

聚力打造首发经济重要策源地

创新模式突出鲜明地域标识

将文化资源转化为首发载体

□曹祎遐 邓子璇

首发经济,作为一种通过供给端创造性突破,激发潜在消费新需求的机制,在中国的发展必须回应本土消费升级、产业升级的迫切需求,正逐渐成为推动城市经济增长、促进城市产业升级、提升城市品牌形象的重要力量。首发经济中的首店、首秀等活动可融入传统文化IP,实现商业创新与文化自信的统一。

作为中华文明的发祥地,河南拥有发展首发经济的得天独厚优势:5项世界文化遗产、17项国家考古遗址公园、125个国家级非遗代表性项目构成的文化矩阵。从“唐宫夜宴”的破圈到清明上河园的沉浸式演出,从殷墟考古新发现到豫剧《大河安澜》的全国巡演,河南展现出将文化“软实力”转化为发展“硬支撑”的潜力,已具备培育首发经济的文化根基与市场基础。

近年来河南出台政策文件,明确提出“打造文旅消费新场景”“培育特色消费品牌”,为首发经济提供政策雏形。然而,对标经济发展前沿的上海,河南仍面临三大短板:一是首店经济规模不足;二是首演首展影响力有限;三是载体能级较为薄弱。

在此背景下,借鉴上海在首店、首演、首展等领域的成熟经验,将河南的文化资源转化为首发经济动能,探索具有中原特色的首发经济路径,既是推动文旅产业升级的关键,也是实现“文化强省”向“消费强省”跨越的重要路径,更是为中华优秀传统文化在新时代焕发新生机、创造新价值贡献“河南方案”的重要探索。

上海启示:首店引领、全链赋能的首发经济实践

上海作为全国经济发展的前沿阵地,首发经济已取得显著成效,其核心竞争力,在于构建了“首店筑基—首演聚势—首展引流”的立体生态。

政策精准滴灌:从文件到落地全周期护航。上海为推动首发经济发展,自2018年起便开始构建政策体系,并不断进行迭代升级。2024年推出的《关于进一步促进上海市首发经济高质量发展的若干措施》以及2025年《关于助力促进上海市首发经济高质量发展的措施》,涵盖了多个关键方面,明确“首店分级补贴”“首发新品通关便利”等措施。为产业发展提供清晰指引与稳定预期,推动首发经济发展。政府在出台相关政策之外,实际项目落地环节也高度重视、深度参与。路易威登全球第一艘“路易号”亮相上海的背后,是静安区委、区政府以及相关部门在全流程、全环节的即时、高效对接,成立专班协调多部门规划,为项目建设保驾护航,这种“精准政策+高效执行”的组合,为各类首发活动扫清障碍。

产业生态闭环:从单店到生态的价值跃迁。上海不是单纯的首店引入,而是“IP首发—场景体验—社群运营—衍生消费”的全链条延伸,其核心在于打通创意、生产、体验、传播与再消费环节,各环节紧密配合,实现资源配置优化与价值最大化。上海南京东路的百联ZX创意场,深耕二次元文化,吸引首店入驻,加以专业运营,激活二次元客群消费能力,开业仅18个月,累计客流即超1500万人次,销售额超5亿元。这种全产业链协同的生态,形成“首店承载场景、首演激活客群、消费反哺IP”的正向循环,让首店、首演从流量事件变为价值载体,实现了资源配置的优化和产业价值的最大化。

载体能级跃升:从空间到场景的体验革新。上海首发经济高速发展,通过“梯度空间+数字工具”拓展首发场景边界。在首店载体上,南京西路商圈打造“国际时尚消费走廊”,形成高端品牌梯度集聚;恒隆广场承载顶奢首展,张园历史街区提供文化场景,吴江路打造年轻化快闪空间。此类“旗舰店+文化地标+快闪区”的空间组合,使商圈从购物场所进化为具有品牌效应的文化消费目的地。在首演首展载体上,亚洲大厦“星空间”以数十个小剧场集群承载戏剧首演,年均首演场次超500场;叠加“EASY退”离境退税系统,上海的载体已成为“首发活动的价值放大器”。

