

首发经济 “新新”相融

■ 本报记者 宁广靖 韩启 摄影 刘欣

专家观点

首发经济如何实现“长红”

“首发经济不仅关注首次活动本身,更强调整个‘链式’发展过程。”自中央经济工作会议提出2025年积极发展首发经济后,南开大学经济与社会发展研究院教授王家庭对此进行了追踪研究。他对记者表示,无论是开设首店、产品首展,还是节目首演、服务首发,这些都是首发经济的组成部分。但就底层逻辑而言,首发经济的核心是创新,即通过不断推出新产品、新业态、新模式,激发消费者的购买欲望,进而活跃消费市场。

除了消费外,首发经济对产业发展的促进作用也不容小觑。“首发经济不仅能满足消费者对新鲜、独特、高品质商品的需求,还能带动相关产业发展,并重塑经济增长动能。”王家庭说。

同王家庭一样,天津社会科学院区域经济与城市发展研究所研究员贾玉成也认为,首发经济以创新为核心特征。“通过推出新产品、新服务和新模式,首发经济可激发消费者尝新心理,带动即时消费和长期消费升级。”贾玉成对记者介绍称,通过线上线下融合,首发经济可拓宽消费边界。不仅如此,通过率先推出新品和优化消费体验,首发经济还能刺激高端化、定制化消费,促进产业链协同发展,增强经济发展活力。

相较短时期内“火爆”,首发经济如何实现“长红”更受业界关注。对此,王家庭坦言,天津可通过政企联动,确保首发经济持续健康发展,为城市经济发展注入新的活力。“首先,持续创新是核心。无论是产品还是服务模式,都需要不断创新,以满足消费者日益多样化的需求。这要求企业加大研发投入,不断推出新颖、有吸引力的产品和服务。其次,品质保证是基础。首发经济的成功离不开强大的品牌支撑。企业要注重品牌建设,提升品牌形象和知名度,通过优质品质赢得消费者的信任和认可。最后,优化营商环境是保障。政府应进一步简化审批流程,降低企业经营成本,提供便捷高效的服务。同时,政府还要加强市场监管,维护公平竞争的市场秩序,为首发经济的发展创造良好的外部环境。”他说。

近些年,天津致力于建设国际消费中心城市。如何更好地发展首发经济?王家庭认为,天津应建立完善的“首发经济生态体系。”首先,要打响“首发天津”的城市品牌,重点突出工业发达、中西合璧等本土特色,强化首发经济跨界联动,赋能商、旅、文、体、展一体化发展;其次,要积极培育高标准、国际化的首发经济生态圈,通过打造一批“新品首发示范区”,提升首发经济的整体辐射效果;再次,着力强化科技赋能,以数字化提升金融服务首发经济的质效;最后,应充分发挥区位优势,重点以京津冀同城化为切入点,不断拓展与其他城市群在首发经济上的区域协同与多方联动。”他建议称。

贾玉成对记者表示,通过充分发挥区位优势、产业、政策等方面的优势,天津有条件将首发经济打造为消费升级的重要引擎。



图:王成成/摄

与一般的商业综合体不同,体育商业综合体的客群较为垂直,因此,获客渠道也需要更垂直。在周春生看来,体育商业综合体最大的痛点是周一至周五白天客流量小。为此,他们正在对接一些部门,洽谈惠民项目合作。同时,他们还与部分商业综合体对接,希望将体育项目体验卡摆进卖场,以此吸引更多客流。

“我们正尝试与工会组织、研学机构合作,在场馆闲时组织活动,增加场馆客流量。接下来,我们还将尝试以较低的价格对合作机构的会员开放篮球、网球、羽毛球、攀岩、平衡车等项目,把这些‘流量’先留下来,再进行转化。未来,如果有会员的子女需要进行专业的体育培训,会优先考虑这里。”周春生说。

把客流引过来、留下来,是中安体育小镇眼下的头等大事。“我们近期引进了一个在北京人气较高的羽毛球馆项目,它是‘网红+体育项目’的运营模式,店铺布局和装修也颇有个性。”周春生告诉记者,“引进网红店只是吸引‘流量’的方式之一,要想把‘流量’留下,配套也要跟上。”

