

# “首发+文化”耦合下成都国际消费中心城市建设研究

胡艳<sup>1</sup> 张文馨<sup>1</sup> 蒋欣宇<sup>1</sup> 彭璐瑶<sup>2</sup>

1 四川师范大学 商学院

2 西南民族大学

DOI:10.32629/ej.v9i4.3405

**[摘要]** 推动国际消费中心城市建设,关键在于构建“首发经济”与“文化禀赋”双核驱动的赋能机制。首发经济凭借新业态、新模式、新服务、新技术等创新要素,提供引领市场的新型供给,迅速引爆消费关注,创造前沿需求;而文化禀赋为商业创新提供了独特的场景及内容支撑,切实塑造出具有高辨识度的城市消费品牌。该双核驱动模式在成都得到有效体现,形成以休闲文化为特质、文商旅创深度融合的独特消费生态模式。既为理解国际消费中心城市的特色化发展提供新视角,也为同类城市培育可持续竞争力提供了可借鉴的实践路径。

**[关键词]** 首发经济; 文化禀赋; 国际消费中心城市; 城市建设

**中图分类号:** F0 **文献标识码:** A

## Coupling Path of "Debut + Culture": A Study on the Characteristic Development of Chengdu's Construction as an International Consumption Center City

Yan Hu<sup>1</sup> Wenxin Zhang<sup>1</sup> Xinyu Jiang<sup>1</sup> Luyao Peng<sup>2</sup>

1 Business School, Sichuan Normal University

2 Financial Affairs Office, Southwest Minzu University

**[Abstract]** The key to promoting the construction of an international consumption hub city lies in establishing a dual-core-driven empowerment mechanism featuring "first-mover economy" and "cultural endowment." The first-mover economy, through innovative elements such as new formats, models, services, and technologies, delivers market-leading supply, swiftly captures consumer attention, and creates cutting-edge demand. Meanwhile, cultural endowment provides unique scenarios and content support for commercial innovation, effectively shaping highly recognizable urban consumption brands. This dual-core-driven model has been effectively implemented in Chengdu, forming a distinctive consumption ecosystem characterized by leisure culture and deep integration of culture, commerce, tourism, and creativity. It offers a new perspective for understanding the differentiated development of international consumption hub cities and provides a replicable practical path for similar cities to cultivate sustainable competitiveness.

**[Key words]** First-Time Spending Economy; Cultural Endowment; International Consumption Hub City; Urban Construction

### 1 引言

2024年以来,首发经济持续受到国家层面高度重视,相继被纳入中央顶层设计文件及国家部委相关政策部署。首发经济作为新兴形态,已成为国家层面推动消费提质扩容、激发内需潜力、带动产业升级的重要引擎(欧阳日辉和唐畅, 2025<sup>[1]</sup>)。同时,其发展模式正从“单点突破”到“链式协同”演进(徐华亮, 2025<sup>[2]</sup>),能够从消费端助力供给侧结构调整,成为助力城市发展与经济腾飞的核心因素(张洪昌等, 2025<sup>[3]</sup>)。

在中央政策的引领下,各地积极响应,纷纷出台首发经济专

项支持政策,引进高能级首店、培育区域首发中心。然而,相关政策的泛化可能加剧城市间的同质化竞争,各城市需依托自身独特资源禀赋,实现首发品牌与城市资源的有机融合(叶胥等, 2025<sup>[4]</sup>)。

基于此,本文将“首发经济”与“文化禀赋”共同纳入国际消费中心城市分析框架,探究二者双核驱动的内在机制,并结合成都市实践,提出切实可行的对策建议,旨在为同类国际消费中心城市建设提供理论支撑和政策启示。

### 2 文献综述

2.1 首发经济与城市发展

首发经济是在首店经济基础上不断演进形成, 现已逐步拓展至涵盖首映、首展、首秀乃至设立研发中心与企业总部的全链式经济活动(赖立等, 2024<sup>[5]</sup>; 王文姬和夏杰长, 2025<sup>[6]</sup>)。依托新技术、新产品和新服务的推出, 首发经济可以带动产业链发展, 以实现供给侧与需求侧高水平动态平衡(张鹏等, 2025<sup>[7]</sup>), 是供给侧结构性改革和消费创新的重要抓手(廖玉姣, 2023<sup>[8]</sup>)。

