



自2025年以来,首发经济不断受到重视。让各方尤为关注的是,《中共天津市委关于制定天津市国民经济和社会发展的第十五个五年规划的建议》提出,构建海河沿岸消费带,加快培育建设金街、文化中心等标志性商圈,打造一批特色街区,积极发展首发经济、夜间经济、假日经济。

从发布新品到设立首店,从推出首展到举办首演,从首设研发中心到建立区域总部……首发经济的内涵十分丰富。对一座城市来说,积极发展首发经济,不仅能促进消费增长,还能带动相关产业链发展。

眼下,首发经济正成为驱动天津经济增长的新引擎。



首发经济 擎动津城

■ 记者 韩启 摄影 刘欣 韩启

首店“尝新” 开拓市场 各有招法

圆茄子8.98元/份,芦笋头16.90元/份,云南巨无霸蓝莓39.90元/盒,澳洲肥牛卷49.90元/盒……新年伊始,记者走进盒马鲜生天津南开大悦城店(以下简称南开大悦城店),各类商品让人目不暇接。

盒马鲜生是阿里巴巴旗下的新零售平台,通过线上线下融合模式,为顾客提供生鲜、日用品等众多商品。作为盒马鲜生的天津首店,南开大悦城店于2025年6月开业。

“在选址时,我们主要考虑该区域的消费能力、物业条件和交通状况等因素。”盒马鲜生相关负责人告诉记者,目前,南开大悦城店在售商品超过7000种。其中,自有品牌“盒马”的商品种类占比超过三成。

如果不愿去线下门店购买商品,消费者还可通过盒马鲜生的App(应用程序)、小程序下单。据了解,为了扩大配送范围,盒马鲜生在天津主城区已设立了10个配送站。

“对生鲜类商品来说,配送效率尤为重要。我们必须通过控制配送半径来保障商品送达时足够新鲜。”盒马鲜生相关负责人说。

当盒马鲜生通过线上线下融合模式深耕天津市场时,女装品牌BF则专注发展线下业务。2024年10月,BF天津和平印象城店开业,成为该品牌的天津首店。

“为何锁定女装市场?”当记者将这一问题抛给BF天津和平印象城店负责人蒋明菊时,她回应说:“女性群体对美执着追求,始终在寻觅能彰显自我个性的服饰。充分满足她们的需求是我们深耕这个领域的初心。”

虽然线上购物很便捷,但线下门店的体验感是无法被替代的。我们组建了专业的服务团队,可让顾客在此获得专属的穿搭体验。”据蒋明菊介绍,该店面积约3000平方米,在售衣服款式达上万种,覆盖休闲、通勤等多种穿搭场景。

近些年,夜间经济备受各地重视。正是因为看好天津夜间经济的潜力,孙建伟以加盟商的身份投资设立了民谣集天津和平印象城店。该店是民谣集的天津首店,于2025年6月开业。作为发端于宁夏的连锁餐饮品牌,民谣集以“烧烤+音乐+自选酒水”为经营模式。

民谣集天津和平印象城店营业时间为下午5时至次日凌晨3时。“店里面积为400多平方米,可容纳180多人同时就餐。”孙建伟告诉记者,自开业至今,该店平均客单价为90多元。以收入结构来看,酒水、菜品各占一半。

目前,民谣集天津和平印象城店可提供50多种菜品。其中,宁夏滩羊肉串是该店的特色之一。“每天晚上,店里都有乐队驻场,最长时间可达6小时。”孙建伟说,在这里,顾客还可以免费点歌。

商场“上新” 业态优化 客流大增

穿城而过的海河,见证着天津商业的变迁。2025年11月底,位于海河东岸的天津嘉里汇B馆盛大开业。由此,这一大型商场形成A馆、B馆“两馆联动、业态共生”的新格局。

“天津嘉里汇B馆建筑面积为1.7万平方米,聚焦追求生活品质的客群,内部设计以‘海上游轮’为理念,打造了精致、舒适的消费新空间。”天津嘉里汇商业管理总监王义铸告诉记者,目前,天津嘉里汇日均客流量约3.5万人次。A馆、B馆业态互补,随着周边写字楼租户入驻,未来该商场的客流量还会大幅增加。

2025年,天津嘉里汇A馆开业已满10年。目前,天津嘉里汇A馆已入驻了110多家商户。其中,餐饮

商户数量占比为24%,娱乐商户数量占比为29%。

“一站式”满足消费者的生活需求是我们的目标。除了引入各类首店外,我们还立足培养时尚生活方式,为消费者带来了多场天津首展、特色市集等活动。”王义铸对记者表示,近两年,天津嘉里汇A馆已引入24家首店,其中包括2家全国首店、8家天津首店、14家河东首店,主要涉及餐饮、娱乐等业态。

