

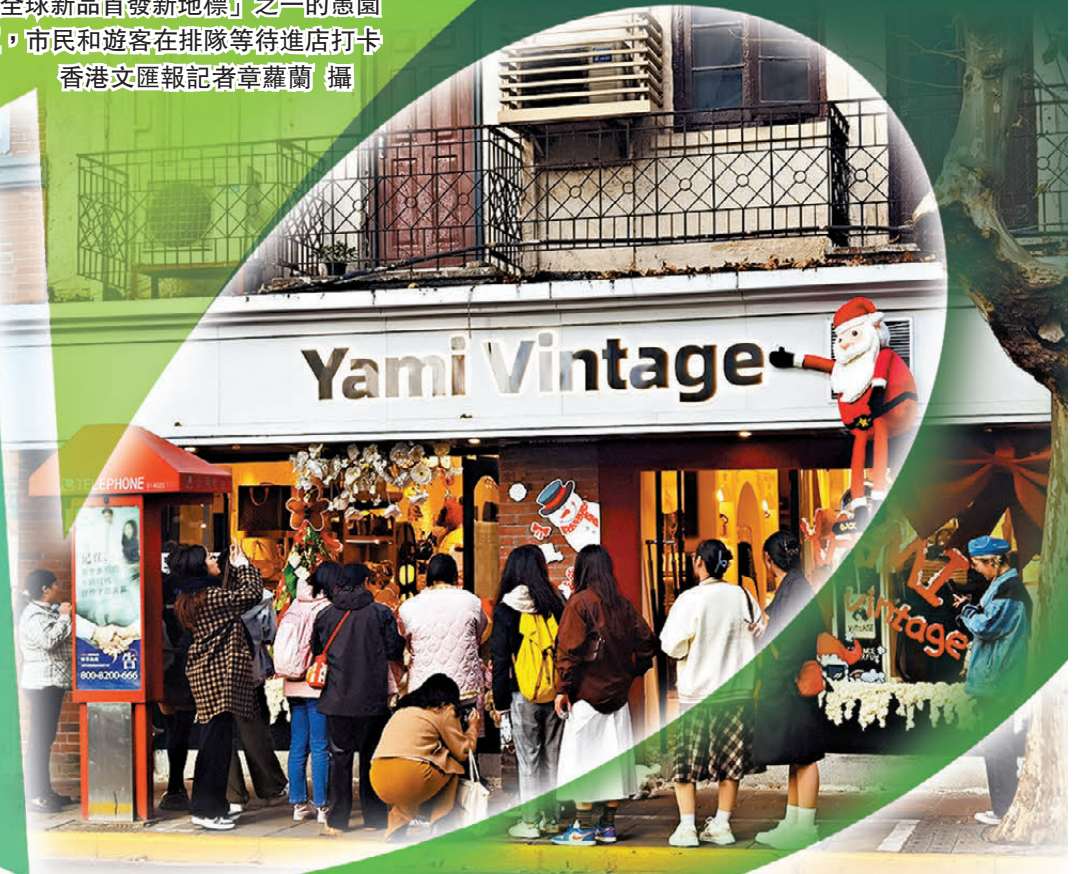
寶格麗 (BVLGARI) 「Serpenti Infinito 靈蛇·生生不已」蛇年特展首站正在上海張園熱展，以「靈蛇」為主題，開啟一場東方與西方、過去與現在、藝術與珠寶、傳承與創新的跨文化對話。

以開設首店、開展首秀首展、推出新業態、新模式、新服務、新場景為核心的「首發經濟」，正在內地各大城市多點開花，成為激活消費新潛能的利器。分析人士指，作為「首店經濟」的升級，「首發經濟」更重視消費全產業鏈。在新內涵之下，「首發經濟」有望在推動零售商業創新發展、撬動消費產業鏈升級、加速城市建設和提升影響力等維度創造更大價值。對中國本土品牌而言，更蘊藏着新機遇。 ●香港文匯報記者 章蘿蘭 上海報道

