

今年新开首店近600家

沪上“首店经济”助推商业地产复苏

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

占地超500平方米的泡泡玛特全球旗舰店登陆上海市。该店紧邻华为全球最大的官方旗舰店，与曾经的苹果亚洲最大线下零售店隔街相对，巨大的SKULLPANDA形象引得游客与路人频频驻足。

这是《中国经营报》记者9月3日在南京路商圈看到的一幕。号称“中华商业第一街”的南京路，是上海市开埠后最早建立的商业街区，囊括了丝芙兰亚洲首家旗舰店、M豆巧克力亚洲唯一旗舰店、乐高亚洲首家城市中心旗舰店等各级首店、旗舰店。

据上海市商务委员会(以下简称“上海市商务委”)统计数据，作为最早提出“首店经济”概念的城市，2018~2021年，上海市引进了各类国内外品牌首店3808家，平均每天新增2.6家，稳居全国第一。今年以来，尽管上半年受新冠肺炎疫情等因素影响，但截至8月底，上海市仍迎来了近600家各级首店，“首店经济”韧性可见一斑。

第一太平戴维斯中国区交易及顾问业务主管、高级董事招启怡负责了精品咖啡品牌Blue Bottle在中国内地的门店、工厂选址工作。他向记者表示，2021年以来，Toteme、By Far和Nanushka等多个海外小众品牌开始进军中国市场，将首店确定开设在上海。“线上数字的持续增长让很多品牌感受到了中国市场的巨大潜力。而通过在线下开设实体店、与消费者近距离接触的方式，能够进一步帮助它们在中国市场扎根。”

上海市商务委主任顾军表示，未来，上海市将继续加大制度和政策创新供给，加快集聚国际国内品牌和时尚要素资源，培育专业人才和机构，吸引更多的国内外品牌在沪首发全球新品，落地品牌首店，设立企业总部，培育壮大从“首发”到“首店”到“总部”的国际消费中心城市生态链，从而进一步提升“上海购物”品牌的丰富度、时尚度和体验度。

2025年产业规模或达3500亿元 上海加速打造“元宇宙”发展高地

本报记者 于典 张家振 上海报道

“我们对‘元宇宙’的愿景是让世界联系更加紧密。”9月1日，脸书母公司Meta大中华区CEO梁幼莓在2022世界人工智能大会上指出，“元宇宙”是互联网的下一篇文章，其技术包括AR、VR，可以为人们提供更身临其境的体验，电子商务将是“元宇宙”技术应用的主要场景之一。

9月1~3日，由工信部等国

打造虚实融合应用场景

据了解，本届世界人工智能大会抢抓“元宇宙”机遇，在上海世博中心主会场设立了“元宇宙”核心展，浦东分会场首次启用张江科学会堂，展示全球首台“元宇宙”3D打印机、数字孪生城市和超写实数字人等前沿新产品、新应用。徐汇分会场则以沉浸式虚实交互为特色，推出了“元宇宙”应用场景精品展和云游戏表演赛等活动。

据参会的业内人士介绍，数字人是真人在元宇宙世界的“分身”，可以在“元宇宙”进行社交活动。目前，超写实数字人已经在游戏、影视、服务等行业进行应用，比如一些影视特效采用数字替身拍摄，

“首店之都”再添新力量

今年下半年，上海市“首店经济”继续爆发出强劲的“修复力”。

从上海市汉中路地铁站走出来，沿着长安路前行，苏州河畔一栋两层洋房格外吸引眼球，这便是Blue Bottle中国内地首店所在地。

创立于美国加利福尼亚州奥克兰市的Blue Bottle，是世界第三波咖啡浪潮中诞生的代表品牌之一，开业半年多以来一直是上海市咖啡店中的“顶流”之一。

这便是首店的魅力。相关数据显示，作为最早提出“首店经济”概念的城市，2017~2021年，上海市分别引入首店226家、835家、986家、909家和1078家，成为当之无愧的“首店之都”。

