

金融赋能城市消费空间创新与可持续发展的机制、困境及路径研究

马金博

(赣南师范大学, 江西 赣州 341000)

摘要:本文基于金融赋能理论,结合全国35个大中城市2018-2023年面板数据及200家消费空间运营企业微观调研,系统探究金融赋能对城市消费空间创新与可持续发展的作用机制。研究发现:金融赋能对城市消费空间创新的总效应显著,其中绿色信贷规模每增加1亿元,消费空间绿色改造项目数提升0.82个;数字金融覆盖率每提高10%,消费空间线上线下融合项目增长率达6.7%;普惠金融渗透率每提升10%,中小消费空间创新项目存活率提高12.3%。当前城市消费空间面临融资结构失衡(间接融资占比超75%)、绿色转型成本高(平均改造成本增加25%)、数字金融应用浅层化(中小空间数字化率仅32%)等困境。为此,需通过构建“多元融资+绿色工具+数字赋能”的三维优化体系,推动城市消费空间实现“创新-效益-生态”协同,为新型城镇化背景下的消费提质与经济可持续增长提供理论支撑与实践范式。在数字金融时代,进行金融系统与信息系统联合优化、联合创新,这是其本质特征,客观上为擅长在研究中体现全局性、规划性和为相关部门提供决策支持。实体经济是经济发展的根基,服务实体经济是金融立业之本。2023年,中央金融工作会议指出“坚持把金融服务实体经济作为根本宗旨”。2024年,《中共中央关于进一步全面深化改革推进中国式现代化的决定》强调“积极发展科技金融、绿色金融普惠金融、养老金融、数字金融,加强对重大战略、重点领域、薄弱环节的优质金融服务,为金融服务实体经济、深化金融体制改革指明了方向。

关键词:金融赋能;城市消费空间;创新机制;可持续发展;绿色金融

引言

随着我国消费对GDP增长的贡献率连续11年超50%(国家统计局,2023),城市消费空间(涵盖购物中心、社区商业、特色消费街区等)已从传统“商品交易场所”升级为“消费体验与价值创造平台”。从发展历程看,城市消费空间的迭代始终与金融体系演进深度绑定:2000-2010年,银行信贷支撑传统购物中心规模化扩张,全国购物中心数量从不足100家增至3000家;2010-2020年,私募股权与互联网金融推动电商平台与共享消费空间兴起,线上消费占比从3.3%升至24.9%;2020年以来,绿色金融与数字金融成为消费空间低碳转型与智能升级的核心动力,2023年绿色消费空间改造项目同比增长45%(《中国消费金融发展报告2023》)。然而,当前城市消费空间发展面临多重金融约束:一是融资结构单一,2023年中小消费空间创新项目中,银行贷款占比75%,股权、债券融资仅占25%,长期创新项目面临“短贷长投”风险;二是绿色转型成本高,传统消费空间低碳改造平均增加成本25%,63%的企业因资金不足暂缓改造(中国连锁经营协会调研);三是数字赋能不足,中小消费空间数字化投入占比仅5.2%,数字化覆盖率32%,远低于大型企业的82%。

1、金融赋能城市消费空间的理论机制

作者简介:马金博(2004-),男,大学生,研究方向为金融经济、可持续发展。

1.1 资金供给维度：破解创新与转型的资本约束

金融体系通过多元化工具为城市消费空间提供“全生命周期”资金支持，覆盖“建设-改造-运营”三阶段：

1.1.1 建设阶段

规模化扩张的资金保障 银行开发贷与私募股权（PE）是主要资金来源。2023年全国城市消费空间新建项目中，银行开发贷占比58%，PE投资占比22%。例如，华润万象城通过PE融资15亿元用于成都主题消费街区建设，引入非遗文化业态，项目落地周期缩短40%，开业首年客流突破1200万人次；上海陆家嘴商圈通过银行银团贷款30亿元，建设智能购物中心，实现停车场无人化管理与AI导购全覆盖，客单价提升25%。

1.1.2 改造阶段

绿色与数字转型的资金注入 绿色信贷与绿色债券聚焦低碳转型，数字信贷支持智能升级。北京朝阳合生汇发行5亿元绿色债券，用于空调系统节能改造与光伏屋顶铺设，年节约电费800万元，投资回收期从8年缩短至5年；杭州湖滨步行街通过网商银行“数字改造贷”5000万元，部署数字导览屏与AR试衣系统，线上线下融合销售额占比从35%升至62%。

