

本期专报：刘小涛书记、王颺秘书长

领军参阅 专报

第 21 期（总第 103 期）

2024 年 6 月 6 日

苏州太湖书院 苏州太湖智库主办

市管重点新型智库

关于苏州加快发展首店经济的若干思考

当前，发展首店经济已成各地竞争的又一热点，尤其值得苏州研究。

苏州在上世纪六、七十年代以前，一度被称为“典型的消费城市”“上海的后花园”等，其意思指“小苏州”是一个吃吃喝玩的地方，工业经济相对来说并不发达。随着改革开放大潮迭起，苏州因乡镇工业蓬勃发展而工业经济在全国迅速崛起，并进一步因外向型经济快速发展而工业经济在全国独领风骚，

工业经济发展重镇成为苏州经济的代名词。而与此同时，苏州的商贸服务业发展却相对滞后，同工业经济相比略嫌逊色，总量规模小，缺少品牌和有影响力的企业；一些“老字号”商店尽管历史悠久，但却处于举步维艰的境地；近几年出现了许多商贸综合体，似乎存在业态雷同、布局过密、层次不高、客流分散等问题。在首店经济快速发展的当下，在商贸新业态、新模式不断涌现的今天，苏州如何以发展首店经济为契机，重振“消费城市”雄风，亟待加强探索。

一、首店经济知多少？

首店经济是指一个区域利用特有的资源优势，吸引国内外品牌在区域首次开设门店，使品牌价值与区域资源实现最优契合，以及由此对该区域经济发展产生积极影响的一种经济形态，例如全球首店、中国首店、区域首店、行业首店、体验首店、创新首店等，或是已入驻的品牌设立创新模式的概念店等。

首店经济兴起的一个原因是，很多品类的商品如今供过于求，只有更加让人耳目一新的商品和服务才能创造需求，刺激消费。随着人们日益增长的个性消费、创意消费的新需求，在传统的经济业态无法下得到满足。第一，传统经济业态面对的市场已趋饱和，人们很难在同一时间、同一类商品上花费过多的预算。例如：走进一个购物中心，逛完所有店面竟然发现没有物可购，因为居民消费不再以短缺作为出发点；或者，商家出售的商品同质化过于严重，根本无法激起人们的消费欲望。

第二，传统经济业态看似和居民日常的吃、穿、住、行、用紧密匹配，但是多数业态满足的还是初级层次的需求，创意不足导致国内经济大循环经常在这里形成“堵点”。例如，走进一条小食街，可能出现频率最高的无非是油炸 xx，铁板 xx，干锅 xx，卤煮 xx 等等，人们常常感觉难以“下嘴”，因为食品消费不再以温饱作为出发点。第三，传统经济业态过度依赖“流量经济”，本身缺乏创造流量的功能。经济循环要围绕人的需求展开，但是如果连基本的人群数量都无法吸引，又谈何循环顺畅呢？传统经济业态经营的艰难就在这里，它总是要依托某种顶端商业中心或业态，通过这种顶端商业中心或业态吸引的人流量来“经营性生存”或“生存性经营”，一旦出现流量下降，传统经济业态萎缩就在刹那之间。这从一个侧面说明，新发展格局不能再简单追求商业业态的重复和传统，而是要在顶尖业态——特别是首店经济方面寻求突破。

首店在当前消费环境下属于稀缺资源，在消费者心中能形成独特影响力。通过引入首店，能带动新的消费增长点，实现消费结构升级和城市功能转型。但是，现阶段我们要避免首店经济引进的一些误区。第一，首店要匹配时代、产业、服务发展的真实需要，要避免“见光死”。不是说标新立异的东西都能称为首店，也不能把简单满足人们短期内感官冲击的东西当成首店，首店的根本立足点还在于产品或服务的质量——不怕货贵、不怕货奇，就怕货比货。第二，首店不仅要带来流量，而

且要可持续。有些首店就是百年老店，比如苏州的“老字号”，并不以货品出奇制胜，而是靠代代相传的口碑引领消费流量；而有些首店则必须以新奇制胜，例如上海最近引进的安娜苏运动全球首店、米其林三星餐厅 DA VITTORIO 亚洲首店、Pronovias 亚洲首家旗舰店，就是全面提升顾客感官体验的创新店，但这种创新要不断为之，才能维持首店的排面，否则很容易昙花一现。第三，首店经济反映出一个城市消费市场的敏锐度和成熟度，折射出营商环境的舒适度和开放度。近年来，上海、北京、成都相继出台补贴政策，主动招募国际化品牌等首店资源入驻，武汉、济南也纷纷将发展首店经济上升至政策层面。显然，城市在筛选品牌，首店也在挑选城市。首店经济作为一个风向标，反映一个城市的新发展格局，苏州作为千年古城和历史文化名城，另一方面又作为现代新兴工业大市，要紧紧抓住这种首店经济带来的消费新概念和发展新空间，不断升级自身的首店经济模式和城市品牌取向。

二、发展首店经济的意义体现在哪里？

首店经济之所以成为当前各地竞争的焦点之一，初步分析，其积极意义主要有以下方面。

一是有助于提升城市创新力。首店经济之所以成为城市的“流量密码”，关键在于首店发展的内在动力是产品和服务创新。一方面，首店经济催生消费创新。为了延长品牌生命周期，大部分首店需要不断研发新产品和推出新体验，以品质与服务的

