

首发经济： 驱动消费与经济发展的新引擎

通过创造新需求来拉动消费，进而带动经济的良性循环，首发经济对于稳定经济增长、优化经济结构具有不可替代的作用。

文 | 徐 驰

“首发经济”是最近经济与民生政策领域的一大热词。

党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》对“构建全国统一大市场”作出系统部署，其中专门提到，要“完善扩大消费长

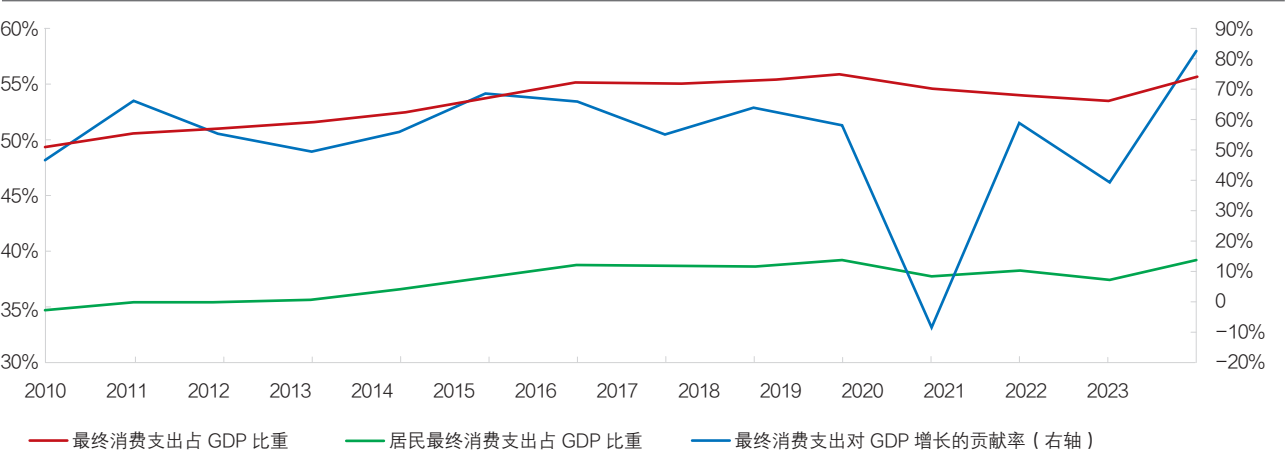
效机制，减少限制性措施，合理增加公共消费，积极推进首发经济”。

何为“首发经济”？

在《〈中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定〉辅导读本》中，名



消费在国民经济中的重要性不断上升



> 信息来源：万得，中泰证券研究所

词解释部分对“首发经济”的概念进行了介绍：首发经济是指企业发布新产品，推出新业态、新模式、新服务、新技术，开设首店等经济活动的总称，涵盖了企业从产品或服务的首次发布、首次展出到首次落地开设门店、首次设立研发中心，再到设立企业总部的链式发展全过程。

对于发展“首发经济”，中央与地方陆续推出政策指引或相关措施。2024 年年底举行的中央经济工作会议对于 2025 年经济工作部署的第一条即为“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”，强调要“积极发展首发经济、冰雪经济、银发经济”。

2024 年 12 月 19 日，商务部发布会上新闻发言人表示，商务部将培育壮大新型消费，加快出台推进首发经济的政策文件，发展冰雪经济、银发经济，促进数字消费、绿色消费、健康消费。

事实上，更早一些出现过一个相近的概念——首店经济，是指行业内有代表性的品牌在某一区域开的第一家店，如亚洲首店、中国（内地）首店、区域首店，以及传统老店通过创新经营业态和模式形成的新店，如新物种店、概念店、体验店、定制店、旗舰店等。