●在「上海全球新品首發新地標」之一的愚園藝術生活街區，市民和遊客在排隊等待進店打卡購物。 香港文匯報記者章蘿蘭 攝

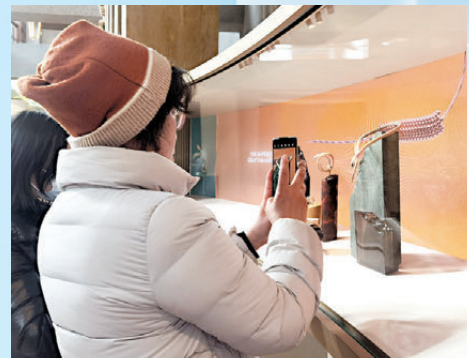
●中國高級時裝品牌GRACE CHEN 2024 新品集中快閃活動。 受訪者供圖

●泡泡瑪特旗下LABUBU潮玩產品。 香港文匯報記者章蘿蘭 攝



「首發經濟」激活消費 中國品牌吸海外客

滬時裝品牌打入北美等海外市場 國產潮玩深受東南亞客青睞



●寶格麗 (BVLGARI)「Serpenti Infinito 靈蛇·生生不已」蛇年特展首站在上海張園展出。 香港文匯報記者章蘿蘭 攝

「首發經濟」是「首店經濟」在經濟新周期下的全新表現形式。作為寫入二十屆三中全會《中共中央關於進一步全面深化改革、推進中國式現代化的決定》的重要概念，「首發經濟」急速升溫，成為一種蓬勃興起的經濟形態。日前召開的中央經濟工作會議再度強調「積極發展首發經濟」，這也是「首發經濟」第一次出現在中央經濟工作會議中。

仲量聯行中國區研究部總監姚耀認為，「首發經濟」對原有的「首店經濟」進行了概念升級，業態覆蓋範圍擴容，並更重視消費全產業鏈。在新內涵之下，「首發經濟」將在推動零售商業創新發展、撬動消費產業鏈升級、加速城市建設和提升影響力等維度創造更大價值。

僅查看「首發經濟」中的「首店」指標，2024年1至11月，上海全市就新增了首店1,173家，其中餐飲業和零售業新開首店757家和325家。新增全球及亞洲首店13家，全國及內地首店181家，高能級首店合計佔比15.4%。在上海商務委員會的官微上，今年年初更在「C位」醒目推送「魔都首店list」，手把手指點市民、遊客探索不斷擴張中的「首店宇宙」，解鎖吃喝玩樂新體驗。

北京去年前三季新設首店增40%

仲量聯行的研究表明，2015年以來，內地多座高線城市將「首店規模」納入城市競爭力指標，令到「首店經濟」全面提速，成為推動城市商業需求側的核心發力點。上海、北京、成



●上海長寧區將「首發經濟」與城市更新戰略結合，打造了愚園藝術生活街區等「上海全球新品首發新地標」。圖為上生·新所。 香港文匯報記者章蘿蘭 攝



●潮玩品牌熱度亦持續攀升。圖為位於上海南京路步行街上的泡泡瑪特全球旗艦店。 香港文匯報記者章蘿蘭 攝

都等城市每年新開首店數量位居全國前列，首店品牌的集羣效應和影響力顯著提升，並傳導至消費市場。

「首發經濟」的序幕率先在一二線消費城市開啟，因在消費場景營造力、零售資源合力兩大指標中遙遙領先，上海更是引領了「首發」熱潮。同樣在「首發經濟」第一梯隊的北京，亦積極運用「首店」、「首發」作為吸引客群的流量密碼。北京市商務局數據顯示，2024年前三季度，全市新開設717家品牌首店、旗艦店、創新概念店，同比增長40%。深圳創下2018年以來單季新開首店新高，廣州則公示了首批30個首發空間。二線城市中，成都亦不遑多讓，成功吸引了眾多國際大牌首發跨界合作，開設多個高能級「跨業態」首店。