从天津嘉里汇驱车约15分钟,记者到达天津远洋乐堤港。自2025年7月至今,该商业综合体引入的天津首店已超过10家,涉及创意餐饮、潮流服饰、时尚运动等多种业态。

天津远洋乐堤港由天津河东爱琴海购物中心更名而来。“2025年7月更名,这不只是品牌名称变更,更标志着我们品牌战略全面升级。”天津远洋乐堤港相关负责人告诉记者,这里不再局限于传统购物中心的购物功能,而是围绕天津市民日益增长的多元化生活需求,构建了集购物、文化、社交、运动、娱乐等功能于一体的综合性商业空间。

穿越海河,记者来到金街商圈。周末午后,这里人流如织。位于金街商圈的天津和平印象城里,“谷子市集”正在火热举办中。所谓“谷子”,是指漫画、动画、游戏、电影等版权作品衍生的周边产品,属于“二次元”相关产品,包括徽章、挂件、立牌、手办、玩偶等。

模玩熊是一个主营“二次元”产品的连锁品牌。2024年10月,模玩熊天津和平印象城店开业,该店是其天津首店。“我们店在售产品有上千种。”模玩熊天津和平印象城店店长柴恭祺告诉记者,该店在售产品的价格从几元至上千元不等。“自开业至今,我们客群的年龄主要集中在15岁至30岁,其中接近八成是女性。”他说。

“二次元”是天津和平印象城近些年重点布局的三大新业态之一。“这些看似小众的产品,恰恰戳中了年轻人的兴趣点。”天津和平印象城项目总经理郑峥对记者表示,“二次元”是“小业态撬动大经济”的典型代表。他举例说,面积仅100平方米的“二次元”门店,单月销售额就能突破100万元。

金街商圈聚集着多个大型商业综合体。自2023年5月开业起,天津和平印象城便进行差异化定位,在锁定年轻客群的基础上打造“日不落潮流引力场”。由此,夜间经济也成为这家商业综合体的三大新业态之一。“除了酒吧、烧烤等多元化的夜间经济业态外,我们还盘活屋顶空间,打造出独特的夜间消费新场景。”郑峥说,发展夜间经济,不仅让商场的空间资源得到充分利用,还极大地延长了消费者的停留时间。

除了“二次元”、夜间经济外,天津和平印象城重点布局的三大新业态还包括以服装零售为主的“国潮主理人”业态。郑峥告诉记者,目前,三大新业态的门店数量占天津和平印象城内门店总数的比重已超过30%。

街区“焕新” 深度融合 释放活力

“快看!这里只需9.9元就能拍一份纪念报!”最近,从西安来天津旅游的小薛被一个主体为红色的“拍报亭”吸引了。随后,他与同伴在此驻足拍照,并将照片分享至朋友圈。

这个“拍报亭”位于民国1920街区内一条长度为360米的步行街上。2025年8月,民国1920街区挂牌,其中湖南路、洛阳道被打造为沉浸式步行街,将民国广场和五大道公园两大地标串联起来。五大道管委会主任李兰廷告诉记者,自挂牌至今,民国1920街区日均客流量超过4万人次。

民国1920街区以民国广场为核心,占地面积达17.4万平方米。“民国1920街区的名称来源于民国广场,其前身民国体育场始建于1920年。”在民国1920街区挂牌前,这里曾被改造、提升,为期4个月。李兰廷表示,民国1920街区项目是一个以深度挖掘历

史文脉为核心、驱动街区活力再生为目标的城市更新项目,其中涉及低效资源盘活、民生问题改善、历史文化挖掘和街区风貌整治等内容。

“在改造、提升过程中,我们针对街区内的历史建筑采用文物建筑的修缮标准,使用脱漆工艺等让百年老建筑恢复清水砖墙原貌。同时,我们还将修缮中发现的百年老砖、瓦片及井盖等嵌入公共空间展示,让老物件焕发新生。”为实现从“静态保护”转向“活态繁荣”这一目标,民国1920街区在运营过程中依托不同“小洋楼”的历史背景和空间特色,引入定制化、复合型业态,实现功能重塑与价值提升。李兰廷说,如今,这里的历史风貌建筑已不是单一的观光拍照点,而是融合了精品零售、文化沙龙、主题展览、创意办公、私宴定制、沉浸式演艺等众多业态。

