林认为，夜间经济的发展，不能只靠增加新店、新业态，要有创新思维，推动夜经济与文旅、民俗文化的深度融合，不断提升夜经济的文旅比重，增加消费互动体验新场景，形成具有重庆地方文化特色的夜经济模式，满足市民和游客更高层次的需求。

通过主题线路 把产品串联起来

夜幕降临，洪崖洞灯光璀璨。来自上海的游客白金鑫被美景所吸引，拿出相机不停地“咔咔咔”。欣赏完洪崖洞夜景，他坐上出租车，马不停蹄地赶到位于渝北龙头寺公园的地下火锅城品尝美食。吃完饭，白金鑫又打车赶到位于观音桥的九街，逛酒吧和夜店。

像白金鑫这样，一个晚上辗转于重庆中心城区各个市集街区的游客，不在少数。如何将这些夜间经济消费目的地更好地串联起来，让游客的体验更好？

这次入选的渝中区山城巷，或许能提供一些借鉴。今年9月，渝中区以山城步道为载体，融合当下最流行的

City Walk（城市漫步），将特色夜间消费场所串联起来。

在这条“城市漫步”道上，游客可以沿着打卡路线，从洪崖洞、戴家巷到解放碑，再从十八梯到山城巷……每一个地方，都是夜间消费核心区域。游客可一站式消费“夜演”“夜读”“夜娱”“夜食”“夜购”“夜宿”“夜秀”等多种业态。

廖成林建议，重庆夜间经济要突破简单的产品模式，创新构建场景内容，推动夜间经济向场景化、内容化、IP化方向发展。如，推出特色夜游主题线路、系列夜间特色活动，将文创、旅游、演艺、美食、音乐节等夜间经济产品串联起来。

打造自身特色 突出差异化经营

12月5日，来自成都的夜间经济从业者唐启洪，慕名来重庆逛夜市。他去了民心佳园夜市、嘉嘉码头小熊集市、南岸区弹子石蓝光夜市等夜市，发现这些夜市无论是商品还是服务，都大同小异。

市商务委相关负责人坦言，重庆80多条夜市街区中，大多数的产品和服务雷同，存在同质化竞争现象，鲜有夜市形成了自己的品牌特色。

如何才能做出特色？此次入选的市级夜间经济示范区，给出了启示。

如，江北区大九街，重点持续丰富时尚餐饮、主题酒吧、文化娱乐等新兴消费业态，构建全天候、游憩式、慢生活的复合型特色街区。近在咫尺的紫薇路，则完全是另一番模样，这里的酒吧、餐饮、商店走的是精品路线，提供了一种静谧的消费氛围。

又如，万州区天生城文旅街区在烤鱼上大做文章，规划烤鱼街，将烤鱼文化融入景观，打造出万州第一家带游览观光性质的烤鱼博览馆，形成“餐饮娱乐+民俗人文+夜游休闲”的复合业态，一举成为渝东北夜间消费新地标。

重庆工商大学成渝地区双城经济圈协同发展中心研究员莫远明认为，夜经济要探索出消费者的夜间消费“兴趣点”，通过丰富新业态、新场景提档升级，形成差异化创新经营模式，才能避免同质化发展。

此外，市商务委在征求《重庆市夜间经济集聚区管理暂行办法》的意见中也明确，夜间经济街区、夜市、市集要提档升级，打造各自特色鲜明、模式创新的夜间消费新场景。



众多游客在渝中区十八梯观光游玩，品尝美食。
重庆日报记者 龙帆 实习生 李雨恒 摄

评论

发展夜经济应有所为有所不为

臧博

夜市点亮生活，消费点燃经济。近日，重庆发布2023年市级夜间经济示范区，渝中区山城巷、江北区大九街、九龙坡区巴国城、渝北区紫薇路商业街、万州区天生城文旅街区入选。

一个商圈、一条街道、一个夜市，能够成为示范区，发展过程中定然积累了许多经验，也踩过不少“坑”。后来者既要看到“光环”，也要注意“暗礁”，做到有所为有所不为。

有所为，就是见贤思齐，抓大放小。向典型学习，立足自身特色，打造品牌IP，突出自身辨识度。例如，在政策上发力，做好资金扶持配套；从品牌入手，强化本地特色；以业态为重点，突破同质化思维，把服务做优，解决停车难等现实问题……解决好一系列细节问题，规划才能稳稳落地，夜经济才有坚实的依托。

有所为，还需提升质量，做精又做新。夜经济，并非简单地将白天消费转移到夜晚进行，而是要打造具有乘数效应的新增量。如果总是在“朝三暮四”里打转，总量不变，成本却在加大，夜经济的发展就会事倍功半。唯有持续提升供给品质，开拓更多消费新场景，满足消费者的新需求，夜经济才能提档升级。

除了积极作为，发展夜经济，也要有所不为。重庆的众多夜市街区，区位不同，各有特点，归根结底都是市场需求的产物。各地在发展夜经济时，不能尝到一点“甜头”就一拥而上，挖空心思“造”夜市，也不能只盯着“高大上”的街区搞“政绩工程”，而要下足绣花功夫，因地制宜经营好边角小巷，不断增强夜市辨识度和市民认同感。

有所为有所不为，归根结底是要尊重“夜”的规律，把准“市”的脉搏，给予夜经济一些自我调整和成长的空间。当前，重庆已四年蝉联“中国十大夜经济影响力城市”榜首，“不夜重庆”成了独具辨识度的金字招牌。期待未来，夜经济成为新重庆的新亮点，助力重庆在打造国际消费中心城市的路上，迈出坚实的一大步！