河南破局:以首店首演首展激活文旅新动能

面对上海成熟经验,河南需立足“文化资源大省”的核心优势,正视高端消费场景不足、国际品牌导入薄弱、体验创新机制欠缺等短板,以“文化IP转化”为核心,借鉴上海“政策—产业—空间”框架,立足文化资源优势,聚焦“非遗首店、沉浸首演、主题首展”三大形态,打造具有中原特色的首发路径。

文化转化:让文化遗产变身首发载体。上海经验表明,首发经济的核心是文化价值的可体验化、可消费化。河南需突破“资源陈列式”发展模式,推动三大转化实现从文化符号到消费IP的转化,打造文化IP首发平台。一是非遗首店集群,例如在开封市清明上河园景区布局“宋潮首店集群”,参考上海百联ZX“首店+体验”模式,引入高端汉服品牌首店、非遗技艺体验工坊、文创IP快闪店等。二是沉浸首演落地,持续打造“河南春晚”系列节目,推出《唐宫夜宴》沉浸式戏剧首演,联动洛阳古城布局“演出后改造体验店”“唐宫文创快闪店”等,借鉴上海“星空间”“首演+消费”闭环,将高人气节目转化为可持续吸引消费的文化IP。三是主题首展联动,依托殷墟博物馆,策划“甲骨文文化全球首展”,设置“数字甲骨文互动区”“文创首发区”等,形成“策展+首销”模式。

政策创新:构建河南模式支持体系。对标上海政策的“靶向性”,可考虑构建适配河南文旅产业融合特点的政策体系。参考上海经验,可对文旅产业融合全产业链设立首发经济专项补贴资金,建立分级补贴制度,对在河南举办的全球文旅首展、首秀、首店等给予资金支持。搭建协同服务专班,对重大首发项目实施“一项目一专班”,协调文旅、市场监管等多部门提供审批“绿色通道”。强化知识产权保护,及时建立首发IP数据库,对首发产品和创意实施“登记—维权—交易”全链条保护,鼓励原创设计与IP衍生开发,保障创新收益。

区域协同:打造首发矩阵放大效应。上海通过“商圈梯度布局”实现空间效能最大化,河南可以借鉴此协同方式破解单个城市能级不足的问题,立足区域差异,构建协同网络,联动省际共同打造超级IP。可联合陕西、山西、山东规划“黄河”相关文旅IP,举办“黄河文化全球首展”,共享资源、分摊成本,扩大影响。省内则可通过成立联盟构建生态网络,如创建“郑汴洛安”(郑州、开封、洛阳、安阳)古都文旅产业首发经济联盟,建立轮值主办、资源互通、线路串联、营销联动机制,根据各地特色资源(郑州—商都/现代枢纽,开封—宋文化、洛阳—唐文化、安阳—殷商文化)协同发展,形成“各市有特色、全省成矩阵”的格局,提升河南整体在文旅产业首发经济领域的竞争力与影响力。

河南的破局之道,在于深刻理解首发经济内核——以首店、首展、首秀为引擎,通过“创新供给—激发需求—价值实现—反哺创新”,发展可持续的首发经济。上海发展首发经济的成功经验,为河南文旅产业融合发展提供了借鉴性的启示,河南应立足“文化独特性”,以文化资源为资本,以制度型开放为引领,以消费升级为杠杆,以文旅产业深度融合为主战场,积极探索适合自身的首发经济发展路径。这不仅有助于提升河南文旅产业融合的竞争力,推动产业转型升级,还能进一步挖掘河南的文化价值,促进中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展,实现经济与文化的协同发展,在首发经济浪潮中,贡献独具特色的河南范式。

(作者分别系上海市习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心特聘研究员、上海社会科学院应用经济研究所研究员、上海社会科学院创意产业研究中心兼职研究员)