首发经济包括首店经济，但内涵更丰富。中国宏观经济研究院产业经济与技术经济研究所服务业室主任洪群联认为，首发经济的内涵不仅仅停留在“开设首店”“首发新品”，还包含“从新品到首店再到总部的首发经济生态链”“具有影响力的国际品牌和引领性本土品牌”等内容。

不论首发经济还是首店经济，其核心都在于“新”，即通过新产品，新业态、新模式、新服务、新技术及开设首店等方式，给消费者营造新鲜感，激发消费欲望，进而带动社会消费与经济获利。在建设全国统一大市场的热潮

首发经济涵盖了企业从产品或服务的首次发布、首次展出到首次落地开设门店、首次设立研发中心，再到设立企业总部的链式发展全过程。

下，部分省市本地的优质知名企业门店可择机进行向外拓展扩张，开设分店，实现从本地品牌向全国品牌迈进。

为何大力发展？

从宏观来看，当前我国经济已经从高速发展阶段进入高质量发展阶段，经济增速逐步放缓，需求不足的问题逐渐显现。因此，扩大需求成为经济工作的一大重点。

经济需求侧可大致分为三部分：消费、投资与出口需求。投资领域，作为国内主要驱动的房地产与制造业，投资需求偏弱；出口领域，受地缘政治、贸易政策等因素影响，增量有限。因此，消费已成为拉动我国经济需求的重要领域。

近年来，我国 GDP 结构持续变化，地产投资与出口占 GDP 比重有所下降，消费占比不断上升。2023 年消费占 GDP 比重已超过 55%，且消费对 GDP 增长的贡献率已上升至

82.5%，消费需求成为拉动我国经济增长的主要动力。在我国投资需求放缓、外贸承压趋势下，消费政策的必要性不断上升。

当前我国消费面临两大问题。

一是当前我国耐用品更新换代意愿较弱，消费需求下滑。党的十九大提出，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。过去几十年时间，家具、家电、汽车等消费产品逐步进入家庭，在提升居民生活水平的同时，相关产业也得到蓬勃发展。同时，当前我国大部分耐用品消费已经度过“从无到有”的阶段，传统家电渗透率已经到顶，导致增量需求减弱。

二是我国经济需求不足的问题也导致居民消费倾向减弱。需求不足带来的结构性产能过剩影响产品价格，消费者物价指数（CPI）与生产者价格指数（PPI）走低，企业收益增长有限。经济活动的放缓使得居民的当期收入与收

入预期走弱，进而影响了消费。叠加过去几年疫情的影响，我国居民储蓄率上升，消费倾向出现收缩。

在这一背景下，“首发经济”的优势逐步显现出来。一方面，首发经济强调创新。在传统需求逐步被满足的情况下，通过新业态、新模式、新服务、新技术及开设首店等方式创造新需求。另一方面，通过新需求拉动新供给，进而带动社会经济发展，中期来看也能够改善相关行业收入，提振居民消费信心，进入正循环。

供需两端如何发力？

首发经济的核心在于通过创新给消费者带来新体验，创造新的消费需求。

其中，厂商本身是发展首发经济的主体，也是消费的供给端。一款新产品或新服务能否创造新需求，形成新增量，最终取决于产品与服务本身的质量，“产品力”是首发经济的核心。对于厂商而言，打造从零到一的“爆款”虽然需要运气，但产品本身的硬实力仍是基础。当然，并非所有的“新”产品都能创造新需求。当前我国消费品类已经相对丰富，消费者愈发“挑剔”，唯有沉下心来精心打磨的优质产品或服务才能够打动消费者。与此同时，当前我国部分产品与服务的形态已经较为成熟。想形成新的需求，就要突破旧有模式，使用户收获突破性的新体验。例如，依据传统的手机结构，屏占比已经达到极限，用户难以获得更好的视觉体验，但是，通过柔性屏等技术能够实现折叠屏，以一种新的形态带给消费者更好的视听体验。因此，折叠屏手机作为一种新产品，就能够创造新的需求，吸引消费者为更新、更优质的体验买单。另外，创新还体现在新业态方面，即通过商业流程、服务模式或产品形态的创新为用户创造新的需求。例如新能源汽车，依托互联网等信息技术，实现“人车互联”，能够为消费者带来远优于传统汽车的新体验。