目前,中安体育小镇配有餐厅、便利店等,方便孩子们培训完后就餐。“我们正在对接北京做美甲、美发的网红店,希望把它们引进来,服务陪孩子过来的妈妈们。”周春生说,中安体育小镇积累到一定“流量”,会衍生新的商业模式,比如,他们可以为体育器材、体育服装等品牌带货。

最近,周春生很忙。他不仅要对接合作,还要准备新项目落地。“目前,我们有多个项目准备落地,比如,今年上半年准备在天津拿第2个项目,使其富有的体育元素,让越来越多的人享受到体育运动的乐趣。”他说。

新模式

线上线下融合经营 厂家90%新品在此发布

“厨房8平方米,把烤箱嵌入橱柜中,在您的预算内,这几款烤箱都很合适。”走进位于南开区的天津京东MALL,提案师靳强正在与两位顾客探讨装修事宜。

去年3月开业的天津京东MALL有160多名工作人员,像靳强这样的提案师有16名,他们会根据顾客需求,为其提供整体家装方案。“全屋定制的方案,通常24小时就能出来。”据靳强介绍,每个提案师每月都会服务40多名顾客,开单销售额超100万元。

作为京津地区首家京东MALL超级体验店,体验成为这个商业综合体的一大特色。美食体验区、烘焙教室、家庭游戏体验区、电竞体验区……在这里,各类体验项目吸引了不少顾客驻足。

在家庭游戏体验区,记者看到,几名顾客正在游戏体验师的指导下试玩最新款游戏。“所有进店的顾客都可以在我们的体验区进行项目体验,有专业的游戏体验师带着顾客玩儿。”天津京东MALL门店运营负责人说。

据了解,不少顾客体验游戏后,会购买相关设备。在家庭游戏体验区和电竞体验区旁边,设有DIY(自己动手制作)装机大师服务专区。现在,DIY装机大师板块每个月带来的销售额达数十万元。

目前,京东MALL在全国有19家线下店,天津京东MALL是第10家。卖场是京东自营店,现有8大品类、200多个品牌,涵盖手机、电脑、家居、家电等领域,货权和价权都归京东所有,厂家的导购员也暂时归天津京东MALL统一管理。

“我们线上线下是联通融合的。店面摆出了4万多件商品,但售卖的产品远不止这些。顾客在京东App里看到的商品,即使门店没有摆出来,也可以在我们这里购买。”天津京东MALL门店运营负责人告诉记者,以家电品类为例,线下店只摆出了2万多件商品,但实际可以卖到12万件。比如,线上专供款冰箱,虽然线下没有摆出,但如果顾客觉得线下折扣合适,也可以在线下店购买。

“与我们卖场合作的厂家,90%的新品都在天津京东MALL发布,新品首发为卖场带来了巨大的客流量。”据天津京东MALL门店运营负责人介绍,根据后台数据统计,天津京东MALL的经营效果超过预期,因此,位于滨海新区的天津第2家京东MALL也在加速建设中,“京东线下店除了占地3万平方米至5万平方米的超级体验店外,还有占地1万平方米以下的城市旗舰店。未来,在天津部分地区,小规模的城市旗舰店也会落地。”

商场装修、店铺招商等方面融入了属地特色,也引进了很多城市首店。对于店面的装修设计,我们会跟商家一起讨论,希望能给顾客带来更多的新鲜感。”据龙湖天津梅江天街相关负责人介绍,商场有近300家店,约30%为天津首店,这些首店为商场“贡献”了近一半的销售额。

女装板块是龙湖天津梅江天街的一大特色。眼下,由于线上渠道“分流”了部分女装市场,不少线下店经营业绩不及预期。但在这里,女装店经营得风生水起。

走进THE SEA LIFE(颐海一生)女装店,店长刘鑫正忙着招呼顾客。这家店有100多平方米,200多种款式的女装陈列其中。“25岁至45岁的女性是我们的主要客群,店里大多是老主顾,复购率超70%。”刘鑫告诉记者,这个品牌在全国有400多家女装店,龙湖天津梅江天街店是天津首店。每到周六、周日,店里的日客流量达300人次左右,日销售额超2万元。