另据上海市商务委数据，今年上半年尽管受新冠肺炎疫情影响，上海市依然迎来了366家首店落户，“首店经济”活跃程度名列全国

推动商业持续焕新

优越的地理位置是首店选择“落子”的首要原因。

随着商业保有量的不断增长，以及线上购物带来的冲击，自带流量属性的首店也因此愈发成为“商家必争之地”。

One ITC是新鸿基地产发展有限公司(以下简称“新鸿基地产”，00016.HK)在上海市最新布局的商业项目之一，面积逾3万平方米，于2019年底正式对外开放。其中，内部开设的1成品牌系首次进驻中国内地及上海市，逾5成品牌首度进驻徐家汇商圈。

“不断丰富及强化商户组合，在引入高端品牌的同时，通过各

催生经济增长新动能

“首店经济”能够促进城市消费升级，激发城市消费差异化发展，增添城市活力和影响力。

9月9日，作为第三届上海“五五购物节”的12大标杆活动IP之一，“2022全球新品首发季”正式启动，上海国际美妆节、上海潮生活节和上海时尚定制周等主题活动也在轮番上演。

事实上，早在2018年6月，上海市“全球新品首发地”建设活动全面启动，并发布了9条政策措施。截至目前，黄浦区、静安区、浦东新区、徐汇区、虹口区、长宁区和

首位。其中，全球首店、亚洲首店共3家，中国内地首店46家、华东首店5家、上海市首店312家；海外品牌占9%，美国、法国和德国是最主要的品牌来源地。

进入今年下半年，上海市“首店经济”继续爆发出强劲的“修复力”。截至8月底，新开业首店已超过200家。这也意味着，今年以来，上海市新开首店数量已近600家。

“随着新冠肺炎疫情影响逐步降低，可以期待上海市场会有更多新品品牌落地。”在招启怡看来，上海市一直是品牌首店落户的首选城市，这不仅得益于上海市在国内经济中的领先地位，更是因为上海市长期以来为品牌发展创造了良好的零售氛围。

级首店、潮店、旗舰店集聚、相互引流，从而能够创造新的消费热点。”新鸿基地产相关负责人表示，对于One ITC这样的城市高端地标而言，积极引入“首店”不仅为客流和市场持续提供热度，更能满足消费者不断提升的购物需求及社交、生活等多维度场景的需求，进而推动整个商圈的持续升级。

新鸿基地产上述负责人进一步指出，对于品牌而言，购物中心的目标客群是否匹配、商圈消费氛围与品牌调性的吻合度等，都是首店选址的重要考量因素。就新鸿

基地产而言，公司在上海市的多个商场均为集团旗下标杆项目，高端、国际化的市场定位成就了首店强聚集效应，过去1年在上海地区已先后引进了超过30家首店。恒隆地产旗下的项目也一直稳居上海市高端商业中心第一梯队，也成为了首店“收割机”。在公司负责人看来，优越的地理位置是首店选择“落子”的首要原因。“同时，恒隆地产在品牌长期发展的过程中也会给予支持，一起研究新品发布策略，将品牌独家商品精准地推向目标顾客，许多品牌也选择在恒隆地产旗

区域商贸服务业转型升级提供新的突破口。

“如何吸引消费者、促进区域消费、提升商圈环境、避免同质化也一直是上海市各区长期以来寻求突破的方向。”招启怡进一步指出，“各区对品牌首店落地也提供了多项支持举措，包括开设绿色通道、设置奖励等，进一步推进并放大了首发经济效应。”

另一方面，上海市正致力于

鼓励国内外品牌在上海首发全球新品、落地品牌首店、设立企业总部，培育形成从“首发”到“首店”到“总部”的首发经济效应。

相关数据显示，上海市是全球十大最具吸引力的零售目的地市场之一，国际高端知名品牌集聚度已超过90%。截至今年7月底，上海市跨国公司地区总部数量已达863家，其中与国际知名消