不断升级来为自己的品牌形象进行持久“保鲜”。另一方面，首店经济驱动产业创新。消费升级过程中的需求多样性以及结构高级化对创新和生产提出更高要求，也提供了新的优化方向。受消费升级、需求高端化驱动，企业通过技术创新形成新的竞争优势，进一步促进产业创新向中高端演化。此外，首店经济通过推动消费升级，将引导人才、资金、技术等资源由低端产业向战略性新兴产业转移。

二是有助于增强城市引领力。一方面，首店经济是引领城市消费升级的风向标，品牌首店开在哪里，哪里就成时尚前沿。由于首店经济力求覆盖新品牌、新产品、新科技、新内容、新零售渠道，为城市中的消费者提供更多元的商品、更细分的服务和消费体验，不断引领城市消费升级。随着越来越多的首店进入，也会带动和促进其他商店发展，从而引领更大范围的消费提档升级。另一方面，首店经济是引领城市经济发展的动力。消费与投资、出口被誉为拉动经济增长的“三驾马车”。从供给侧角度看，首店经济为城市增加了更加多元化、高质量、全品类的消费供给，将有助于消费提质扩容，引领城市经济增长。

三是有助于塑造城市竞争力。首店经济的发展满足了当下社会大众日益个性化、多元化的消费需求，能够进一步挖掘消费潜力，提升城市商业魅力。不难看出，方兴未艾的首店经济对于重塑城市的商业格局和竞争力具有重要意义。从城市层面来看，首店经济是消费升级的重要体现，也能够丰富城市的零

售业态，展现出新的商业活力，是城市竞争力的一种表现。从商业层面来看，具有稀缺性、自带流量的首店，能够形成示范效应和辐射效应，在刺激、创造需求和激发消费新动能方面表现突出，成为打造差异化竞争的“利器”。从消费者层面来看，首店在延续品牌基调与元素的基础上，对外在的视觉、陈列、体验等方面的一次创新，为消费者创造出超出预期的全新认知，极大提升了城市的消费品位，对于吸引国内外高端消费者具有重要意义。

三、苏州如何发力首店经济？

苏州发展首店经济具有产业基础、城市规模、区位条件等明显优势，但同时短板因素不容忽视，比如长三角一体化进程加快，尤其地铁、高铁网络的不断完善，苏州与上海的“同城效应”明显，上海作为国际大都市，其对发展首店经济的虹吸效应是客观存在的，我们必须确立差异化发展思路，“大树底下种好碧螺春”，走出发展首店经济的“苏州路径”。

一是聚焦全球首店招商，打造“新品首发示范地”。依托“苏州制造”和“苏州服务”的优势，着力面向全球吸引一批低空经济、时尚消费、数字消费等高附加值服务型业态的首店，积极引入首演、首赛、首展活动；依托重大展会平台优势打造新品发布平台体系，推动更多的全球知名企业、知名品牌来苏州首发全球新品；推进“全球新品首发地示范区+首发首店地标性载体+网络新品首发平台”的首发经济载体建设，助力载体与品

牌首店对接，吸引更多品牌首店关注苏州、选择苏州；发挥苏州跨境电商、金融科技的优势，鼓励与电商平台合作，助力一批“数字化首店”探索开设线下实体首店。

二是促进本土品牌创新，增强首店经济内生动力。实现首店经济发展多点开花，不仅要积极引进国际知名高端品牌和时尚品牌，也要在推动本土品牌创新发展上下功夫。“老字号”品牌是苏州发展首店经济的一大优势，要以政策优惠、专业指导、资金支持等方式支持本土传统品牌、优势品牌、特色品牌创新发展和开发新品新店，鼓励蕴含本地特色的百年老店、区域老字号开展厂店融合、沉浸体验等服务模式创新；深入挖掘传统商圈和本土文化的商业资源，积极探索公园+首店、街区+首店、社区+首店、文创+首店等新模式，支持首店与书店、小剧场、体育馆等多业态融合，助力本土小众品牌和新兴品牌拓展发展空间；设立本土品牌和本土首店发展基金，聚焦艺术人文、体育运动、数字经济、大环保、大健康等细分和新兴业态，打造“新消费”品牌孵化基地，加强培育本土高能级引领性品牌。

三是着力优化营商环境，厚植首店经济发展土壤。商业品牌选择一座城市开设首店，就是向这座城市的营商环境投下“信任票”，必须以国际一流的营商环境主动服务首店经济落地生根。要不断完善品牌首店和新品首发的“线上+线下”综合服务体系，通过云指导、集中辅导等做好首店准入和新品首发的“事前服务”，通过主动上门提供证照代办、“一对一”指导等做好“对

接服务”，对首店入驻和新品“首发、首秀、首展”等活动放宽审批条件，缩短产品通关时限，加强注册商标专用权保护；积极落实促消费扩内需政策，抓住首店经济带来的商业新模式和消费新概念，及时出台具有吸引力的需求政策，助力首店经济拓展发展空间；扩大金融服务“绿色通道”，通过帮助金融机构与首店对接合作，为首店持续健康发展注入金融活水；聚焦商圈品质升级，以首店为核心，构建多层次、多维度、富有特色的“首店+”生态圈层，大力营造全球新品首发、新剧首演、新展首秀的氛围，打造流量话题，放大核心商圈对首店和品牌的“磁吸”效应。

责任编辑：柴永鹏 联系电话：18896954159 65519639（传真）

地址：苏州市吴中区胥口镇灵山路 609 号

共印：30 份