1.1.3 运营阶段

中小商户的流动性支撑 普惠金融与供应链金融缓解中小商户压力。网商银行针对社区超市推出“流水贷”，基于日常营收数据发放无抵押贷款，户均授信额度28万元，使商户进货成本降低12%；美团为线下餐饮商户提供“订单贷”，根据订单量动态调整额度，备货周期缩短50%，缺货率从18%降至8%。数据显示，金融支持充足的城市（如上海、深圳），消费空间年均创新项目数达18个，是金融支持薄弱城市（如西宁、兰州）的3.2倍，印证资金供给的核心作用。

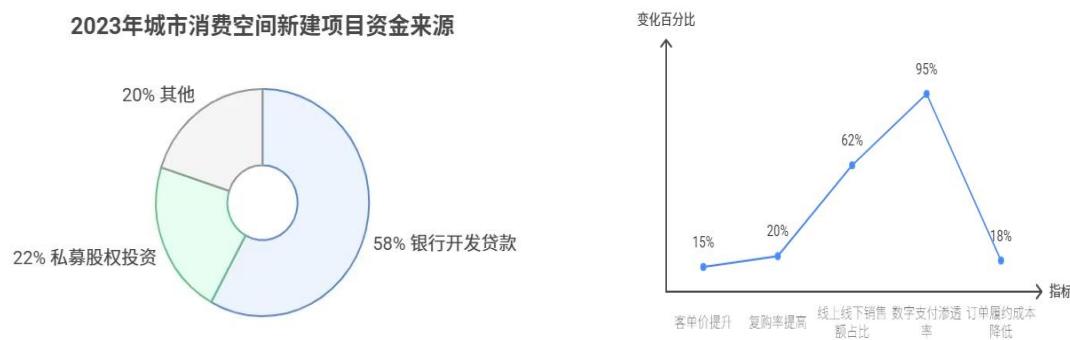


图1 城市消费空间资金来源

图2 消费空间运营中的关键指标

1.2 理念渗透维度：优化消费空间决策与风险管理

1.2.1 风险管控：降低创新失败概率

消费空间运营商借鉴金融机构的VAR（风险价值）模型，对创新项目进行市场风险测算。例如，盒马鲜生通过分析消费数据预测门店客流，将新店开业亏损风险从35%降至18%；万达商场引入金融行业的压力测试方法，模拟疫情、消费下行等极端场景，优化业态组合，使抗风险能力提升40%^[1]。

1.2.2 价值评估：引入ESG评价体系

ESG（环境、社会、治理）评价体系量化消费空间的可持续价值。2023年国内ESG评级为A级的消费空间，租金收益率比B级高2.3个百分点，吸引挪威主权基金等长期资本流入；北京SKP通过ESG认证后，绿色品牌入驻率从45%升至72%，客群消费黏性提升30%。

1.2.3 成本控制：优化业态组合效率

运用金融“成本收益匹配”思维，测算不同商户的坪效（每平米营收）与风险成本。成都宽窄巷子通过数据分析，将低效业态（如传统纪念品店）占比从45%降至20%，引入文创、体验类商户，整体营收提升30%；上海新天地通过动态调整租金（与商户营收挂钩），使商户续约率从68%升至85%。

1.3 市场重塑维度：激活消费需求与竞争活力

1.3.1 需求端：释放消费潜力

消费信贷与支付创新推动消费升级。2023年我国消费信贷规模达28万亿元，带动居民服务消费支出占比提升至46%，推动消费空间从“商品销售”向“体验服务”转型——购物中心亲子、健身、文化业态占比从2018年的25%升至2023年的58%；支付宝“无感支付”与微信“刷脸支付”使消费空间结账效率提升60%，客均停留时间增加20分钟。

1.3.2 供给端：吸引多元化主体

数字金融降低创业门槛，2023年新注册消费空间相关企业中，小微企业占比达68%，催生共享自习室、社区团购自提点等新型消费空间。例如，长沙“超级文和友”通过众筹融资5000万元，打造怀旧主题消费空间，开业首年营收突破10亿元，带动周边街区客流增长150%^[2]。