“在街区里,消费场景与‘小洋楼’的历史肌理深度绑定,实现了历史韵味与当代活力的有机融合。”李兰廷告诉记者,截至目前,民国1920街区已入驻的各类品牌门店达100多家。

在民国1920街区,游客能触摸到历史的印记。而走进天美艺术街区,浓郁的艺术气息扑面而来。2025年7月,天美艺术街区核心区开街。“核心区被定位为‘津城文艺美学原力场’,建筑面积达1.61万平方米,其中商业区域、教学区域各占一半。”负责运营天美艺术街区的天津艺文润城城市更新产业运营有限公司董事长姜大方告诉记者,自开街至2025年12月末,天美艺术街区核心区累计客流量约55万人次。

“不同于一般的商业街区,天美艺术街区是‘非标’复合型创意街区,具有‘街区、校区、社区、景区’四区融合的鲜明特征。”姜大方说。

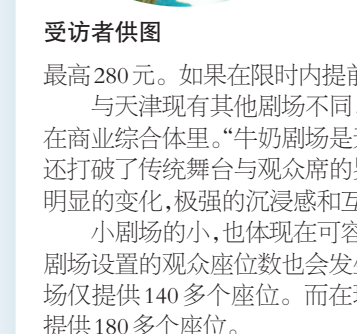
在天美艺术街区,人们每周都能获得艺术惊喜,就像开盲盒一样,每次来访的体验都不一样。姜大方给记者描绘了如此充实的一天:“早晨,你可以在这里喝咖啡、吃面包;上午,可以在这里逛艺术展览;中午,可以在这里吃顿惬意的午餐;下午,可以在这里听专家讲座;晚上,还可以在这里体味别样的‘夜生活’。”

为了不断提升自身影响力,天美艺术街区正与天津美术学院倾力打造海河青年艺术季、海河公共艺术季等艺术活动IP(知识产权)。其中,首届海河青年艺术季、首届海河公共艺术季在核心区开街当月便拉开帷幕。“2026年,除了举办第二届海河青年艺术季、第二届海河公共艺术季等活动外,我们将借助天津美术学院办学120周年校庆进一步提升街区影响力。”姜大方说。



演出

音乐剧小剧场
填补天津市场空白



受访者供图

从天津南开大悦城北区二层顺着一段旋转楼梯缓步上行,观众便可进入牛奶剧场。

1月1日下午3时,音乐剧《熊猫》在这里开始上演。本场演出是牛奶剧场2026年的首场演出,时长为60分钟。

“《熊猫》是牛奶剧场自2025年10月1日开业后迎来的第二部音乐剧。”天津青年友好使者艺术团团长、牛奶剧场负责人程悦告诉记者,2025年12月,该剧在牛奶剧场上演了10场,备受观众好评。

天津青年友好使者艺术团隶属于天津北方演艺集团,是音乐剧《熊猫》的制作方之一。据了解,该剧票价共分4档,最低80元,最高280元。如果在限时内提前购票,观众可享受九折优惠。

与天津现有其他剧场不同,牛奶剧场被定位为音乐剧小剧场,且将场地设在商业综合体里。“牛奶剧场是天津首个音乐剧小剧场,不仅填补了市场空白,还打破了传统舞台与观众席的界限。”程悦告诉记者,在这里,观演关系发生了明显的变化,极强的沉浸感和互动性让观众成为剧情中的一员。

小剧场的小,也体现在可容纳观众的数量上。根据不同的剧情环境,牛奶剧场设置的观众座位数也会发生变化。据程悦介绍,在《熊猫》上演时,牛奶剧场仅提供140多个座位。而在环境式悬疑音乐剧《无刃之镜》上演时,该剧场提供180多个座位。

2024年,在上海的一次考察经历,让程悦萌生了在天津打造音乐剧小剧场的想法。“当时,我被上海的音乐剧小剧场震惊了,其不仅数量众多,还吸引了大量全国观众去看音乐剧。其中,不乏来自天津的年轻观众。”她说。

此后,在母公司天津北方演艺集团支持下,程悦和她的团队将剧场地址锁定在天津南开大悦城,并定名为牛奶剧场。“我们将剧场定名为牛奶剧场,除了想让观众更容易记住外,还因为牛奶是一种有营养的物质。通过与不同的食材搭配,它可让人获得丰富的口感体验。在牛奶剧场,我也希望观众的心灵能够得到滋养。”程悦告诉记者,她想将牛奶剧场打造为“一个治愈生活的艺术特调空间”。

