

江苏800家首店拉长消费链,从“单次打卡”到“深度留客” 首发经济可不止“尝鲜”

徐州中心商圈的彭城广场地铁站内,人流如织。刚出12号口,淮安游客张美玲便被X-SPACE金鹰国际新闻空间里的热闹景象吸引——麦记牛奶公司的首发限定款奶茶前排着长队,品牌香薰体验区围满了年轻人,而不远处的文庙街区,主题集市前,打卡拍照的游客络绎不绝……这是江苏首发经济热潮中的又一鲜活场景。

据省商务厅统计,今年以来,全省新设首店突破800家,其中全球(或亚洲)首店2家、全国首店17家、餐饮首店245家、零售首店近200家。在政策精准引领与场景创新加持下,这些首店正从“单个亮点”串联成“消费热链”,推动江苏消费市场向更高层次跃升。



湖北省知名品牌“悦活里”在南京的首店吸引了众多市民前来购物。

各地亮出“特色牌”,首店经济进入差异化竞争

“从图纸设计到正式开业,市场监管部门全程陪跑,食品经营许可证当天受理、当天核发,效率太高了!”南通凤之云餐饮管理有限公司(肥汁米兰)负责人对当地的审批速度赞不绝口。崇川区市场监管局创新实施万象城“3工作日现场核查”提速机制,在餐饮首店功能布局设计阶段就派专人介入,避免二次整改。

在江苏,为首店落地提供“加速度”已成常态,相关部门服务理念从“审批者”转向“陪跑者”。今年5月,省级层面出台的“首发经济15条”再次“力挺”首发经济:同一承办者在同一场地办多场活动,1000人以上的一次性申请许可,1000人以下的只需报备,审批时限从7天压减到5天;进口通关推出“企业服务包”,对展示用进口消费品提供便利化措施,加快新品入市节奏。

“首发”政策精准滴灌,各地都有“拿手戏”——南京德基广场的Burberry美妆露营地前,排队

打卡的年轻人举着手机拍摄限量款口红墙。今年以来,德基举办了Burberry美妆露营地、PRADA春游主题等近10场首发活动,同时,稳稳接住“苏超”流量,开展凭“苏超”票根免费参观德基艺术博物馆、获取餐饮优惠等活动,并结合全球体育IP集合店FanTown聚星商店南京首店,将赛事流量转化为消费动能。

苏州的“大手笔”则让国际品牌心动。该市《关于支持发展品牌首店的若干措施》推出3年来,已发放4434.69万元补贴,支持总项目数92个。在仁恒仓街开业的星巴克中国江苏首店非遗概念店,首次将非遗技艺和苏州非遗大胆碰撞,为顾客带来穿越古今的神奇体验。业内评价,首店所代表的创新性与融合性,实现了商业与文化的“混搭”,潮流与古城双向奔赴,最终形成了独具特色的“文化高地”与“消费福地”。作为苏州的老牌重镇集聚地,姑苏区近4年来共引进首店157家。

无锡太湖音悦城的工地上,电钻声与远处交响乐团排练声奇妙交融。这座被定位为“长三角音乐公园商业地标+太湖湾美好生活理想地”的首发经济集聚区,以音乐为核心主题,打破传统商业综合体的刻板印象。MAO Livehouse的1000平方米店里,工人正小心翼翼地安装声学隔板,副总裁殷浩在舞台区期待,“未来将把国内外优质独立原创演出引入无锡。”WeCycle户外骑行集合店的玻璃幕墙外,创始人Danny刚结束一场环湖试骑:“运气好时,沿湖绿道能看到白鹭、候鸟,还能看到补给站的咖啡师哼着小调打奶泡……”他表示,这些具象化的“美好画面”都给了他灵感,今后将结合品牌定位,组织“骑行+音乐会”等多元活动,用骑行串联起更多城市生活元素,吸引消费者共同探索城市乐趣。截至目前,这座音乐主题综合体已迎来12家首店,连政策都带着“韵味感”——只要演唱会外地观众占比超50%,最高能拿到50万元补贴。