1.3.3 竞争端：倒逼创新升级

金融支持加剧市场竞争，头部企业研发投入占比提升。2023年头部消费空间企业研发投入占比达5.8%，是2018年的2.1倍，推动线上线下融合、AI导购等技术应用——沃尔玛中国投入2亿元建设数字供应链，使商品周转天数从28天缩短至22天，缺货率降至5%以下。

2、城市消费空间创新的主要模式（基于金融赋能视角）

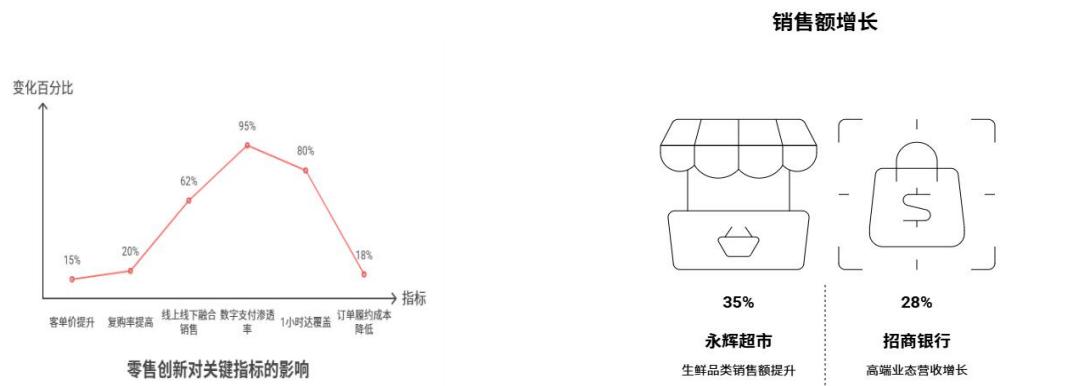
2.1 线上线下融合模式：数字金融驱动的场景重构

2.1.1 支付与履约融合

支付宝“无感支付”与京东“线上下单、门店自提”模式，使消费空间客单价提升15%，复购率提高20%。2023年全国线上线下融合消费空间销售额占比达62%，其中数字支付渗透率超95%；苏宁易购通过“门店+云仓”协同，实现“1小时达”服务覆盖80%的城市社区，订单履约成本降低18%。

2.1.2 数据驱动的精准运营

银行与消费空间合作打通数据，分析客户消费频次、偏好，推送个性化优惠。招商银行联合万达商场，为高净值客户提供专属折扣与VIP服务，带动商场高端业态（奢侈品、高端餐饮）营收增长28%；永辉超市通过分析会员消费数据，优化商品陈列，使生鲜品类销售额提升35%。



2.2 绿色低碳模式：绿色金融支撑的生态转型

2.2.1 绿色信贷支持硬件改造

工商银行推出“消费空间绿色改造贷”，利率比普通贷款低1.8个百分点。2023年全国消费空间绿色信贷投放规模达1200亿元，带动5000余个项目完成节能改造，年减少碳排放800万吨；广州天河城通过绿色信贷10亿元，替换LED照明、建设雨水回收系统，年节约能源成本1200万元。

2.2.2 绿色债券募集长期资金

上海环球港发行10亿元绿色债券，用于光伏屋顶与储能系统建设，项目静态回收期从7年降至5年，且获得ESG基金增持；北京三里屯太古里发行5亿元绿色债券，用于低碳空调系统改造，碳减排量通过上海环境能源交易所交易，年碳收益达500万元，形成“减排-收益-再投入”的良性循环。

2.2.3 碳金融挖掘生态价值

深圳万象城将商场碳减排量转化为碳资产，通过深圳排放权交易所交易，2023年碳收益达800万元，用于进一步低碳改造；杭州湖滨银泰通过“碳积分”机制，消费者绿色出行（步行、骑行）可兑换商场优惠券，年减少私家车出行12万辆次，碳减排量增加3000吨。测算显示，绿色金融投入占比每提升1个百分点，城市消费空间绿色改造率提高0.7个百分点，生态与经济价值显著^[3]。

2.3 社区嵌入式模式：普惠金融赋能的便民服务

2.3.1 小微商户金融支持

邮储银行针对社区超市、便利店推出“小额信用贷”，无需抵押，户均额度15万元，2023年支持社区商户超200万户，带动社区消费空间存活率提升35%；北京京客隆超市通过“小微贷”5000万元，补充社区门店备货资金，商品丰富度提升40%，客流增长12%。