除了产品本身，宣发也是打造“爆款”所不能缺少的。我国幅员辽阔，人口众多，具备广阔市场。如果只通过传统宣传方式，无法覆盖更多的客户，一款好的产品也可能被埋没。因此，对于产品和服务而言，通过互联网平台等渠道创新来拓展用户，实现更广、更高效的用户覆盖，才能打造更加庞大的用户群体。

创新本身具有高投入、高风险、高回报等特征，相当程度上需要政府的政策支持。就产品而言，政府可推出各类面向厂商的政策，打造更好的营商环境，鼓励并引导传统厂商进行现代化转型。另外，政府还可以引导不同行业的厂商进行交流合作。例如引导科技企业与传统厂商合作，促进“互联网+”“人工智能+”等融合创新。

与此同时，在消费端，政府还可以通过各类补贴政策激发消费需求，以旧换新政策便是很好的案例。一方面，以旧换新有助于将“旧存量”转换为“新需求”。由于部分耐用品整体使用寿命较长，消费者购买后更换意愿较弱，对许多功能更强大的新产品无法形成新需求。以旧换新政策可以释放此类存量需求，鼓励消费者更换更加优质的产品，进而推动新旧产品更替。另一方面，通过补贴消费者的方式也能降低消费者购物的经济压力，释放更多增量需求。

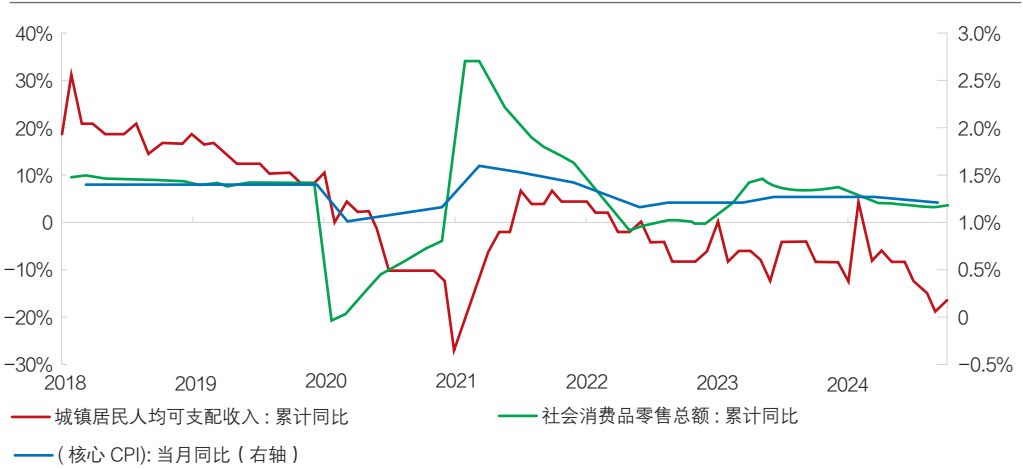
总之，从宏观层面来看，在投资需求放缓、外贸承压的背景下，通过创造新需求来拉动消费，进而带动社会经济的良性循环，对于稳定经济增长、优化经济结构具有不可替代的作用。从微观层面而言，首发经济促使厂商不断创新，提升产品与服务的质量，以满足消费者日益多样化、个性化的需求，同时也能为消费者带来全新的消费体验，激发其消费欲望，为我国经济带来新的增量。



（作者系中泰证券首席策略分析师）

创新还体现在“新业态”方面，即通过商业流程、服务模式或产品形态的创新为用户创造新的需求。

居民可支配收入增长承压，消费政策必要性上升



> 信息来源：万得，中泰证券研究所