据了解,这个品牌也有线上店,线上销售额约占总销售额的30%。“如何避免线上渠道‘争抢’线下市场?”面对记者的提问,刘鑫表示,要做好价格保护,同款式服装线上、线下价格相同,有些线下店的款式,线上店没有。“我们这个店,单月销售额达15万元就能覆盖成本。”她表示,该品牌计划在天津开更多的店。

周末的龙湖天津梅江天街非常热闹。青年星厨、村下厝、贵guui……不少餐饮品牌的天津首店在中午时段迎来客流高峰。龙湖天津梅江天街相关负责人告诉记者,商场平时的日客流量约3.5万人次,周末比平时增长1.5倍至1.7倍。开业4个多月以来,商场会员已积累超15万名。“我们的首店大多是占地100平方米至150平方米的大店,其中餐饮品牌占比较多。部分品牌跟我们合作后,开始跟天津以外的龙湖天街商业综合体对接,比如村下厝已经在跟我们上海和苏州的项目接洽了。”她说。

“我们在全国共有6家店,这是天津首店,我们现在正在对接其他城市的龙湖天街。”说话的是贵guui龙湖天津梅江天街店店长王红日。这家店位于商场5层,每到周末的“饭点儿”,店里都会迎来大批顾客。“店里有40多种菜品,日销售额达2万多元,回头客占了30%多。”王红日说。

据龙湖天津梅江天街相关负责人介绍,商场针对商户有定制的管理系统,可以看到其经营及服务需求等信息,“对于商户的需求,我们会积极反馈。”

2017年开业的天津天河城是目前粤海天天河城集团“走出”广东省的唯一项目。由于地处金街核心位置,每到节假日,天津天河城都会迎来大量客流。“商场平日日客流量近10万人次,周末日客流量达16万人次,节假日日客流量超20万人次。”据天津天河城招商部负责人介绍,目前商场入驻率约99%,去年引进了30余家首店,包括天津首店、华北首店和全国首店。

“我们在跟首店品牌对接的时候,会考虑他们的品牌背书以及运营管理能力等因素。品牌在选择商场时,则更在意商场的背景实力、客流量和品牌结构。”据前述负责人介绍,为保证商场能给客户带来更好的消费体验,天津天河城每年会对约35%的店铺进行调整更新。

新场景

多渠道拓展垂直客户 赛事活动是重要盈利点

篮球、网球、羽毛球、攀岩、匹克球、壁球……位于西青区的中安体育小镇集合了17类运动项目。每到周末,这里一天的客流量达2000多人次;平日里,一到晚上,上百人涌进网球场、篮球场等场地挥汗如雨,享受运动带来的乐趣。去年,这里组织了十余场网球、壁球、篮球等体育赛事。

“中安体育小镇去年6月开业。传统体育场馆的盈利以租金和培训收入为主,对我们来说,组织赛事活动是实现盈利的重要途径。”中安梅江体育产业(天津)有限公司总经理周春生告诉记者,“我们这里是首店里‘套’着十几个小首店,比如,极富人气的前优会网球首店就在这儿。”

鹰眼、大屏幕、专业木地板……走进前优会网球场,已有不少人在训练。据场馆负责人介绍,这里有6片网球场,周末场地占用率达90%多,平日场地占用率也能超60%。“我们以培训为主,培训收入占总收入的一半以上。开业以来,网球场累计学员近400人,其中青少年约占七成。”他说。



图:王成成/摄

只有40分钟左右。

与小嗨火锅天津天河城店一墙之隔的是喵塘主麻辣烤鱼(以下简称喵塘主)天津天河城店,这家店是喵塘主的全国首店。为何将全国首店设在天津?喵塘主负责人简单对记者表示,这是因为他们发现天津人对各类海鲜的消费能力很强。

自开业至今,喵塘主天津天河城店的人均消费为90元至100元。其中,外卖收入占比达30%以上。“我们有8种口味。其中,麻辣烤鱼、泡椒烤鱼、青椒烤鱼的累计销量排名店内前三。”简单告诉记者,由于一些天津人不能吃辣,喵塘主去年专门开发了新品——酱香烤鱼。

当不少商家围绕吃的食、衣、住、行等“开疆拓土”时,还有一些商家将目光聚焦在宠物身上。采访当日15时,一位宠物美容师正在宠物部落龙湖天津梅江天街店内为一只宠物狗做美容服务。这家店共有5个洗护间,可为各种宠物提供“一对一”洗护服务。