□欧阳梦倩 胡霞

首发经济,是指企业发布新产品,推出新业态、新模式、新服务、新技术,开设首店等经济活动的总称。中共中央办公厅、国务院办公厅今年印发的《提振消费专项行动方案》提出,因地制宜推进首发经济,鼓励国内外优质商品和服务品牌开设首店、举办首发首秀首展。省委书记刘宁指出,要坚持以优质供给创造消费需求,发挥首发经济作用,创新和丰富消费场景,着力打造高质量消费供给体系。首发经济正在成为释放消费潜力、提升城市竞争力的重要途径。本期理论圆桌特邀上海、广东以及我省专家就相关话题进行研讨。

建设中原特色首发经济新高地

□王超亚

首发经济具有时尚、新潮、高品质等特征,是一个地区商业活力、消费潜力、创新能力、城市魅力的重要体现。党的二十届三中全会和去年12月召开的中央经济工作会议均提出“积极推进首发经济”。在今年初的地方两会上,首发经济相关概念被北京、河南、浙江等29个省市写入当地政府工作报告,成为各地激发消费潜力、提升消费能级、打造新消费增长点以及促进区域经济高质量发展的重要抓手。

首发经济对消费提振和区域发展的带动作用日益显现

首发经济作为优质企业和中心城市“双向奔赴”的重要桥梁,能够使品牌价值与区域资源实现优化耦合,在为消费市场带来新动能、为区域产业升级提供新引擎的同时,也为大中城市推动消费提质扩容、融入全国统一大市场拓展了新空间。

首发经济已成为消费中心城市建设的重要内容。首发经济由于具有潮流引领性、业态融合性、消费带动性,是目前各地在建设消费中心城市过程中纷纷发力布局的重点领域。2018年上海率先发布打造全球新品首发地政策措施1.0,之后推出首发经济2.0政策,2025年3月又发布首发经济3.0政策。北京、广州、重庆等国际消费中心城市分别通过强化首发产品知识产权保护、加大品牌首店招引力度、打造专业服务平台等措施积极发展首发经济。

首发经济已成为城市商业提档升级的重要引擎。中心城市拥有众多成熟的商圈和庞大的消费群体,因此首店首秀首展更倾向于一线、新一线和强二线城市,首发经济往往呈现出向中心城市高度聚集的特征。2024年,上海新增各类首店1269家,其中“千亿商圈”南京西路商圈全年引进首店234家,数量居全市各大商圈首位;北京新增落地首店960家,涵盖零售、餐饮、文化等多个领域。

首发经济已成为消费市场繁荣创新的重要载体。通过催生新的消费热点和消费现象,首发经济与其所在地区形成共振,推动了消费市场繁荣发展。一方面,企业借助首发“新供给”引领时尚新潮流,激发消费“新需求”,在为消费者提供多元消费选择和全新购物体验的同时也迅速营造独特的品牌形象和市场地位。另一方面,发展首发经济可以通过消费潮流和习惯的养成倒逼产业转型升级。

郑州具备发展首发经济的独特优势和良好基础

河南全省拥有近1亿人口,消费市场潜力巨大。郑州作为全省首发经济的龙头,承接了近90%的河南首店,具有良好的基础和优势。

重点商圈的首店集聚度越来越强。多年来郑州形成了以杜岭、花园路两大百亿级核心商圈为引领、“多组团、多中心”的现代化商圈体系,吸引爱马仕、香奈儿、迪奥等一批国际超一线品牌河南首店落户。据赢商大数据不完全统计,2024年郑州各购物中心新增首店269家,同比增长67%,创近五年首店新纪录,其中中国品牌首店217家,占比80.7%,国际品牌首店52家,占比19.3%。区域首店与重点商圈相互赋能,持续激发消费新动能,不断打造城市商业的“流量密码”。

