

成都抢占首发经济制高点 力争到2027年底落地6500家首店

成都发展
Chengdu Development

首发经济火了！无论是抢购首发限量款，还是尝鲜观看第一场秀，“首发”为消费者提供了新鲜感和参与感，也将消费者的好奇心转化为了购买力。

抢占首发经济制高点，成都重磅发布推动首发经济发展三年行动计划，通过实施新品首发攻坚、各类首店引育、活动矩阵打造、特色载体营建、营商环境提升五大首发行动，全方位优化首发经济发展生态。

华西都市报·封面新闻
记者 赖芳杰

首发经济政策重磅“上新”
全方位优化
首发经济生态

“首字招牌”是提振消费、繁荣市场的重要引擎。作为成都春日消费季四大标杆活动之一，4月11日，“2025成都首发季”正式启动，旨在集中释放成都消费新势能、首发新活力，全力助推成都打造“潮流文化策源地、时尚生活引领地、前沿科技孵化地、智能制造领航地”。

启动仪式上，《成都市推动首发经济发展三年行动计划（2025—2027年）》（以下简称《计划》）重磅发布，通过实施新品首发攻坚、各类首店引育、活动矩阵打造、特色载体营建、营商环境提升五大首发行动，全方位优化首发经济发展生态。

《计划》目标明确，力争到2027年底，全市落地各类首店累计达6500家，高能级首秀首展等首发活动超1000场，打造首发经济地标载体100个，培育新消费品牌500个，首发经济促进体系更加完善，链式发展效应深度呈现，“FA@成都”活动品牌影响力基本显现。

融合政策、机制、平台等多资源要素，成都市商务局联合成都市民营经济促进中心共同推出的“FA@成都—‘我要首发’服务码”正式上线，从其作用功能来看，政策一码通达、首发资源精准对接、全程贴心服务。企业可扫



各大品牌扎堆的成都春熙路商圈。图据成都发布

码查询省、市、区首发经济相关政策措施和《成都首发地标载体机会清单》等最新资讯，了解首店首秀等首发活动信息，为企业打造24小时线上需求快速响应通道。

“强化顶层设计，完善长效机制，可以促进首发经济量质齐增。”中商数据联合创始人周长青表示，“成都拥有完善的首店品牌矩阵和多层级的商业载体，突出的综合优势让成都成为首发经济的重要策源地。”中商数据显示，自2019年以来，成都累计落户海内外首店超4000家，连续6年保持正增长。仅2024年，成都就引进首店超820家，创6年来新高。周长青认为，品牌与在地文化结合是近几年的大趋势。研究表明，各种首发活动中有16%与城市在地文化结合，其中，71%在地文化尝试来自国际品牌。每个城市都有自己独特的产业特征和地域文化特征，让在地文化得到充分表达与融合，是发展首发经济的一大关键。至于成都，有很好的在地文化资源，应该深挖除了大熊猫、竹子、辣椒以外更丰富的文化内涵，将在地文化与国际时尚更好融合，实现共创。

**各大品牌扎堆成都
既是一种战略选择
也是一种价值认同**

成都蓬勃的消费活力在首发经济上得到充分体现。今年，蒂芙尼、乔丹 WOF、京东 mall 等国内外知名品牌选择在蓉开设旗舰店首店。4月至5月，全球航天文物展“宇宙博物馆·叩天往事”首展、全球超级模特大赛暨第13届全国时尚美育年度颁奖盛典首秀、“看完熊猫·逛潮牌”主题巴士首发，以及瑞士昂跑中国首家旗舰店、瑞典壁克峰精品店、日本优衣库成都首家城市旗舰店等首店将在蓉陆续亮相。品牌与城市“双向奔赴”，是

彼此之间的相互赋能。随着各类品牌开启市场扩围，成都又是如何脱颖而出，成为全国“首发重镇”的？在启动仪式上，企业代表带来了成都首发基因的解读。

成都麓湖 CPI 运营负责人廖洋表示：“成都首发活力与城市的包容属性、市场活力与消费势能密不可分，各大品牌选择成都，既是一种战略选择，也是一种价值认同。”

成都零食有鸣商业管理有限公司品牌总监向爽坦言，“我们深知‘首发’二字的分量，它不仅是创新与活力的象征，更是一座城市商业基因的集中体现。四年前，公司决定将首家‘硬折扣零食集合店’落地成都时，便是看中这座城市独一无二的‘首发基因’。”

捕捉市场动态，成都也一直在构思首发生态的优化提升。启动仪式上，成都发布第一批33个首发载体清单，由春熙路商圈、交子公园商圈、蓉北枢纽商圈等首发集聚区，宽窄巷子、文殊坊、万象城等首发街区，以及其他广场、会展空间、商业空间、演艺空间与园区空间共同组成，以首发经济激活消费新动能，致力于打造一批成都首发经济标杆落地场域。

同时，成都进一步加强专业服务机构间的集聚联动，围绕新品研发、发布推广、品牌运营、首店落地等全链条服务，加快形成以首发经济促进中心、首发经济研究院及首发经济促进会为代表的产业生态联盟。活动当天，成都也正式挂牌成立“成都市首发经济服务中心”。

成都市商务局相关负责人表示，成都将重点依托“蜀里安逸”、新“十二月市”等特色消费新场景，设置首发首店首展等快闪店，让新产品、新服务、新业态、新技术直达消费者。

值得一提的是，本次活动也代表着“春启万象·打卡成都”2025年成都春日消费季正式启动。从4月初持续至5月底，成

都将围绕“蓉城首发、食尚寻味、春日漫游、花样生活、好耍五一”五大核心板块，联动全市23个区（市）县、超万家商户，打造覆盖全域的消费新场景，推出百余场特色活动，全面激活春季消费潜力，为市民游客呈现一场“逛、赏、品、购、娱”多维交织的春日盛宴。

离境退税“即买即退”
一季度离境退税
同比增长270%

在政策和市场双轮驱动下，成都消费规模持续扩大，消费新场景、新业态、新模式不断涌现。离境退税“即买即退”，成为激活入境消费的“金钥匙”。与传统离境退税的办理流程相比，将退税环节提前，境外旅客在购物环节就能拿到退税款，有利于旅客在购物现场再消费。

国家税务总局成都市税务局数据显示，2025年一季度，成都市离境退税商品销售额及退税额同比增长270%，规模已达2024年全年的41.4%，办理离境退税的境外旅客数同比增长225%，开单量同比增长206%。

国家税务总局成都市税务局相关负责人表示，设立“即买即退”集中退付点是一项创新性的离境退税便利举措，能有效疏通单户商店自备退税现金的堵点，大力推动商店开展离境退税“即买即退”业务。符合条件的境外旅客在“即买即退”商店消费后，拿着购物发票和退税申请单，即可前往集中退付点办理信用卡预授权手续并领取等额退税预付金。这种便利化的服务能更好地激发旅客的消费热情，促进“二次消费”，有效提升了境外游客的消费体验，更为春熙路商圈吸引境外客流提供了新的增长点。今年，成都将在现有49家“即买即退”商店的基础上，吸纳具备条件且有意愿的商店，进一步扩大“即买即退”商店数量。



4月11日，“2025成都首发季”正式启动。图据成都商务



2024年9月10日，拥有近百年历史的法国巴黎雅顾摄影工作室入驻成都荣耀全球旗舰店。受访者供图