流量变“留量”,首店正在重构消费生态

首店的价值不止于短期流量,更在于重构消费生态。数据显示,首店集聚的商圈,消费者平均停留时间从2小时延长至4小时以上。“为首店而来,为其业态买单”成为新常态。

南京IFC商场的百丽宫CINITY LED影城首发4K/120帧技术,吸引影迷慕名而来。周女士看完电影后,顺手在商场“买了支口红,吃了顿饭”。徐州杉杉奥莱的HEAD海德江苏首店更绝——组建“头号玩家俱乐部”,免费为顾客提供球拍穿线服务。“本来只想看看球拍,结果全家都消费了。”一位消费者表示。

这种“磁力效应”正在改变传统商业逻辑。首

店不再是单纯的销售点,而是流量入口和体验中心。它们吸引消费者到店,然后通过跨界融合、场景创新,激发二次消费、关联消费。

凭借“稀缺性”,全球首店成为超级流量引擎。南京德基广场的MINISO SPACE全球首店,将潮玩与艺术展览结合,开业首日推出的WAKUKU新品手办两小时售罄,持续保持“周周上新”节奏。无锡大东方百货引进的江苏首店BAPE,其设计的“江南春日”限定款迷彩系列,销售额创新高,成为品牌在华东地区的“业绩标杆”……这些首店不仅带来独家商品,更通过“首发仪式+文化融合”制造话题,如法国时尚品牌AMI PARIS携手苏州仁恒仓街,在相门城墙震撼

演绎了一场中西元素融合的美学“秀场”,将苏州推上全国热搜,当天在小红书、抖音等平台线上直播的在线观看人数超300万,浏览量超1.2亿。

餐饮与零售首店则以“烟火气”贴近民生。今年,全省引进的245家餐饮首店中,既有米其林餐厅,也有创意小店。零售首店则覆盖全客群需求:扬州M会员商店的“猫窝造型礼盒”由好丽友联合定制,价格比市场价低20%,年销量突破50万盒,其中约三成由南京、镇江等周边城市消费者周末短途采购;连云港海步街行的蓝步品牌首店,推出的“小蓝盾三合一冲锋衣”因高性价比,两小时售罄,带动品牌在苏北地区迅速打开市场。

来源:《新华日报》

IP深度塑造,让城市首发彰显“独特韵味”

首发经济作为全链条的新型经济模式,已成为各地拉动消费、推动产业升级的重要抓手。打造特色城市IP是首发经济向更高层次发展的关键一环,眼下,上海、北京等城市通过打造特色平台和主题活动,形成了独具魅力的IP活动,如北京的“北京全球首发节”、上海的“首发上海·FIRST in Shanghai”活动等,它们将首店、首发等与本地消费节庆深度融合,释放出强大的消费吸引力。

江苏在打造城市IP方面已有积极探索,南京表现尤为突出,2023年全年和2024年上半年共引进

各类首店547家,正着力打造“首发南京”IP。其发展策略坚持平民化为主、高端化为辅,财政重点投向“它经济”“悦己经济”等大众新业态,同时优化高端商业服务,学习先进城市经验为企业提供服务。

省苏科创新战略研究院理事、南京财经大学教授向阳建议,应支持商业主体凝练融合城市特色,形成独树一帜的“消费IP”,“可借鉴重庆打造‘巴渝特色’首发经济的经验,在制定首发经济扶持政策时,以进一步凸显城市IP形象为宗旨,重点面向业态落后过时的商业综合体、商业街区等

商业主体提供财政补贴,支持其改造升级现有业态模式和装修风格,培育孵化城市特色品牌,引进与城市形象及其自身特色定位相契合的首店、首秀、首演、首展等,并与当地文旅产业版图深度融合。”同时,他提醒,各地应避免以财政奖补竞赛的方式与兄弟城市开展“首店争夺战”,而应该参考兄弟城市经验做法,对标找差,不断优化政府公共服务质量和效率,增强城市对外来投资的吸引力。

来源:《新华日报》

国家发展改革委批复可行性研究报告 沪杭第三条高铁通道来了

近日,国家发展改革委批复新建上海至杭州高速铁路可行性研究报告,线路长约223.8公里,总投资约670.97亿元。项目建设对提升沪杭运输通道能力,支持推动长三角一体化发展战略实施,促进区域经济和社会发展等具有重要意义。