多元化首发业态越来越丰富。首店正在由以商品品牌为主向餐饮住宿、文化娱乐等服务消费扩展。与“她经济”密切相关的女装女鞋、美妆护理类首店持续火爆,苏麻茶社、雀巢等特色茶饮首店增长迅速,宇树科技智能机器人体验店、大疆哈苏融合店等科技类河南首店则满足了科技爱好者的消费需求。特别是近年来在情绪价值和圈层效应加持下,各类“谷子”、手办及潮玩首店强势入郑,满足了消费者的个性化需求。

对地方消费的带动作用越来越大。凭借良好的区位优势、产业优势、人口优势,郑州锚定国际消费中心城市、商贸物流强市建设目标,以首店经济为突破口打造高质量载体和全球消费新高地。“谷子”首店纷纷入驻重点商圈,带动郑州二次元产业发展进入全国各大城市前十名行列。而在“首店收割机”标签加持下,丹尼斯大卫城于2024年成为河南首个营收额破百亿元的商场。首发经济正不断把消费者打卡热情转化为消费热潮,从而重塑区域经济和消费结构。

推动郑州成为首发经济新高地

在当前外贸不确定性增加、经济增速放缓背景下,内需将成为未来一段时期我国经济增长的重要引擎。首发经济作为极具成长性的经济新形态,对提振消费特别是新兴消费和高端消费具有重要的拉动作用。郑州要结合自身比较优势,进一步挖掘文化特色,聚焦首店、首映、首展、首秀,打造具有中原特色的精品消费品牌和首发经济高地。

聚焦首店首展,大力建设首发经济核心承载区。依托蜜雪冰城总部、牧原股份郑州研发中心、胖东来郑州首店等,推进郑州东站商圈建设,加速整合郑东万象城、郑东360广场等高端商业体,扩大全球首店招商,积极举办首演、首赛、首展等活动,全力打造河南首发经济首位集聚区,形成郑州变交通流量、交通枢纽为消费留量、消费极致的最佳实践窗口。依托航空港区设立免税新品店、谋划专业型秀场,支持国内外知名品牌举办展览及新品发布会,以跨境电商带动商品整体整合国内外资源,扩大商品在港区首展首秀的规模和频次,建设国际性时尚消费购物目的地。

聚焦短剧首映,联动打造“微短剧之都”。近两年微短剧行业规模迅速扩张,据郑州市文旅部门统计,2024年郑州市微短剧上线3194部,占全国的比重在30%以上,市场规模突破23亿元,跻身全国前三。要注重将功夫文化、黄河文化、近现代工业等文化资源创造性转化为短剧IP,在微短剧中体现更多“郑州元素”“河南元素”,支持现有竖屏影视基地搭建多元场景、完善配套服务,构建一站式的微短剧产业发展生态。积极争取设立国家级微短剧奖项,并将郑州作为颁奖活动主会场,开展短剧首映、奖项首颁、优秀作品首展、排行榜首发等系列化活动,着力将郑州打造为全国微短剧名城。

聚焦新品首发,提升产业融合创新能力。将新品首发与产业升级相融合,建立消费需求快速反应体系和新品研发创新体系,形成以首店为龙头,以首发主导企业为核心,集市场调研、研发设计、供应链整合、品牌策划、宣传推广为一体的商务服务体系。鼓励本土企业在管理创新、技术创新、产品创新、模式创新上投入更多精力,力争培养出更多像“蜜雪冰城”“胖东来”等爆款首品。推动郑州、洛阳、开封等城市建立河南首发经济联盟,共同策划举办大型首发活动,策划全球新品首发季,吸引更多高品质、高流量的国内外品牌参与活动,形成优势互补、资源共享的首发经济发展格局。

聚焦新款首秀,提升产业创新与设计能力。锚定“设计郑州”和“设计之都”建设,加快电子信息、汽车工业、装备制造、食品制造、服装家居等产业链关键环节的设计创新植入,着力形成高能级工业设计体系,以工业新产品、新款式、新技术首秀拓展郑州产业新赛道。充分依托文旅资源和文旅产业基础优势,大力发展文化创意设计、旅游景区设计、数字文旅设计和动漫数媒设计,通过“潮牌商业+新品首发+设计演艺”整合提升一批重点步行街、历史文化街区和工业遗址区,以新产品、新剧目、新创意首秀等赋予传统商旅更广泛的文化传播功能,形成高品质生活向导和魅力时尚风向标。

