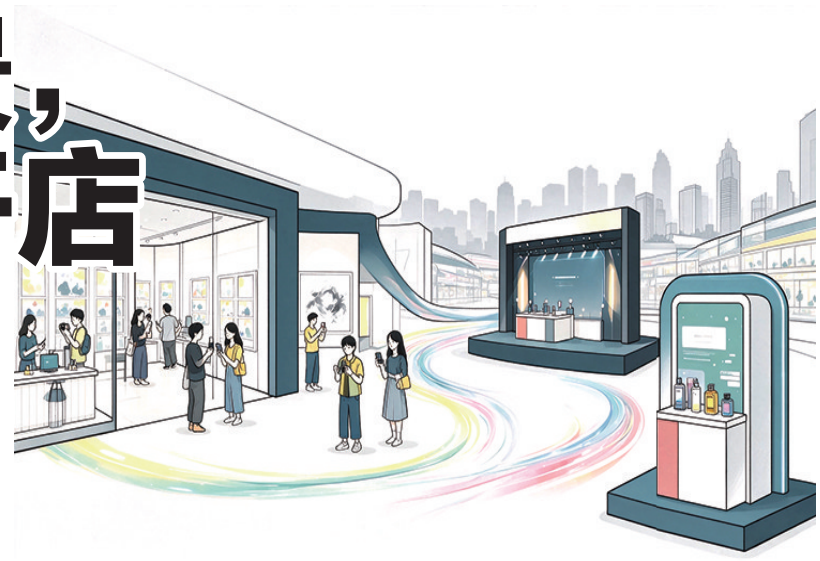
从新产品到新场景，首发经济不止于开店



花青、藤黄、胭脂、石绿……走进位于天津南开大悦城的鸵鸟墨色文创空间，近400款彩墨铺陈出的一面弧形“墨色主题墙”映入眼帘，名字与色彩都透着浓浓的东方美意。顾客的笔尖落下，墨色在宣纸上缓缓晕开。

“鸵鸟墨水是天津老品牌，小时候写作业用的就是它的蓝黑墨水，没想到现在变得这么时尚。”顾客赵女士放下手中的笔，忍不住感慨。

从“买得到”到“买得好”

鸵鸟墨色文创空间是由中华老字号鸵鸟墨水打造的全国首店，将中国色、文房器具等与文创设计融为一体，被列入天津市消费新业态新模式新场景试点城市建设支持项目。

“写字”这件事，从文具店的货架上，搬进了年轻人愿意专程打卡的新场景，成为可看、可玩、可分享的消费体验。“从卖产品到卖体验、卖兴趣，想要开辟新市场，必须更好地适应新的消费方式。”天津市鸵鸟墨水有限公司总经理黄强说。

鸵鸟墨水的创新之举，是首发经济的生动注脚。以开设首店为起点，发布新产品，推出新业态、新模式、新服务等，首发经济成为消费领域的新亮点。新生代消费者不只为商品买单，也愿意为场景体验、文化内涵、情绪价值付费。从“买得到”到“买得好”，首店恰好提供了这样的新内容。

在四川成都东郊记忆园区，首店云集的潮玩街区里，不少游客举着手机拍照打卡。夜幕降临，光影秀点亮老厂房斑驳的外立面，为园区首店再添人气。目前，园区入驻企业超340家，其中涵盖数字音乐、展览演艺、创意设计等业态的各类首店超90家。

各地正把首发经济做深做实

“十五五”规划纲要明确“积极推进首发经济”，表明其从地方实践、政策试点上升为国家中长期战略，成为扩内需、促升级、强创新的重要抓手。

今年以来，相关政策和举措接续出台。3月，商务部启动“2026全国精品首发季”；7月，国务院批复同意《扩大消费“十五五”规划》，明确要求“因地制宜推进首发经济”；8月，商务部等部门印发《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》，提出“支持举办首发首秀首展活动”。

各地正把首发经济做深做实。今年1月至9月，北京全市新增实体首店766家，举办首发、首秀、首展、首演活动893场。天津前三季度共引入首店301家，品质首店累计达229家，购物中心核心承载、剧院与场馆特色补充的载体格局日益完善。

首发经济不止于“开店”。更多“首发”以首秀、首展、首演等多元形态，把消费场景嵌入城市生活。

“首发”牵引带动作用进一步凸显

在北京，2026世界机器人大会期间共有超300款新品集中首发，多款人形机器人新品亮相；在上海，“首发上海”系列活动覆盖美妆、时装、家电、运动、宠物、文化IP等多个领域，为消费者带来丰富多元的新品体验……

“通过挖掘地域文化、产业特色与消费需求的结合点，首发经济用新场景、新模式、新概念吸引本区域乃至跨区域消费客流，让消费与城市生活产生更深的情感连接。”天津社会科学院研究员成文说。

从“首发”出发，其牵引带动作用进一步凸显。

不久前举行的第九届中国国际进口博览会上，全球前沿创新成果和新品集中亮相，从展台上的概念展示到走进消费者的日常生活，一些创新成果正加快从展品向商品转化。在优衣库展台，首次以创意装置集中展出的12款“消费者心声商品”吸引观众关注，其中不少产品从往届进博会上的概念或样品起步，随后结合中国不同地区的气候特点和消费者穿着习惯持续改良，进入全国门店。

南开大学商学院副教授梁峰说，首发经济不仅激活消费、丰富市场供给，也推动产业升级和城市品牌建设。首发活动对产品设计、技术研发和品牌创新提出更高要求，带动上下游企业加强协作，推动产业链协同发展。

一家首店门前排起的长队，一场首秀带火的街巷人潮，都是首发经济生动的模样。当“首发”从初见时的新鲜，变成持续更新的优质体验，首发经济将为中国经济发展注入更多新活力新气象。

据新华社

知晓身边事 一报常相伴
2027年订阅开启

小报童商城放心购
读者专享好物云集

《烟台日报》540元/年
《烟台晚报》252元/年
扫码订报，知闻天下



小报童商城:鲜果日用一站式采购，
满20元六区免费配送到家。

订阅热线
6231640

中心站：6224684　环山站：6606290　新桥站：6512137
幸福站：6220627　世回尧站：6017943　莱山站：6722127
开发站：6388865　福山站：6363640　牟平站：4218347

欢迎关注