

今年前三季度平均每天新增 2.8 家首店 上海“首店经济”领跑全国

■ 劳动报记者 陆燕婷 摄影 王陆杰

打响“上海购物”品牌，上海的首店经济功不可没。上海市商务委近日披露，今年前三季度，上海新进首店756家，同比增加74.6%，领跑全国。也就是说，平均每天新增首店近2.8家。据悉，第4季度上海还将迎来百余家国内外知名品牌的上海首店、全国首店乃至全球首店，预计全年上海的首店数量可达近千家。

全球最具吸引力市场之一

首店经济蓬勃发展，首先得益于上海商业的开放度。中国第一家合资餐饮企业、中国第一家合资零售企业、中国第一家超市，都在上海。

据世邦威理仕最新报告，上海全球零售商集聚度约为55.3%，在全球城市排名中超过伦敦、纽约，仅次于迪拜，位列第二位。上海也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超过80%。众多国际高端消费品集团选择上海，作为其中国地区总部，乃至亚太地区总部所在地。

截至目前，上海跨国流通企业地区总部数量超过20家。今年以来，外资零售业在上海首店经济中的表现格外抢眼。其中，既有中国市场的新面孔，也有耕耘多年的老品牌，不断进行业态创新、转型升级。上海依然是外商投资青睐的热土。

新业态首店竞相涌现

上海购物节是打响“上海购物”品牌的重要配套活动。各大品牌新品新店首发不断，同时，众多



国内外品牌新品新店竞相落户上海，不仅带来新的消费理念，也提升了消费体验。

新业态首店竞相落户上海，给消费者带来更加丰富的体验和多元的选择。

上海市商务委披露，今年上海购物节期间，涌现了不少新业态首店，例如海尔智家001体验中心全国首店提供一站式智慧生活方式，主打智慧型家庭整装概念，开业至今总交易额超过2500万元。网易严选上海线下首店 plus 定制店在兴业太古汇开业，带来高性价比的心动好物与精致简约的生活美学。而在今年10月，耐克上海001、乐高、M豆巧克力世

界等重量级首店也多拿下其品牌全球门店销售冠军。

实际上，今年以来，上海还迎来一批新鲜、有活力的首店开业。如今年2月，加拿大知名品牌咖啡品牌“Tim Hortons”中国首店落户上海。5月，德国最大的连锁超市“奥乐齐ALDI”分别在静安和闵行落户两家中国首店。

除了首店云集之外，上海还堪为新零售的试验田和竞技场。“盒马鲜生”首店诞生于上海，无人售货柜“CityBox”、苏宁BIU店、“猩便利”等也首创上

海。今年8月，网易云音乐与瑞幸咖啡联手开了一家音乐主题咖啡店；美国第二大零售巨头“Costco开市客”中国内地首店开业。9月，宜家国内首个“烘焙工坊”，落户徐汇商场。今年上海购物节期间，徐家汇美罗城引进“Adidas FDD”旗舰店，为全球首家展示Adidas“三叶草蓝”的形象店。尚嘉中心引进美国“EVERLAST”官方授权的上海首家品牌形象店。

上海老字号紧跟时代加速转型，在首店经济浪潮中也不缺位。

“大白兔”新设一家快闪店，光明乳业首家烘焙面包店“光明优焙”9月开业。

据中商数据统计，上海今年第3季度新开业首店达258家，加上上半年开业的498家首店，1至9月累计首店总数756家。在上海16个行政区中，前三季度吸引首店最多的8个区依次为：黄浦区、静安区、浦东新区、闵行区、徐汇区、长宁区、普陀区、杨浦区。这8个区的首店数量占全上海的比重超过九成。

营商环境不断优化

首店经济持续飘红更离不开营商环境不断优化，以及政策制度创新力度。加大便利店提供热食、首发新品预归类、南京路淮海路两街部分空铺转型升级、香水定制化售后服务、重点商标保护目录制度的建立等新举措，都已取得阶段性进展。

据业内披露，今年第4季度，包括日本知名品牌“镰仓衬衫”、世界领先的高端功能性服饰品牌“加拿大鹅”等都将上海开出首店。日本知名时尚生活零售公司ADASTRIA集团旗下子品牌“niko and...”全球旗舰店年末拟入驻淮海中路原青少年商厦。

数据显示，今年1至9月上海引入的205家国际品牌首店来自全球二十多个国家和地区，其中不乏丹麦、荷兰、瑞典、比利时、以色列等相对小众的国家品牌，显示上海商业国际化程度不断攀升。

专家表示，从展示到销售、从新品首发到首店落地、从首店经济到总部经济，一个因进博会而串联起来的贸易链、产业链、价值链、创新链，将为上海高质量发展添上新的引擎。

虹桥商务区新蓝图将带来新的发展机遇

辖区企业倍受鼓舞 为发展注入强大动力

本报讯（劳动报记者 徐堯）上海日前发布了《关于加快虹桥商务区建设，打造国际开放枢纽的实施方案》（以下简称《方案》），这意味着虹桥商务区迎来新的发展契机。那么，对于已经落户虹桥商务区的企业而言，将迎来怎样的机遇？