不久前，小鵬匯天的「陸地航母」飛行汽車從上海國際會議中心東方濱江大酒店的戶外草坪緩緩升空，在東方明珠塔前完成了一系列複雜的飛行動作，成為首個飛越陸家嘴核心區域的飛行汽車品牌。作為「陸地航母」內地城市首飛系列活動的第一站，首秀吸睛無數。

國貨首店數量已超過國際品牌

伴隨中國消費市場快速迭代、走向成熟，不僅更多國際品牌深耕中國市場、瞄準目標城市，國潮國貨新勢力也同步迅速崛起。在「首發經濟」領域，據仲量聯行統計，近年來國貨品牌的首店數量佔比大幅提高，目前已超過國際品牌的首店數量。

仲量聯行華東區研究部董事盛秀秀表示，消費產業的高質量發展正構築起中國品牌「走出去」的底氣。「首發經濟」發布的不只是商品，也需要向世界發布更多來自中國的品牌，在「中國製造、中國製造、中國製造」的加持下，讓更多全球消費者青睞中國品牌。

日前，深耕上海長寧區的中國高級時

裝品牌GRACE CHEN，先後獲得「上海市首發經濟引領性品牌」等榮譽，該品牌作為「上海製造」品牌代表，成功走向北美、埃及等海外市場，彰顯了上海時尚消費品產業在國內外市場的影響力。

專家：多做「首發」利增國際客消費

另一邊廂，隨著免簽政策紅利充分釋放，中國各地迎來越來越多的國際遊客，於國產品牌而言亦是契機。盛秀秀提到，「中國特色」具有特別吸引力，國際遊客可能會對中國服飾「潮牌」、二次元及「潮玩」等興致盎然，若各地在此領域多做些有質量的「首發」，料將有力提振國際遊客在當地的消費。

事實上，因旗下LABUBU一躍成為東南亞潮玩圈頂流，眼下全球首發的泡泡瑪特，已成為上海伴手禮首選。位於上海南京路步行街上的泡泡瑪特全球旗艦店，來自東南亞的遊客紛紛「打卡」購物，對限量版商品尤其情有獨鍾。「全球新世代消費需求，為中國零售商業市場帶來新的機遇，LABUBU等IP在東南亞也非常火爆，如果上海等內地城市多做些限量款發布，很可能會有更多東南亞年輕人，專程在周末「打飛的」購物。」此外，盛秀秀並建議，在文娛領域也可以多些演唱會等「首發」，粉絲經濟的能量也非常強大。

中國首席經濟學家論壇理事長、廣開首席產業研究院院長兼首席經濟學家連平判斷，在多重利好因素共同提振下，2025年中國消費恢復步伐明顯加快，期內社會消費品零售總額有望同比增長約5.5%，居民消費支出增速約為7%，較2024年分別提升1.8和1.5個百分點；最終消費支出貢獻率料升至65%，全年拉動GDP增速約3.25個百分點，貢獻率和拉升率較2024年分別上升10個百分點和0.5個百分點。他建議創新更多消費場景和服務需求，進一步釋放消費潛力。

多地重金補貼開首店 為新品通關提供便利



「首發」熱潮在全國各地如雨後春筍，亦與地方政府大力支持密不可分。各地不僅用真金白銀獎勵「首展」「首發」企業，更努力做好「後動」保障，提供進口首發新品通關便利。

2023年5月，上海七部門聯合印發《關於進一步促進上海市首發經濟高質量發展的若干措施》。為了支持具有引領性的國內外品牌在上海開設高能級首店，上海對亞洲及以上級別首店予以100萬元（人民幣，下同）的一次性獎勵。對在「首發上海」活動期間開設的亞洲及以上級別首店，予以120萬元的一次性獎勵。同時鼓勵更多高品質、高流量的國內外品牌來滬舉辦首發、首秀、首展，按照活動的新品能級、參與人數、活動效益、媒體宣傳等維度進行評價，對活動主辦方場地租賃、展場搭建、宣傳推廣等按實際投入的30%，給予最高100萬元的補貼。