宠物部落龙湖天津梅江天街店是宠物部落在天津设立的首店,也是其在全国的第2家门店。宠物狗美容通常按照体重大小来收费。按照非黑金会员最新报价,这家店对3公斤以下宠物狗精剪造型收费129元/只,对3公斤至6公斤宠物狗精剪造型收费139元/只,对6公斤至10公斤宠物狗精剪造型收费149元/只,对10公斤至15公斤宠物狗精剪造型收费199元/只,对15公斤至20公斤宠物狗精剪造型收费229元/只。

“这里不仅是宠物潮流生活方式集合店,还是宠物主和宠物们的社交中心。去年10月,我们曾专门举办了宠物运动会。”宠物部落龙湖天津梅江天街店相关负责人告诉记者,目前,该店总面积接近1000平方米,囊括了8000多种商品,可满足宠物在衣、食、住、行、娱等方面的需求。

新商场

30%首店“贡献”近半销售额 每年调整更新约35%店铺

“快看!好漂亮的发财树!”最近,在龙湖天津梅江天街一楼大厅,一棵高15米、金灿灿的发财树吸引了众多顾客驻足拍照。

龙湖商业在全国有80多个商业综合体,去年8月30日开业的龙湖天津梅江天街是它落子天津的首个商业综合体。“我们在

探首店、观首演、逛首展……在人们的生活中,首发经济正悄然地拉动着城市消费增长。

为大力提振消费,中央经济工作会议特别提出,今年要积极发展首发经济。由此,首发经济备受业界关注。

设立首店是首发经济的重要组成部分,但其远不止于此。新业态、新模式、新技术……这些无一不在壮大首发经济的规模。发展首发经济,不仅能提振消费,还能带动相关产业,实现“链式”发展。

新门店

从天津首店到全国首店 以好品质应对“内卷”

记者见到吕文鹏时,他和店员们正为当日午餐做各项准备工作。每天11时,泰妃殿天津天河城店准时营业,迎接一波又一波的食客。

2024年6月,泰妃殿天津天河城店开业,成为泰妃殿连锁品牌泰妃殿的天津首店。“我们店总面积为220平方米,可同时容纳100多人就餐。自开业至今,店里周末的日均营业收入超过4万元。”吕文鹏担任这家店店长,他告诉记者,“从过往情况看,客单价为100多元。其中,60%以上的食客都是通过美团、抖音等平台了解到我们的。”

目前,泰妃殿天津天河城店的菜品有30种左右。其中,冬阴功海鲜汤、巨无霸咖喱虾墩墩、火山面包咖喱牛腩等均是该店的“招牌”。“每2个月左右,店里就会上1次新品。”吕文鹏说,“我们十分重视顾客的反馈意见,对于月销量不足20份的菜品,会果断地将其淘汰。”

担任泰妃殿天津天河城店店长前,吕文鹏曾独立开过餐饮店,也与他人合营过烤鱼店。“做餐饮是很‘卷’的,只要你服务不好,就会被别人‘卷’下去。”历经多年锤炼后,吕文鹏总结出了餐饮店可持续经营的“真经”——菜品过硬、服务到位、环境舒适。

“以冬阴功海鲜汤为例,除了主要原材料是从泰国进口外,做该汤的厨师已有40多年的从业经历了。”对于泰妃殿天津天河城店的菜品质量,吕文鹏十分自信。据他介绍,尽管该店开业尚不满1年,但回头客占比已达30%以上。

在泰妃殿天津天河城店开业4个月后,小嗨火锅天津天河城店于2024年10月开业。小嗨火锅大有来头,它是火锅连锁品牌海底捞旗下的子品牌。

小嗨火锅负责人冷如袖告诉记者,小嗨火锅天津天河城店是该品牌的天津首店。自开业至今,让她对天津人消费能力产生深刻印象的是,这家店曾在跨年当日的销售额达到峰值。

目前,小嗨火锅天津天河城店每日10时至24时营业,拥有70多种菜品。“我们这家店的人均消费为60元左右,可覆盖更多的消费人群。”据冷如袖介绍,除了定价较低外,小嗨火锅的顾客平均用餐时间也较短,



图:王成成/摄