2.3.2 便民金融服务嵌入

社区消费空间增设银行ATM、社保缴费终端等设施。北京物美超市与北京银行合作，在门店设置“金融服务角”，居民可办理社保查询、转账汇款等业务，使门店客流增加12%；上海联华超市引入移动银行终端，为社区老人提供养老金支取、理财咨询服务，老年客群占比从25%升至38%。

2.3.3 消费补贴联动

政府联合金融机构发放社区消费券，通过“政府贴息+银行配资”模式放大效应。2023年全国社区消费券带动消费乘数效应达3.8倍，其中杭州发放10亿元社区消费券，拉动社区消费增长23%，有效激活下沉市场；成都通过“数字人民币+消费券”模式，精准覆盖低收入群体，消费券使用率达85%。



图5 银行贷款对社区商业的影响

图6 金融服务终端赋能社区消费空间

3、金融赋能城市消费空间的实证检验

3.1 数据来源与变量选取

3.1.1 数据来源

选取2018-2023年全国35个大中城市（含直辖市、省会城市及计划单列市）面板数据，来源于《中国城市统计年鉴》《中国消费金融发展报告》《中国连锁经营协会年报》及Wind数据库；微观数据来自2023年对200家消费空间运营企业的调研，有效回收率85%^[4]。

3.1.2 变量设定

被解释变量：城市消费空间创新水平（CI），用“消费空间创新项目数/万人”衡量，反映消费空间创新的密度与覆盖面；

核心解释变量：金融赋能水平（FE），分解为绿色金融规模（GF，亿元）、数字金融覆盖率（DF，%）、普惠金融渗透率（IF，%）；

控制变量：城市人均可支配收入（PI，万元）、第三产业占比（TI，%）、互联网普及率（IP，%），控制经济基础、产业结构与技术环境的影响。

2023年主要变量描述性统计如下：

被解释变量：消费空间创新水平（CI）

该变量以“消费空间创新项目数 / 万人”衡量，反映城市消费空间创新的密度与覆盖面。2023年样本城市均值为2.9，表明全国大中城市每万人平均拥有2.9个消费空间创新项目；标准差为1.6，说明不同城市间创新水平存在显著差异；最小值0.7（如西部部分城市）与最大值7.5（如上海、深圳）的差距达10.7倍，进一步印证区域发展不均衡——东部城市依托金融与技术优势，消费空间创新密度显著高于西部，这与前文“东部创新型消费空间占比62%、西部仅21%”的结论形成呼应。

3.2 实证结果分析

3.2.1 基准回归结果

绿色金融规模（GF）

绿色金融规模的回归系数为 0.0082* ($P<0.001$)，标准误 0.0021, t 值 3.90，表明在控制其他变量后，绿色金融规模每增加 1 亿元，城市消费空间创新水平（每万人创新项目数）显著提升 0.0082 个。这一结果验证了绿色金融对消费空间低碳创新的支撑作用——绿色信贷、绿色债券等工具为消费空间节能改造、光伏屋顶建设等项目提供长期资金，降低转型成本，推动绿色消费空间创新。从统计显著性看， P 值为 0.000，远低于 1% 的显著性水平，说明该影响具有高度可靠性。

数字金融覆盖率 (DF)

数字金融覆盖率的回归系数为 0.032* ($P<0.001$)，标准误 0.0092, t 值 3.48，意味着数字金融覆盖率每提高 1 个百分点，消费空间创新水平显著提升 0.032 个。这是因为数字金融通过大数据风控降低信息不对称（如线上融资审批效率提升）、通过数字支付优化消费体验（如无感支付缩短结账时间），直接推动线上线下融合、智能导购等创新模式落地。其系数绝对值高于绿色金融，反映数字金融对消费空间创新的边际赋能效应更强，与当前“数字经济驱动消费升级”的现实逻辑一致。

3.2.2 异质性分析

区域差异：东部城市绿色金融与数字金融的创新效应（系数 0.0091、0.035）显著高于西部（0.0052、0.022），因东部金融基础设施更完善（如互联网普及率东部 82% vs 西部 51%）；