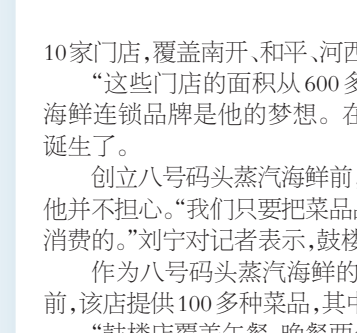
“很多音乐剧的观众都非常专业。在音乐剧小剧场的演出结束后,他们会在门口等待并与演员一一交流。”程悦坦言,有时,一些观众会给演员挑错。等下次再来看演出时,他们还会关注演员有没有改正。对演员来说,在音乐剧小剧场演出更不敢懈怠了。

从2025年10月1日首演至今,《无刃之镜》在牛奶剧场已上演了50场。据了解,2026年,天津青年友好使者艺术团将对《无刃之镜》的部分内容进行优化,并推出2.0版。届时,该剧仍会在牛奶剧场上演。

“2026年,我们还会在牛奶剧场举办艺术沙龙,一方面为了在非演出时段充分利用场地资源,另一方面也希望能为剧场拓宽客群。”程悦说。

餐饮

从海鲜单店到连锁品牌
用“质价比”引来“回头客”



每天上午9时,八号码头蒸汽海鲜鼓楼店(以下简称鼓楼店)的员工开始为午餐做准备。上午11时,该店将迎来当天第一波客流。记者见到刘宁时,他正在店里巡检。作为八号码头蒸汽海鲜创始人,刘宁告诉记者:“2026年,我们将在青岛开设新门店。”

此番布局具有重要意义。这意味着,诞生于天津的八号码头蒸汽海鲜将开启进军外地餐饮市场的新征程。

八号码头蒸汽海鲜由刘宁与其朋友联合创立。2016年8月,鼓楼店开业。该店不仅是八号码头蒸汽海鲜的天津首店,还是该品牌的全国首店。截至目前,其已在天津设立10家门店,覆盖南开、和平、河西、河东、西青等区。

“这些门店的面积从600多平方米到1800多平方米不等。”刘宁说,打造海鲜连锁品牌是他的梦想。在首家门店开业仅一年多之后,第二家门店就诞生了。

创立八号码头蒸汽海鲜前,刘宁曾在餐饮行业从业多年。面对行业竞争,他并不担心。“我们只要把菜品品质把控好,并给消费者让利,他们一定会再来消费的。”刘宁对记者表示,鼓楼店在开业3个月后就实现盈利了。

作为八号码头蒸汽海鲜的天津首店,鼓楼店可容纳300人同时就餐。目前,该店提供100多种菜品,其中海鲜种类占比超过八成。

“鼓楼店覆盖午餐、晚餐两个时段。目前,我们提供的各类海鲜中,有三成左右来自天津本地,包括皮皮虾、海蟹等。”刘宁说,自开业至今,该店平均客单价保持在120元至150元。

从设立单店到连锁经营,如何在确保高品质的前提下降低运营成本一直是刘宁考虑的重要问题。为此,八号码头蒸汽海鲜专门建立了自己的采购团队。如今,该品牌旗下各门店超过六成的海鲜食材由其采购团队从源头统一采购。“绕开一些中间商,可降低不少成本。”他说。

将“首发流量”转化为“产量增量”

——专访天津大学管理与经济学部市场营销系系主任罗城

“首发经济是一个地区商业活力、创新能力、开放程度的重要体现。”天津大学管理与经济学部市场营销系系主任罗城对记者表示,首发经济具有“链式发展”的鲜明特征,通过“先发—反馈—迭代”机制,激励企业持续创新,推出新技术、新产品、新模式。

在短期内,首店、首展、首演等可以带来巨大的“流量”。但如何让首发经济可持续发展更为关键。罗城认为,一座城市只有从首店、首展、首演等的“单点火爆”走向产业链的“全链协同”,才能做大首发经济规模,将“首发流量”转化为“产量增量”。

“通过文化赋能、枢纽放大和产业支撑协同发力,天津可以走出一条兼具烟火气、开放度和科技感的首发经济新路径。”他举例说,天津拥有五大道、意式风情区等众多独特的空间资源,可以以此为载体打造具有辨识度的沉浸式首发场景,让“天津首发”成为游客来此消费的重要理由。

罗城坦言,立足制造业优势,天津可以推动新产品在此率先发布,建设技术首发、场景展示与产业对接的一体化平台,打造“天津智造”的首发名片。在“首发地”建设方面,天津应聚焦新消费、新科技、新文化、新服务等重点领域。

“未来,天津可以重点引入和培育服务首发经济的业态,比如吸引品牌策划、活动运营、数字营销等高端服务机构集聚,不断提升自身承接首发活动的综合能力。”他说。