(作者系河南省发展战略和产业创新研究院高级经济师)

□欧阳梦倩 胡霞

作为国民经济的主引擎,内需在2021年至2024年持续发力,对经济增长的平均贡献率高达86.4%,最终消费的平均贡献率达到56.2%,有效缓解了外需波动带来的经济压力。首发经济的核心在于通过新品和新体验吸引消费者,激发消费潜力,推动产业升级,成为区域经济发展的新引擎。但在目前,全国多地抢占首发经济高地,同质化竞争问题突出。一些企业盲目跟风,低成本复制模式,在同区域密集开设“同质首店”,不仅削弱品牌独特性,影响首发经济成效,更可能破坏市场生态平衡。

河南作为人口大省和全国重要的交通枢纽,拥有坚实的首发经济基础。通过引进品牌首店、举办新品首发活动,打造独具特色的消费场景,河南已初步形成以郑州、洛阳为核心的区域消费格局。在全国首发经济竞争逐渐白热化的格局下,如何突破同质化竞争重围,将“首发经济”培育为区域经济高质量发展的新动力,已成为河南需要破解的命题。

深挖资源禀赋,突出地域特色

独特性是首发经济的核心竞争力。深入挖掘并高效利用地方自然资源、产业积淀和文化传承等独特禀赋,是打造不可替代产品与服务的关键路径。将地方资源与首发经济创新模式深度融合,能够培育具有鲜明地域标识的核心竞争力,形成“人无我有、人有我优”的发展优势。这种优势既体现在产品的独特性,也体现在特色服务体验上,最终构筑起难以逾越的竞争壁垒。

突出农优特色。河南作为农业大省,粮食产量多年稳居全国前列,拥有明显的核心竞争力。应立足小麦、玉米、稻谷、油料等资源禀赋优势,以延伸粮食产业链为基石,提升价值链为核心,打造现代供应链为支撑,全面推动乡村特色产业高质量发展。依托“豫农优品”品牌,积极推动农产品深加工和绿色食品的首发创新,借助电商直播、异地展销等多元渠道,实现河南农产品从“田间地头”直达消费端,催生更广阔的发展空间。

突出制造业特色。河南同样是新兴工业大省,盾构机、新能源汽车、光电子芯片等高端制造领域在全国具备重要影响力。应聚焦新能源和智能装备产业,积极引进龙头企业设立研发中心和新品首发基地,拓展制造业服务化边界。比如,结合消费需求开发定制产品,或通过“制造业+文旅”模式延伸产业链。例如,郑州比亚迪·迪空间作为国内首个新能源汽车科普研学基地,采用沉浸式互动装置和多媒体技术,全面展示新能源汽车技术,吸引众多观众参观。

突出文化特色。文化资源是河南首发经济的关键王牌。河南拥有安阳殷墟、龙门石窟等世界文化遗产,以及豫剧、钧瓷等丰富的非物质文化遗产。这些独具特色的文化IP,可通过“文化+科技”“文化+消费”的深度融合,打造出富有辨识度的首发经济场景。以开封清明上河园为例,通过复原宋代市井生活,推出“宋文化沉浸式体验”首发项目,游客不仅能穿戴汉服,还可参与传统手工艺制作,实现“文化场景+消费体验”的创新模式,既传承文化,又催生消费新增长点。

优化营商环境,降低创新成本

作为创新驱动的经济形态,首发经济中的新产品、新服务和新技术多处于市场验证初期,必然经历试错与迭代,面临技术研发失败、市场认可度不确定、商业模式尚待验证等多重风险。只有企业通过“试验—改进—迭代”的动态优化过程,让产品与服务更贴合市场需求,才能成长为首发经济的中坚力量。关键在于通过“风险可控的容错机制”降低企业创新成本,为首发经济提供成长沃土。