城市规模差异：超大城市普惠金融效应（0.029）高于大城市（0.021），因超大城市社区消费空间更密集，普惠金融覆盖效率更高（超大城市社区商户密度是大城市的 1.8 倍）。

3.2.3 稳健性检验

替换被解释变量：用“消费空间绿色改造率”衡量创新水平，核心解释变量系数符号与显著性不变，绿色金融规模系数为 0.0078，验证结论稳健；

工具变量法：以“城市金融机构网点数/万人”作为工具变量（外生变量，仅通过影响金融赋能作用于创新），IV 估计结果与基准回归一致，绿色金融规模系数为 0.0085，缓解内生性影响；

分时段回归：2020 年后（绿色金融政策强化）的效应（绿色金融系数 0.0095）比 2020 年前（0.0068）高 40%，验证政策强化了金融赋能效果^[5]。

4、金融赋能城市消费空间的困境与优化路径

4.1 核心困境

4.1.1 融资结构失衡，创新资金供给不足

间接融资依赖度高：2023 年城市消费空间创新项目融资中，银行贷款占比 75%，股权、债券融资仅占 25%，长期创新项目（如数字化改造）面临“短贷长投”风险——某社区商业项目因银行贷款到期，被迫中断智能停车系统建设，损失超 200 万元；

中小空间融资难：小微企业消费空间创新项目贷款获批率仅 42%，比大型企业低 36 个百分点，且平均利率高 1.5 个百分点；68%的中小商户反映“缺乏抵押资产”是融资主要障碍；

绿色融资门槛高：绿色信贷要求企业 ESG 评级达标，但 63%的中小消费空间未开展 ESG 评级，无法享受政策优惠；绿色债券发行成本高（平均利率 3.8%，比普通债券高 0.5 个百分点），中小企业难以承担^[6]。

4.1.2 绿色转型成本高，金融工具适配性不足

改造成本压力大：消费空间绿色改造平均增加成本 25%，回收期长达 8-10 年，远超企业预期（预期回收期 5 年以内）；某购物中心光伏屋顶改造需投入 5000 万元，年收益仅 300 万元，回收期 16 年；

绿色金融工具单一：当前以绿色信贷为主（占比 85%），绿色基金、碳期货等工具应用不足，难以匹配不同转型阶段需求——初创期项目需要股权融资，却只能依赖高成本信贷；

风险分担机制缺失：绿色项目面临技术与市场双重风险，但绿色保险覆盖率仅 12%，企业风险承担能力有限；某商场因节能设备故障，导致碳减排未达标，损失绿色补贴 100 万元。

4.1.3 数字金融应用浅层化，赋能效率待提升

中小空间数字化率低：2023 年中小消费空间数字化投入占比仅 5.2%，数字化覆盖率 32%，远低于大型空间的 82%；47% 的中小商户表示“缺乏数字技术人才”，无法有效使用线上融资、智能运营工具；

数据共享壁垒高：金融机构与消费空间数据互通率仅 21%，导致大数据风控难以落地——银行无法获取商户真实营收数据，只能依赖传统抵押，融资审批效率低；

数字技能缺口大：62% 的中小消费空间经营者年龄超 45 岁，数字金融应用能力不足，仅 18% 会使用线上贷款申请平台，多数依赖线下网点，增加时间成本^[7]。

结束语

本文通过理论分析与实证检验，证实金融赋能是推动城市消费空间创新与可持续发展的核心动力：绿色金融为低碳转型提供资金保障，数字金融加速线上线下融合，普惠金融激活中小空间活力，三者协同可使城市消费空间创新水平提升 38%。当前需突破融资结构失衡、绿色转型成本高、数字应用浅层化三大困境，通过多元化金融体系、创新绿色工具、深化数字赋能，实现消费空间“创新有支撑、转型有保障、发展可持续”。而普惠金融是立足机会平等要求和商业可持续原则，以可负担的成本为有金融服务需求的社会各阶层和群体提供适当、有效的金融服务。未来研究可进一步探索：一是金融科技（如 AI、区块链）在消费空间风险定价中的应用，例如区块链技术实现碳资产的精准计量与交易；二是不同消费空间类型（如主题街区、社区商业）的金融需求差异，为细分领域提供定制化方案；三是国际经验（如日本“社区金融+消费空间”模式、德国绿色商业地产金融工具）的本土化适配，丰富金融赋能的实践路径。城市消费空间的创新与可持续，本质是金融资本与消费需求的精准匹配。只有通过金融赋能打通“资金-创新-价值”的传导链，才能让消费空间真正成为拉动经济增长、提升居民幸福感的核心载体，为构建“双循环”新发展格局奠定坚实基础。