目前, 首发经济与城市发展的研究数量不多, 但其经济价值已得到学者们的普遍认可。扩大有效供给是国际消费中心城市建设的核心, 而城市消费能级的提升, 本质上依赖高端要素的集聚。首发经济可以积聚创新资源(魏颖和邱志军, 2023<sup>[9]</sup>), 创造新消费热点, 直接带动城市消费层级与总量的提升(刘浩, 2025<sup>[10]</sup>)。同时, 首发经济通过“点-链-面”的传导机制, 借助成功首店吸引品牌研发中心、创意设计总部等高附加值环节的落地, 进而带动本地供应链的配套创新, 夯实城市的产业基础(依绍华, 2024<sup>[11]</sup>)。

尽管首发经济展现出多重积极效应, 但也有学者指出, 当前实践仍存在场域同质化、资源过度集中等问题(欧阳日辉和唐畅, 2025<sup>[11]</sup>), 因此, 各城市亟需推动首发经济走特色化发展道路, 将首发经济带来的短期“流量”转化为“存量”, 实现可持续发展。

2.2 文化禀赋与城市发展

在全球化深化与城市发展转向内涵式提升的背景下, 构筑独特竞争优势已成为城市发展的核心任务之一。城市文化的差异性和独特性, 正日益成为其吸引力和竞争力的核心资源。文化资源禀赋, 不仅是城市文化软实力的核心构成(吕庆华等, 2021<sup>[12]</sup>), 更是驱动城市经济转型与塑造持久竞争力的战略性资产(张继焦, 2026<sup>[13]</sup>)。

现有研究从多维度解释文化禀赋对城市品牌建设与城市高质量发展的赋能作用。在区域层面, 文化资源禀赋对文化产业发展具有显著的促进作用, 但这种促进作用存在明显的区域差异(吕庆华等, 2021<sup>[12]</sup>)。在城市发展层面, 学者们关注城市文化产业集群的发展动力、模式与路径, 证实培育文化创意产业有助于推动城市的经济发展(周春波, 2019<sup>[14]</sup>)。在微观运营层面, 地区文化资源禀赋可以提升文化企业的绩效, 数字技术可能会重塑二者的显著关系。以上研究表明, 文化禀赋已从经济发展的附属品, 转变为能够直接配置资源、激发创新创造活力、打造文化强市的核心动能。

基于以上论述, 本文聚焦首发经济实践中存在的同质化倾向与可持续性不足等问题, 尝试将文化禀赋纳入分析框架, 探讨“首发+文化”双核驱动国际消费中心城市建设的内在机制, 并结合成都实践, 回答如何通过文化赋能构建差异化的首发经济活动, 将短期“流量”转化为带有文化烙印的“长红”优势; “首发+文化”双核又以何种路径赋能国际消费中心城市。

3 “首发+文化”赋能国际消费中心城市建设机理

3.1 “首发经济”的直接赋能路径

根据前文论述, 首发经济通过推出创新产品、服务和商业模式, 满足了消费者对个性化、高质量和高体验消费的需求(赖立等, 2024<sup>[5]</sup>)。一方面, 首发活动本身可以实现“需求牵引”。通过精准的市场定位和创新营销策略, 传递并塑造消费潮流, 更直观捕捉到了消费需求的变化, 从而持续优化自身产品和服务。另一方面, 首发活动带来的新产品、新服务和新模式等, 可以创造全新的市场供给。这种新供给能够激发新消费需求, 从而优化消费市场结构, 提升消费能级。

无论是“需求牵引”还是“供给创造”, 消费端的信号变化都将传递至供给侧, 倒逼企业为匹配需求而调整研发方向、优化生产流程和供应链体系, 从而实现供给侧的结构性调整。在区域经济发展的背景下, 单个企业的创新和调整会通过技术溢出效应和资源共享效应, 聚合区域内产业要素, 进而推动创新链、产业链、资金链、人才链的“四链融合”。在此过程中, 上下游产业得以协同发展, 最终形成完整的产业生态系统, 共同夯实国际消费中心城市的产业基础。

3.2 “首发经济+文化禀赋”的双核赋能路径

在实践中, 若缺乏独特文化的内核支撑, “首发经济”极易陷入场域同质化、品牌辨识度不足的困境, 制约其可持续发展。因此, 为从根本上避免首发活动的同质化问题, 需要构建“首发经济+文化禀赋”的双核赋能路径。

如图1所示, 文化禀赋作为价值根基, 通过输出独特的在地符号与情感内核, 为首发的商业活动注入差异化内核。首发经济将抽象的文化价值转化为具体的消费场景, 直接触发市场消费行为, 后续再通过持续的首发供给推动城市整体消费能级提升。

当消费能级稳步提升后, 消费端的动能自然会向产业端传导: 创新链、产业链、资金链、人才链相互联动, 各链条深度咬合形成相互导流、价值共生的链式生态循环, 进一步巩固消费升级成果。城市消费吸引力的持续增强, 会带动资源要素聚集, 反向推动城市文化IP内涵持续深化。在此过程中, 公众的消费反馈成为整个系统进化的“养分”。政府依据反馈调整政策方向, 让首发项目审批、文化资源对接更贴合市场需求; 企业则根据消费者偏好优化产品设计与体验形式, 持续挖掘文化资源的新价值。