这条将要新建的高铁就是传说了10多年的沪乍杭高铁,建成后,沪杭间将有第三条高铁通道。

沪杭间目前已有两条高铁通道,即2010年开通的沪昆高铁沪杭段(俗称沪杭高铁),直连沪杭两地主城区,从上海虹桥可直达杭州东站,是长三角最大两个客运枢纽的纽带,客流几乎每日爆满,高峰时段只能买站票或者买不到票的情况比比皆是。

另一条是借助去年开通的沪苏湖高铁,再通过联络线连接既有的湖杭高铁,从上海虹桥站可直连杭州西站,这一高铁通道目前车次、客流均不多,且票价较高、行程耗时多;但它是目前沪昆高铁沪杭段高负荷运行下,分流负担的另一选择。

值得一提的是,上海和南京之间,现有高铁通道已超过3条,分别是沪宁高铁、京沪高铁、南沿江

城际铁路。另外还有沪苏通铁路借助宁启快速铁路,可开行动车从上海到南京。沪苏湖高铁经湖州借助杭宁高铁连通上海、南京。

还有纳入国家高铁主动脉沪蓉高铁一部分,沪宁间正在建设的北沿江高铁,它的南京北站造型别致,建设中就曾引起热议。

长三角沪宁杭高铁三角中最强的两条边——沪宁、沪杭,从通道容量看,倾向沪宁,尽管单从客流看,杭州铁路枢纽的客流一直是超过南京的,杭州东站的单日客流甚至曾超过上海虹桥。

国内刚筹建高铁时,最初的高铁规划中,沪宁间就同步筹建京沪高铁沪宁段和沪宁城际,共两条高铁4条轨道。而沪杭间只规划了沪昆高铁兼沪杭城际一条高铁2条轨道。

沪乍杭高铁即将开工,对浙江、对上海、对经营长三角国铁大网的中国铁路上海局集团有限公司来说是好事、喜事。据了解,沪乍杭高铁到海盐北面的平湖后就离开紧靠的杭州湾北岸,弯向了嘉兴,经嘉兴南站、桐乡站、临平北站直达终点杭

州西站。

平湖将借助沪乍杭线一圆高铁梦。临平虽有高铁,但沪乍杭高铁将新建临平北站,据测算从此前往上海浦东国际机场,届时仅需约40分钟,相比现在,无论是自驾还是“高铁+地铁”前往,都快上不少。

沪乍杭高铁两头连接杭州西站和上海东站、浦东机场,该线路和上海金山线城际铁路将同步新建联络线,这样沪乍杭高铁的动车可以通过联络线、金山线直连上海南站和上海虹桥站,也就是说可以直连上海主城区。

长远看,随着浦东持续开发,上海东站这一上海第二客运中心的建设与浦东机场这个长三角乃至全国空中枢纽的发展,在快速发展的杭州城西板块,提前布局建设直连上海第二大客运枢纽的高铁,无疑是一招先手棋。

此外,据了解,与沪乍杭高铁有着大致走向的沪乍杭货运铁路也在筹划中。

来源:《浙江日报》

融“长”所长

RONG CHANG SUO CHANG

助力发展

ZHU LI FA ZHAN



以大科学装置集群为核心深度融合前沿科技 合肥打造世界级科普旅游目的地

8月22日,合肥未来大科学城科普研学游发展大会暨科普研学游中心成立仪式在合肥科学岛举行。会上,《合肥未来大科学城世界级科普旅游目的地规划设想》(以下简称《规划设想》)正式发布,合肥未来大科学城科普研学游中心同步揭牌。

合肥未来大科学城以中国科学院合肥物质科学研究院为核心,集聚了全超导托卡马克实验装置、稳态强磁场实验装置等9个大科学装置,引领核聚变、量子科技、深空探测三大“塔尖科技”,形成多学科交叉的前沿研究设施集群,不断涌现世界级科研成果,是科创合肥的亮丽“名片”。