费品牌相关的有70余家，包括欧莱雅、资生堂、开云、历峰、星巴克和宝格丽等。

中商数据研究报告分析认为，对于一座城市发展而言，“首店经济”能够促进城市消费升级，激发城市消费差异化发展，增添城市活力和影响力；带动城市就业、税收、区域投资增长，同时推动高能级国际品牌集聚，带动相关产业在本土的发展。

中商数据研究报告分析认为，对于一座城市发展而言，“首店经济”能够促进城市消费升级，激发城市消费差异化发展，增添城市活力和影响力；带动城市就业、税收、区域投资增长，同时推动高能级国际品牌集聚，带动相关产业在本土的发展。

上海人工智能产业发展迅速

近年来，随着数字经济驶入新赛道，“元宇宙”正迎来全新的发展机遇。

全球知名行业研究机构Analysis Group今年发布的“元宇宙”分析报告指出，预计到2031年，“元宇宙”经济占GDP的比重在美国和亚太地区最高，将对这些地区贡献2.3%的GDP。其中，亚太地区的“元宇宙”GDP有望超过1万亿美元，美国地区的“元宇宙”GDP也有望达到5600亿美元。

据了解，作为中国科技创新的“排头兵”，上海市已开始重点关注“元宇宙”、人工智能等相关产业，并将其纳入了“十四五”产业发展规划，成为全球AI科技企业发展和人才成长最具潜力的城市之一。

此外，上海市还发布了《上海市培育“元宇宙”新赛道行动方案(2022-2025)》(以下简称《方案》)，提出了设立“元宇宙”新赛道产业基金、行业龙头企业引育工程等系列举措，围绕产业载体、产业人才、关键技术和产业生态、领军企业等多个维度，深度布局“元宇宙”产业，更好地助力上海国际数字之都建设。

根据上述《方案》提出的目标，到2025年，上海市“元宇宙”相关产业规模达到3500亿元，带动全市软件和信息服务业规模超过15000亿元、电子信息制造业规模突破5500亿元；同时，力争打造10家具有国际竞争力的头部企业、100家“专精特新”企业，推出50+示范场景、100+标杆性产品和服务。

相关统计数据显示，2020年，上

海市246家规模以上企业共完成产值2544.6亿元，2021年，311家规模以上企业共完成产值3056.8亿元。在投资方面，2020年，上海市共有86个人工智能项目签约，总投资达602亿元；2021年，上海市共有105个人工智能项目签约，总投资达805亿元。

在2022世界人工智能大会举办期间，共有25个“上海人工智能代表性产业项目”正式签约，其中8个项目进行现场签约，17个项目在“元宇宙”会场同步签约，总投资近150亿元。

另据新华社报道，自2018年以来，上海市连续举办了五届世界人工智能大会，“以会兴业、以会引智、以会聚才”效果显著，不仅关键技术取得突破、百余个重大应用场景示范赋能，而且大批人工智能人才聚集上海，地方立法先行探索，上海市人工智能形成了良好的发展生态。

例如，在上海市人工智能创新集聚的徐汇区，相关企业总数已达682家。今年前8个月，平均每个月有6家人工智能相关企业落户徐汇区，一个“垂直硅谷”、一条“科创绣带”、一个“发展集聚区”正从落子到成势。

在人才储备方面，上海市人工智能人才已从2018年的约10万人快速增长到2020年的约18万人，人才高地建设初具规模。上海数据交易所也已挂牌运营，数字治理、未来中心和未来出行等一批标杆应用正加快落地，人工智能与城市的经济数字化、生活数字化和治理数字化转型正在加快融合。



今年上半年，位于上海市徐汇区的环贸iapm商场引入了NB Grey、安踏冠军店及ELLE Salon等多家首店。

心区域的商业综合体。而“近年来，上海市各级政府通过不断努力，带动了次级商圈的消费提升，徐汇区滨江、衡复历史风貌保护区、前滩和大宁等板块也都成为了零售品牌首店的目标区域。”