在补贴政策方面,依托财政激励激发招商活力,推动“以商引商”,通过分档资金支持,减轻品牌首店成本,并优先向高级别首店倾斜资源;鼓励存量资产升级,引导门店向旗舰店转型,提升本土品牌影响力。例如,广州对签订两年以上协议,在穗开设首店且租金装修总成本不少于100万元的,按投资额不超过20%、最高300万元给予分档支持。对将门店升级为旗舰店、上年营业额不少于500万元且装修成本超200万元的,择优给予最高200万元资助。

在审批流程方面,品牌首店设立涉及多项审批,传统流程耗时长,影响企业落地和市场响应。政府应进一步简化“首发”项目相关的行政手续,推动审批环节的整合与协调,缩短审批时间,减少重复审查。例如,苏州工业园区创新推出“首店一件事”服务,整合公司设立、装修审批、行业许可等办理环节,实行“告知承诺+容缺受理”审批模式,使首店设立和许可办理提速分别超过50%和30%。

在监管模式方面,首发的新业态和新模式不可避免存在试错风险,过严监管容易扼杀创新活力,而过松监管则可能带来隐患。政府应深入把握市场动态,实施弹性监管,为创新腾出更大空间;坚持市场优胜劣汰,让真正有实力的品牌脱颖而出,形成包容审慎的监管环境。例如,深圳推出“沙盒监管”试点,允许在可控范围内试水新产品,免于立即满足全部常规监管要求,支持创新主体探索新模式、新路径,避免出现“一管就死”的管理困境。

升级消费环境,延伸消费链条

首发经济的生命力源于对消费需求的精准满足与消费潜力的持续激活。它不仅服务本地居民,更旨在打造区域消费高地——通过创新产品和特色消费场景,满足本地消费者的品质和个性化需求,同时吸引周边乃至全国的消费群体,形成首发经济的集聚效应。这一集聚通过消费链延伸激发配套产品和关联服务的需求,从而推动整个产业链的消费增长。

打造首发经济空间。首发经济不仅创造短期市场热点,更通过产业链全链条的协同发展,持续吸引人流形成虹吸效应。应结合商圈和文旅场景实际,空间聚集产品、服务以及人才、资本、数据等关键要素,推动消费链的延伸与拓展,从而有效提升游客的停留时间和消费黏性。例如,广州打造了包括广州塔、海心沙等32个“首发空间”,集中展示首店品牌和新品,举办首发、首秀、首展等系列活动,促进了城市空间、产业品牌与时尚消费的深度融合。

推动消费基础设施建设。通过构建集成化智慧商圈平台,整合智能停车引导、人机交互导航、自助结算系统等智慧化设施。依托其实时数据采集与智能分析技术,精准捕捉人流分布特征与消费者行为偏好,动态优化商业空间布局与精准营销策略,加强商圈与轨道交通、公交站点的衔接。例如,杭州湖滨步行街便引入智能导视牌、无障碍地图、巡街机器人等设备,实现了快速寻位、便捷入住和无缝支付,显著提升了消费体验。

加强消费者权益保护。首发经济催生新业态新模式,但配套法律法规和行业标准相对滞后,由此引发消费者权益保障难题,抑制了消费潜力。应挖掘现行法律制度的适用性,建立分类分级监管机制,强化跨部门协同共治效能。针对新兴消费领域开展研究,系统总结新业态创新特征与发展规律,加快完善适配性标准体系与法规框架。打通线上线下一体化投诉渠道,拓展多元化解纷机制,推动更多企业入驻全国12315平台,实现消费纠纷线上受理、即时调解、快速和解的全流程处置。

当产业优势转化为首发内容,当文化特色融入消费场景,当政策红利激发企业动力,当关怀温度融入消费环境,河南的首发经济必将实现更高质量发展,成为中原经济增长的新引擎,为全国首发经济提供更具示范意义的“河南方案”。

(作者分别系中共广东省委党校经济学教研部副教授;广东省委党校经济学教研部主任、教授)