此外，上海還建立了涉及首發、首秀、首展、首店的進口商品通關便利「企業服務包」，推進進口商品檢驗結果采信制度在服裝類等新品進口通關中的應用，對於於樣品展示、新品發布等不進入國內市場銷售的進口消費品提供便利化措施，並支持保稅展示交易業

態發展，為進口新品在國內銷售提供便利。

聚客引流帶動地方消費產業鏈

除上海外，北京、深圳、廣州、成都、蘇州等多個城市，均推出相關支持政策，旨在充分發揮「首發經濟」的聚客引流作用，帶動地方消費產業鏈，賦能地區經濟與社會發展。

其中，北京對符合資格的品牌首店、旗艦店、創新概念店給予資金支持。零售企業按照項目核定實際投資總額的最高50%，亞洲首店最高給予500萬元支持，中國（內地）首店最高給予200萬元支持，北京首店、旗艦店、創新概念店最高給予100萬元支持；餐飲企業按照項目核定實際投資總額的最高20%，最高給予50萬元支持。廣州對「首發」、「首店」的最高獎勵亦可達300萬元。

中央經濟工作會議指出，2025年要「大力提振消費、提高投資效益、全方位擴大內需」，尤其是將「全方位擴大內需」放在各項重點工作首位，凸顯了擴內需的重要性。仲量聯行華東區研究部董事盛秀秀預計，今年各地政府料持續大力拉動消費，隨著相關制度、流程更趨靈活、簡化，「首發經濟」也有望更加活躍。

建「首店」+「街區」生態圈

推動產業鏈升級發展

特稿

在上海長寧區，「首發經濟」已成為時尚創意產業的一張閃亮名片。通過發揮「全球新品首發地示範區」優勢，長寧緊扣「優化政策引導」、「打造首發地標」、「促進業態融合」三個維度，支持首發經濟發展。從「首發」到「首店」再到「總部」，一條具有長寧特色的「首發經濟」生態鏈已逐漸形成。

值得一提的是，除了通過「商業+產業+總部」的政策組合，對「首發」「首秀」「首店」有針對性地進行支持，長寧還堅持「首發經濟」與城市更新戰略結合，打造了愚園藝術生活街區、上生·新所、海粟文化廣場等「上海全球新品首發新地標」，為品牌首發打造街區綠地、屋頂秀場、城市公園等有別於常規店舖的場景，實現了品牌與商團聯動的價值結合。此外，長寧大力促進業態融合，支持商業運營商整合聯動，將實體商團與數字空間融合，營造了商旅文體協同、互利共贏的良好局面。

仲量聯行華東區研究部董事盛秀秀分析，「首發經濟」落地案例中，普遍對空間創新、開放和交互提出更高要求，中國零售地產正探索突破既有建築範式，打破傳統空間的局限性和功能單一性，成為多元、無界、創新的消費新載體。

專家：須推動更多鏈主企業落地

此外，由於「首發經濟」能夠促成相關產業要素資源聚合，逐步構建起「首店」+「街區」或「商團」等生態圈形式，帶動上下游產業及相關領域發展，其對產業鏈升級產生的催化劑作用也值得重視。仲量聯行認為，首發經濟應更加重視消費全產業鏈的協同發展，不僅強調開設門店，還看重從消費後端延伸至產業前端，推動更多消費鏈主企業落地，並積極引入總部型、研發類高附加值產業鏈環節，在更大範圍產生集羣作用，培育經濟增長的新模式，推動社會和經濟結構邁向高質量發展新征程。

仲量聯行中國區零售地產及消費研究負責人朱建輝表示，城市的商團建設是推進國際消費中心城市建設的着力點，需要通過「首發經濟」去吸引必要、必需的商业要素資源。「首發經濟」的影響力應具有聯動性和傳播力，宜從供需兩側串聯起商團、聯動城市群，充分發揮「首發經濟」對拉動城市消費、推動城市建設、提升城市影響力的全方位價值。