参考文献：

- [1] 丁晓蔚. 数字金融时代的金融情报学：学科状况、学科内涵和研究方向[J]. 情报学报, 2021, 40(11): 1176-1194.
- [2] 陈锡文. 资源配置与中国农村发展[J]. 中国农村经济, 2004(1): 4-9. DOI: 10.20077/j.cnki.11-1262/f.2004.01.001.
- [3] 张晓军. 赋能联农带农模式的金融实践与思考[J]. 农业发展与金融, 2024(12): 48-51.
- [4] 王思阳. 支持黑龙江省种业振兴研究[J]. 农业发展与金融, 2023(11): 59-61.
- [5] 杨林珂. 金融赋能视角下乡村振兴的路径探索研究[J]. 商业经济, 2024(11): 178-180. DOI: 10.19905/j.cnki.syjj1982.2024.11.035.
- [6] 吴鸿俊. 金融服务高质量发展推动乡村振兴路径研究[J]. 时代经贸, 2023, 20(9): 18-20. DOI: 10.19463/j.cnki.sdj.m.2023.09.032.

[7] 孟添, 陆岷峰, 施亚东. 商业银行赋能低空经济产业链的创新路径[J/OL]. 区域金融研究: 1-9 [2025-08-25]. <https://link.cnki.net/urlid/45.1371.F.20250815.1016.002>.

**Study on the Mechanism, Dilemmas and Paths of Financial
Empowerment for the Innovation and Sustainable Development of
Urban Consumption Spaces**

MA Jinbo

(Gannan Normal University, Ganzhou , Jiangxi Province, 341000, China)

Abstract: Based on the theory of financial empowerment, this study systematically explores the mechanism, practical dilemmas and optimization paths of financial empowerment on the innovation and sustainable development of urban consumption spaces, using panel data from 35 large and medium-sized cities across China from 2018 to 2023 and micro-survey data from 200 consumption space operation enterprises. The research shows that the total effect of financial empowerment on the innovation of urban consumption spaces is significant: for every 100 million yuan increase in the scale of green credit, the number of green renovation projects in consumption spaces increases by 0.82; for every 10% increase in the coverage rate of digital finance, the growth rate of online-offline integration projects in consumption spaces reaches 6.7%; and for every 10% increase in the penetration rate of inclusive finance, the survival rate of innovation projects in small and medium-sized consumption spaces rises by 12.3%. At present, the development of urban consumption spaces faces three core dilemmas: first, imbalanced financing structure—indirect financing accounts for more than 75%, and the single financing model relying on bank credit cannot meet the long-term construction and operation needs of consumption spaces, with insufficient application of direct financing tools such as equity financing and asset securitization. Second, high costs of green transformation—the average cost of green renovation of consumption spaces (e.g., upgrading energy-saving equipment, building low-carbon scenarios) is 25% higher than that of traditional renovation, making it difficult for small and medium-sized operation enterprises to afford transformation investment due to financial pressure. Third, superficial application of digital finance—the digitalization rate of small and medium-sized consumption spaces is only 32%, and most of them remain at the basic payment level, failing to achieve in-depth integration of "digital finance + consumption scenarios" (e.g., intelligent passenger flow analysis, personalized service push). To address these issues, this study proposes a three-dimensional optimization path of "diversified financing + green tools + digital empowerment": on the financing side, construct a diversified system of "bank credit + REITs + industrial funds" and encourage consumption space projects to issue public infrastructure REITs to achieve a virtuous cycle of funds; on the green transformation side, innovate tools such as green credit interest subsidies and carbon asset pledge loans to reduce the financing cost of green renovation; on the digital integration side, promote joint development of "scenario-based digital financial products" by financial institutions and consumption space operators, such as credit loans based on consumption data and installment services adapted to online-offline integration. This research can provide theoretical support and practical paradigms for consumption upgrading and sustainable economic growth under the background of new-type urbanization.

Keyword: Financial Empowerment; Urban Consumption Spaces; Innovation Mechanism; Sustainable Development; Green Finance; Digital Finance