好孩子集团：

未来定位“育儿生态圈”
将与商务区同步起飞

早在2016年，全球知名儿童用品企业“好孩子集团”将其全球零售管理总部从上海市中心搬到了虹桥商务区，目前在虹桥商务区办公的集团员工有200多名。

“上海虹桥商务区依托虹桥综合交通枢纽，实现了快速连接国内外各地资源，包括上海的金融资源，特别是全球化整合的金融服务资源、杭州快速发展的数字经济资源、苏浙沪长三角地区的人力资源优势，虹桥商务区成为好孩子全球零售总部的首选。”好孩子集团副总裁刘同友表示，随着“长三角一体化”上升

为国家战略，虹桥商务区的优势更加突出。

《方案》发布后，目前公司正在积极研究虹桥商务区的相关政策，结合自身实际，研讨进出口业务流程的改造与升级机会，充分利用虹桥商务区的平台效应。“未来，我们希望上海自贸区相关开放的金融政策也能引入虹桥商务区，实现虹桥商务区货物、资金等资源平台的协同性，进一步提高虹桥商务区作为世界性枢纽的便利性。”刘同友说。

“好孩子即将打造的全球育儿生态圈与虹桥商务区的总部经济聚集地、区域及国际化消费体验中心、高能级贸易主体，全球数字贸易港等功能和理念不谋而合。”在刘同友看来，“好孩子”的未来发展与虹桥商务区的成长将同步起飞。

小i机器人：

看好“人工智能中心建设”
发挥产业领头羊作用

《方案》中，“推进虹桥国际人工智能中心建设”让国内

领先的人工智能公司小i机器人倍受鼓舞。公司高级副总裁许弋亚告诉记者：“推进虹桥国际人工智能中心建设，不仅能让小i机器人通过区域建设的辐射作用招纳到更多的技术性人才，促进企业人工智能相关技术的发展，而且也能让小i有更多拓宽目标市场的机会，发挥公司在认知智能产业落地应用的领头羊作用。”

小i机器人于2001年在上海成立，在自然语言处理、深度语义交互、机器学习和大数据等方面以及图像、语音识别等核心技术上拥有全面、自主的知识产权，并处于行业的领先地位。

“人工智能被视为第四次工业革命的关键技术，有着无与伦比的前景，但人工智能不能靠资本讲故事，要落实到行业应用上，才能获得发展，最终逐步推进产业走向成熟和繁荣。”许弋亚表示，虹桥商务区作为长三角一体化发展的动力核，良好的区位优势、完善的人驻企业服务、人才引进政策等，都将为企业发展注入强大动力。

虹桥进口商品展示交易中心： 为展品与消费者之间搭桥 放大进博会溢出效应

第二届进博会闭幕后，明星展品美国古董车、网红“水晶鞋”、价值2000万元的35克拉钻石等都来到虹桥进口商品展示交易中心进行延展。“我们将按照《方案》提出的‘在放大进博会贸易升级促进效益’方面做文章，打造进口商品集散地。”虹桥进口商品展示交易中心负责人朱菁告诉记者。

“具体说，我们要从三个方面服务和承接进博会溢出效应。一是服务展商，让他们来得轻松；二是服务消费者，让他们买的放心；三是服务经销商，让他们对接方便。服务展商主要依托保税物流中心，实现保税货品参展后，展品进入保税库，进而开展保税展示交易业务，帮助展品变商品，达到让展商来得轻松的目标。服务消费者方面，我们将积极争取跨境贸易政策及其它创新政策，为消费者带来更新更好的进口商品，满足高层次消费需求。”朱菁说。

“《方案》里提出，要加快虹桥进口商品保税展示交易中心建设，高水平建设虹桥商务区保税物流交易中心（B型）。”朱菁透露，虹桥商务区保税物流中心是保税展销、“前店后库”模式的重要一环。保税物流中心就像为进博会的展品和消费者之间搭建了一座桥梁。进博会的展品在展后可以回到保税仓，再用保税展示交易模式在展示交易中心进行延展和交易，从而实现展品变商品，放大进博会溢出效应。“未来我们将进一步叠加跨境政策，实现线下展示、线上下单，快速到家到店。我们还将不断加强与进博会参展商的沟通，向他们推荐保税物流中心，了解他们的痛点，用好B保税库，为进博会展商服务好。”

“目前展示交易中心二期综合商业体正在规划中，预计今年年底明年年初开始建设，2022年建成。届时将为展示交易中心赋予更完善的功能配套，为消费者提供更好的购物环境，打造上海购物新地标。”朱菁告诉记者，《方案》出台后，中心的发展方向 and 规划也更加明确了。