如何实现从“科研圣地”到“旅游目的地”的跨越?《规划设想》明确,合肥将依托未来大科学城的世界前沿科技资

源,融合庐阳区三十岗乡优美生态环境与深厚历史人文底蕴,打造全球首个以大科学装置集群为核心、深度融合前沿科技的沉浸式科普旅游目的地,构筑一座从量子微观到深空宇宙,人人可抵达、可感受的科学朝圣殿堂。

作为此次《规划设想》落地的“排头兵”,由庐阳区人民政府、中国科学院合肥物质科学研究院、安徽省科普文化行业协会三方共建的未来大科学城科普研学游中心,在大会上正式揭牌。“未来三方将依托该中心,加大‘产学研’优势互补力度,通过市场化机制形成‘科技创新—科普研学服务盈利—反哺科研创新和区域发展’的可持续生态,让尖端科技‘可感知’、研学活动‘可持续’、区域发展‘可增值’。”庐阳区相关负责人表示。

来源:《安徽日报》

长三角首趟多式联运“一单制”粮食专列起运

记者从中国铁路上海局集团有限公司获悉:8月20日,一列载有22个20英尺集装箱,装满大米等初加工食品的粮食专列从安徽阜阳谢桥货站开出,驶向江苏启东吕四(港)站,这批货物随后将驶至上海,通过安通物流快航班轮发往福建、广东、广西等地,标志着长三角首趟多式联运“一单制”粮食专列成功起运。

据了解,与传统集装箱多式联运业

务相比,“一单制”运输具有“一次委托、一单到底、一箱到底、一次结算”的特点。客户只需一次缴费,即可享受运输、储存、装卸、全程定位等全链路物流服务,无需再与铁路、航运等多家承运单位逐一沟通协商单证交接、短驳运输、货物换装等环节。这一模式既提升了运输效率,又有效降低了综合物流成本。

来源:《人民日报》

嘉兴南湖机场完成真机试飞 力争年底正式投运

8月26日19时许,东方航空公司一架A320客机平稳降落在嘉兴南湖机场跑道,这是嘉兴南湖机场迎来的首架民航客机,标志着该机场顺利完成真机试飞,向正式通航迈出坚实一步。

真机试飞是机场从建设阶段转入运营阶段的重要环节。该飞机从上海虹桥机场起飞,经过约15分钟的飞行后,抵达嘉兴南湖机场。在完成各项试飞前准

备工作后,17时30分,这架A320客机由嘉兴南湖机场起飞开展试飞工作。

针对本次试飞,试飞机组对嘉兴南湖机场飞行程序、运行标准、通信导航等各种设施设备,以及飞行区道面、标志标牌、机场净空情况进行了严格检验。

下一步,嘉兴南湖机场将继续推进各项投运准备工作,力争今年年底正式投运。

来源:《浙江日报》

首届长三角智慧体育创新创业大赛启动

8月26日下午,首届长三角智慧体育创新创业大赛暨第三届合肥智慧体育创新创业大赛启动仪式暨宣讲推介会在上海体育大学科技园举办。

此次大赛由安徽省体育局、上海市体育局、江苏省体育局、浙江省体育局、合肥市人民政府联合主办。大赛定于8月至10月举办,以“科技赋能体育 智慧引领未来”为主题,实现赛事规格、赛事服务和宣传推广全面提升,进一步提升办赛质量,打响赛事品牌。

大赛的目的在于推动智慧体育成果转化和生态构建。在启动仪式上,知名

智慧体育企业和上海体育大学科技园负责人围绕主题分享经验并指出,长三角地区强劲的体育发展动能和群众日益高涨的健身热情,亟需以人工智能为抓手,提供更优质的产品和服务,推动更多智慧体育项目落地。

此次大赛分为启动、报名、初赛、复赛、决赛五个阶段,初赛、复赛采用线上方式进行,决赛采用线下方式进行。报名通道即日起开启,符合条件的创业团队和企业可通过线上渠道报名,报名截止日期为9月26日。

来源:《安徽日报》



校车“体检”迎开学

8月26日,江苏省扬州市宝应县公安局交警大队车辆管理所民警对辖区内校车开展专项检查,并向校车驾驶员宣传安全知识(无人机照片)。

开学在即,多地开展校车安全专项检查,确保学生乘车安全。

新华社发