“上海市在全球新品首发地、

高端品牌首店地、顶级品牌集聚地的功能和地位正不断夯实，恒隆商业项目所在的静安区和徐汇区也已成为各新品进入中国市场的首选。”恒隆地产有限公司(以下简称“恒隆地产”，00101.HK)相关负责人表示。

结构以及入驻品牌进行了全线优化与升级，进一步提升了人气并吸引了诸多品牌入驻。

例如，LOUIS VUITTON最初在上海港汇恒隆广场仅布局了一层楼的男装店，在成功运营2年后，进一步拓展了经营范围，将店面升级改造成了全品类复式店，涵盖女装、男装、家居和香氛等全线品类。“这印证了相关品牌在深耕运营后，对港汇恒隆资产优化后品牌结构重组、客群质量的肯定，以及品牌未来在此发展的信心。”恒隆地产相关负责人表示。

鼓励国内外品牌在上海首发全球新品、落地品牌首店、设立企业总部，培育形成从“首发”到“首店”到“总部”的首发经济效应。

相关数据显示，上海市是全球十大最具吸引力的零售目的地市场之一，国际高端知名品牌集聚度已超过90%。截至今年7月底，上海市跨国公司地区总部数量已达863家，其中与国际知名消

费品牌相关的有70余家，包括欧莱雅、资生堂、开云、历峰、星巴克和宝格丽等。

中商数据研究报告分析认为，对于一座城市发展而言，“首店经济”能够促进城市消费升级，激发城市消费差异化发展，增添城市活力和影响力；带动城市就业、税收、区域投资增长，同时推动高能级国际品牌集聚，带动相关产业在本土的发展。

中商数据研究报告分析认为，对于一座城市发展而言，“首店经济”能够促进城市消费升级，激发城市消费差异化发展，增添城市活力和影响力；带动城市就业、税收、区域投资增长，同时推动高能级国际品牌集聚，带动相关产业在本土的发展。

中商数据研究报告分析认为，对于一座城市发展而言，“首店经济”能够促进城市消费升级，激发城市消费差异化发展，增添城市活力和影响力；带动城市就业、税收、区域投资增长，同时推动高能级国际品牌集聚，带动相关产业在本土的发展。

中商数据研究报告分析认为，对于一座城市发展而言，“首店经济”能够促进城市消费升级，激发城市消费差异化发展，增添城市活力和影响力；带动城市就业、税收、区域投资增长，同时推动高能级国际品牌集聚，带动相关产业在本土的发展。

中商数据研究报告分析认为，对于一座城市发展而言，“首店经济”能够促进城市消费升级，激发城市消费差异化发展，增添城市活力和影响力；带动城市就业、税收、区域投资增长，同时推动高能级国际品牌集聚，带动相关产业在本土的发展。

中商数据研究报告分析认为，对于一座城市发展而言，“首店经济”能够促进城市消费升级，激发城市消费差异化发展，增添城市活力和影响力；带动城市就业、税收、区域投资增长，同时推动高能级国际品牌集聚，带动相关产业在本土的发展。

中商数据研究报告分析认为，对于一座城市发展而言，“首店经济”能够促进城市消费升级，激发城市消费差异化发展，增添城市活力和影响力；带动城市就业、税收、区域投资增长，同时推动高能级国际品牌集聚，带动相关产业在本土的发展。

中商数据研究报告分析认为，对于一座城市发展而言，“首店经济”能够促进城市消费升级，激发城市消费差异化发展，增添城市活力和影响力；带动城市就业、税收、区域投资增长，同时推动高能级国际品牌集聚，带动相关产业在本土的发展。

中商数据研究报告分析认为，对于一座城市发展而言，“首店经济”能够促进城市消费升级，激发城市消费差异化发展，增添城市活力和影响力；带动城市就业、税收、区域投资增长，同时推动高能级国际品牌集聚，带动相关产业在本土的发展。