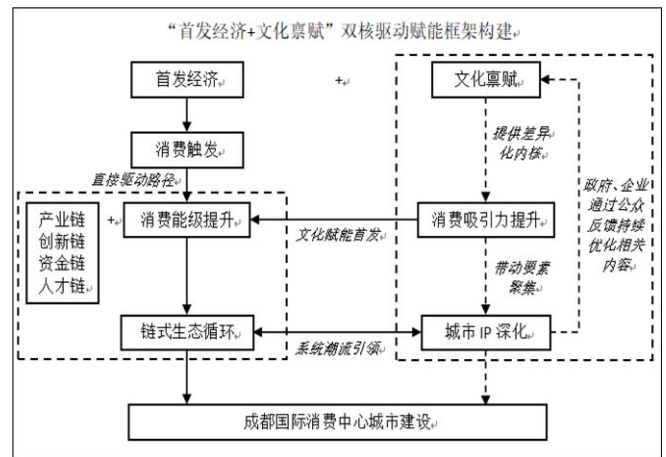


图1 “首发经济+文化禀赋”双核驱动赋能框架构建图

这种反馈与优化的良性循环可以持续自我进化,文化资源因首发经济获得更鲜活的市场表达,首发经济因文化禀赋拥有不可替代的竞争力,整个系统的独特性与抗风险能力不断强化,最终为国际消费中心城市的构建提供具有可持续的竞争力支撑。

#### 4 “首发+文化”赋能成都国际消费中心城市建设的 具体路径

为了形象展示“首发经济+文化禀赋”的双核赋能路径,结合成都实践进行详细表述。2025年初,锦江区作为成都核心商业区,率先挂牌成立首发经济发展促进中心,打造首发经济国际示范区。根据“首发经济指数”,成都锦江区位居全国第三,彰显出西部城区在首发经济赛道上的硬核实力。<sup>①</sup>

##### 4.1 强化顶层设计,构建政策与机构支撑体系

为夯实“文化+首发”融合发展基础,成都市构建了从市级统筹到核心区引领的政策体系。市级层面,《成都市推动首发经济发展三年行动计划(2025—2027年)》明确了首店引育、地标载体打造方向,设定2027年落地6500家首店、培育500个新消费品牌的目标。

核心承载区锦江区发布了《锦江区首发经济高质量发展领跑计划(春熙行动)》,并审议通过《关于大力发展首发经济、推进文商旅体展深度融合发展、高质量建设国际消费中心城市核心区实施意见》,形成了细化的落地抓手。与此同时,锦江区挂牌成立全国首个“首发经济发展促进中心”。经该中心牵头发起,“锦江区首发经济促进联盟”正式成立。这些政策与机构共同为首发经济提供了从宏观规划到微观落地的有力支撑。

##### 4.2 深化文化形象,实现文化价值转化与消费触发

成都将文化禀赋作为价值基石,为首发经济注入差异化内核。通过提炼古蜀文明、熊猫IP、川菜烟火气等文化资源,转化为“安逸闲适”的城市生活美学,形成具象文化符号,解决“怎样把文化赋予首发”的核心问题。

首发经济是成都文化价值转化与消费触发的核心载体。春熙路-太古里首店融入川西民居元素或熊猫主题,锦江区COSMO、天府红打造特色策源消费载体,实现从文化感知到消费行动的转化,解决“首发怎么触发消费”的关键问题。

##### 4.3 促进产业联动与能级提升,推动消费模式系统升级

成都把首发经济当作关键枢纽点,合理连接并激活了上下游的产业链,推进消费模式从“单点消费”向“复合消费”甚至“产业生态”做系统性的升级。

这一升级首先体现在核心文化IP的链式开发上。以熊猫IP为例,通过相关创意大赛孵化新形象,与57家领军品牌合作开发百余款文创商品,实现约5亿元产值。首发经济催生跨产业创新形态,吸引多元企业集聚,形成“文化-首发-产业”的价值扩散路径。

最终,消费能级进阶与产业创新联动形成正向循环,产业链、创新链等围绕首发经济深度耦合,推动城市商业从商品销售向生态运营、价值创造的高阶阶段升级。

#### 4.4 优化消费环境与品牌传播,塑造城市消费品牌

成都通过智慧化与国际化协同发力,提升消费便利性,首店经济的繁荣便是直接体现。2019年以来,成都累计落户海内外首店超4000家,2024年引进首店超820家,平均每天有2家首店开业。与此同时,公众通过社交媒体分享首发体验、生成传播内容,为首发活动赋予二次传播活力,既推动“成都首发”热度指数级增长,也将城市抽象品性凝练为可共鸣的集体记忆与品牌认同。

