

政经入门课

不知你是否发现,商场、社交平台甚至校园周边,悄然出现了许多“限定款”商品。只要有商店打出“全国首家”店的名号,开业当天便会引来众人排队打卡;某本土奶茶品牌推出“城市限定口味”,仅特定区域发售,在朋友圈瞬间刷屏;还有人熬夜抢购某动漫IP的全球首发手办……从第一家需要顾客蹬单车发电的餐厅,到第一杯由无人机送出的奶茶,再到第一场用VR眼镜观看的展览,这些看似平常的消费现象,其实正体现了一个热词——“首发经济”。

什么是“首发经济”？ 它是城市商业活力的“新引擎”

首发经济成商业竞争 新战场

2024年12月,中央经济工作会议提出,2025年要积极发展首发经济。2025年召开的地方两会上,“首发经济”被写入多地政府工作报告,成为提升消费能级、打造新消费增长点的重要抓手。首发经济看似新词,其实离我们的生活并不远。无论是网上开售火到“一机难求”的折叠屏手机,还是引发抢购热潮的游戏《黑神话:悟空》,都属于首发经济的范畴。那么,首发经济究竟是怎么回事?当下为什么强调发展首发经济?

“首发经济”,简单来说,就是企业将新产品、新品牌、新业态的首次发布、首次亮相放在某个城市或平台,由此引发关注、消费和传播,形成从“首秀”到“爆款”的经济链条。它不仅是商业竞争的新战场,更是城市活力与消费力的体现。首发经济是首店经济的延伸与拓展,涵盖企业发布新产品、新业态、新模式、新服务、新技术以及开设首店等经济活动。

而在首发经济浪潮中,青少年群体正成为不可忽视的“主力消费者”,他们热爱新鲜事物,追求个性化表达,愿意为兴趣和情感买单。一场新品发布会、一次限量联名,往往能迅速点燃热情。这种“首发即心动”的心理,正是企业争相布局首发市场的关键原因。企业通过“首发”制造话题,而消费者则通过消费表达态度,这正是首发经济的魅力所在。



在上海举行的第七届中国国际进口博览会上,众多首发首展的新科技、新成果、新展品亮相。 新华社资料图片



商家在第七届中国国际进口博览会上推出全球首发朱鹮主题水晶系列产品。 新华社资料图片



北京三里屯太古里。图据北京发布



人流如织的成都交子大道。
图据成都高新区管委会公众号

重塑经济增长 新格局

有人会问:这不就是商家的营销套路吗?但首发经济,不仅是“买买买”。首发经济离不开营销,但它背后的意义远不止于此。“首发热”的背后,离不开各个城市对首发经济战略价值的深度挖掘。今年国庆中秋假期,全国多地以“首”字打头的消费活动持续升温。北京三里屯太古里引入Fabrique中国首家精品店等多个首店,带动商圈客流同比增长超20%;淘宝Vision未来旗舰店上海首店通过“AI+3D+XR”技术实现虚拟商品体验与线下互动,吸引超10万人次打卡;深圳全球最大室内滑雪场前海华发冰雪世界开业,揽客20万人次,带动前海商圈消费金额达34.69亿元;杭州亚奥万象天地开业引入40余家首店,假期客流超80万人次,零售额超3000万元……

当下,首发经济已成为国内核心城市提振消费、激活商业活力的“必争之地”。从东部沿海到西部内陆,国内一线及新一线城市纷纷亮出“首店”“首秀”“首展”组合拳,形成全域竞逐的态势。

不仅如此,首发经济还是创新的“试验场”。首发的使用体验和真实评价,能帮助企业快速优化产品。用户参与创新让消费者不再被动,且成为产品进化的参与者。可以说,每一次“首发”,都是城市向消费者发出的一封“邀请函”。

因此,首发经济已然成为城市商业活力的“晴雨表”,更渐成打通供需循环、驱动产业升级、重塑经济增长格局的“新引擎”。

华西都市报-封面新闻记者 车家竹 综合报道