最终,首发经济与文化禀赋形成相互滋养的增强回路,成都树立起“休闲文化为底色、文商旅创深度融合”的独特消费标签,实现从短期流量到长期价值的跨越,为国际消费中心城市建设提供可持续竞争力支撑。

#### 5 结语

本文立足于国际消费中心城市建设的差异化发展需求,将“首发经济”与“文化禀赋”纳入了统一的分析框架,系统阐释了二者双核驱动的内在机理,即首发经济凭借新业态、新模式、新服务直接触发消费热点并牵引供给体系升级,而文化禀赋则为商业创新注入了独特的地域符号与情感内核,有效避免了首发活动的同质化倾向,二者通过“消费-产业-文化”的链式循环实现了价值共生与持续进化。以成都为例的实践分析表明,强化顶层设计与机构支撑,深化文化形象与消费触发构成了“首发+文化”耦合模式落地的有效路径,由此形成的以休闲文化为底色、文商旅创深度融合的消费生态,为成都将短期流量转化为长期价值、塑造高辨识度城市消费品牌提供了坚实的支撑。从而为同类型城市依托自身文化资源培育可持续竞争力、高质量建设国际消费中心城市提供了理论依据与实践参照。

#### [基金项目]

2025年成都市哲学社会科学规划项目《“首发经济+文化禀赋”赋能成都国际消费中心城市建设的机制研究》项目编号(2025BS038)。

#### [注释]

<sup>①</sup>成都日报.全国首个首发经济指数在成都发布.[https://www.chengdu.gov.cn/cdsrmzf/c169603/2025-10/14/content\\_913df7c237fb4766b6165b445d1bc277.shtml](https://www.chengdu.gov.cn/cdsrmzf/c169603/2025-10/14/content_913df7c237fb4766b6165b445d1bc277.shtml).

#### [参考文献]

- [1] 欧阳日辉,唐畅.首发经济的内涵、特点、运行机理和未来图景[J].新疆师范大学学报(哲学社会科学版),2025,46(05):30-43.
- [2] 徐华亮.首发经济的驱动逻辑与市场响应[J].理论与改革,2025,(02):173-186.
- [3] 张洪昌,田子豪,邱蓉.首发经济何以赋能消费结构升级?[J].消费经济,2025,41(03):30-43.
- [4] 叶胥,王帅尧,毛中根.首发经济的生成逻辑、发展态势与政策着力点[J].改革,2025,(01):93-106.
- [5] 赖立,胡乐明,粟小舟.首发经济赋能消费升级的内涵机理和路径选择[J].经济学家,2024,(12):74-83.
- [6] 王文姬,夏杰长.首发经济的发展机理、演化路径与培育

策略[J].经济问题,2025,(05):10-22.

[7]张鹏,李小红.创新生态系统理论视域下首发经济的驱动机理与推进路径研究[J].中国软科学,2025,(06):88-98.

[8]廖玉姣.国际消费中心城市建设背景下的首店经济发展研究——以重庆为例[J].重庆社会科学,2023,(03):118-130

[9]魏颖,邱志军.广州首店经济高质量发展的制约因素及对策研究[J].市场论坛,2023,(09):39-47.

[10]刘浩.文化消费激活城市新动能[N].中国消费者报,2025-12-29(004).

[11]依绍华.首发经济何以破圈迭代[J].人民论坛,2024,(16):24-27.

[12]吕庆华,林存文,林炳坤.文化资源禀赋与文化产业发展匹配研究——基于69个样本城市数据的实证分析[J].哈尔滨商业大学学报(社会科学版),2021,(06):94-104.

[13]张继焦,周子翔.文化赋能论视角下老字号的“厚实力”与中国式现代化[J].西北师大学报(社会科学版),2026,63(01):25-34.

[14]周春波.宁波文化创意产业集群发展动力、模式、路径与政策研究[R].浙江省,宁波大学,2019-12-05.

#### 作者简介:

胡艳(1981--),女,山东莱州人,博士,四川师范大学商学院教授,硕士生导师,研究方向为公司治理。

张文馨(2001--),女,四川成都人,四川师范大学在读研究生,研究方向为文化与产业管理。

蒋欣宇(2003--),男,四川成都人,四川师范大学在读研究生,研究方向为财务管理、区域经济。

彭璐瑶(1994--),女,四川安岳人,硕士,西南民族大学,研究方向为财务管理。