

经济深一度

入秋后的呼和浩特暑气渐消,消费热度却依旧持续走高,首发经济正成为激活消费市场的重要引擎。凯德广场·诺和木勒内,永辉超市呼和浩特首店开业后热度居高不下,创下连续一个月单日销售额突破百万元的亮眼成绩;相距1公里的万象城内同样烟火升腾,鲍师傅糕点内蒙古首店开业两个月客流不断,小黄人全国首展、PINGU内蒙古首展、首届超级汉堡节等系列“首”秀活动接连亮相,把这里打造成首府潮流消费新地标。过去稀缺的“北上广同款”消费资源正加速落地内蒙古,首发经济从政策热词转化为实实在在的人流与消费增量。立足“十五五”开局,内蒙古将持续做强首发经济,推动商圈迭代升级,把短期客流量转化为长期消费留量。

“北上广同款”搬到家门口

首发经济激活内蒙古消费“新流量”

□本报记者 方圆 阿妮尔

让“首发流量”留下来

□帅政

金秋时节,塞外青城消费热度不减:永辉超市呼和浩特首店单日销售额连续一个月破百万元,万象城开业当日客流突破20万人次,全年24场大型演唱会、音乐节吸引游客超747万人次、拉动消费86亿元……曾经稀缺的“北上广同款”在家门口接连亮相,首发经济为内蒙古消费市场注入一波又一波“新热度”和“新流量”。

一个“首”字,吸引的是注意力,更是消费升级的新机遇。全区引进首店及旗舰店近500家,首店经济枝繁叶茂,不仅是商业版图的扩张,更是城市消费能级、开放程度、创新活力的直观标尺。

但也要清醒地看到,稀缺不等于持久。一些“网红首店”开业时门庭若市,热潮退去便门可罗雀。“首”能带来流量,却带不来忠诚;能制造话题,却造不出黏性。若把宝押在开业的“高光时刻”,而不在于运营的日常上下功夫,再亮眼的开局,也可能沦为昙花一现。如何把短暂流量转化为可持续的留量,成为各地共同的考题。

让“首”沉淀为“常”,其实考验的是城市的综合功力。

以“软环境”留商。首发经济比拼的不仅是商业配套,更是营商环境。审批更便利、监管更包容、服务更贴心,首店才能扎下根、长得壮。制度供给越精准,市场活力越充沛。

以“辨识度”留客。首发经济不是简单的“复制粘贴”,如果千店一面,再多的“首”也只是流量过客。因此,因地制宜提高品牌在当地的辨识度才能最大限度地吸引客人,沉淀流量,形成常态。

以“生态圈”留量。从单店上新到全城联动,从一场首秀到全链增收,把商贸、文旅、体育、餐饮串珠成链,让“3小时观演”延伸为“72小时消费”,流量才能在产业链上多停一会儿、多走一程,真正转化为发展的增量,为全区扩大内需、激发消费潜能写下生动注脚。

呼和浩特:
把塞外烟火做成打卡消费新场景

□本报记者 阿妮尔

一街一韵,一步一景。水岸漫街,护城河北街休闲街、宽巷子、塞上老街……呼和浩特特色街区,正凭借浓郁的塞外风情和沉浸式文旅体验,成为天南地北游客打卡的核心目的地,为城市文旅消费“添柴加薪”。

9月6日中午,水岸漫街游客往来,沿街餐饮店内座无虚席。坐落于如意河旁的水岸漫街,是呼和浩特市投资50万元改造的街区闲置区域,长度约800米。漫步街头,人们被这里别致的门店装饰、鸟语花香的特色街景吸引,拿起手机拍照打卡的游客随处可见。

呼和浩特市商务局有关负责人介绍,水岸漫街以“文旅+商业”为核心,整合30余家本地餐饮、手工艺品、文化体验商户,形成了“一街多景、一店一品”的集聚格局。

在这里,“图雅的奶茶馆”“王爷说羊脊骨”等地方特色创新品牌入驻,增加了商业街区的地方特色。街区销售乳制品、牛羊肉制品、沙棘饮品等本土产品,进一步构建起涵盖本土美食、冷饮、小吃、烧烤等品类的美食矩阵。截至目前,水岸漫街累计带动本地产品销售额超2000万元,同时帮助20家中小微企业拓宽销售渠道。

“周末约上三五个朋友来水岸漫街吃顿烧烤,觉得很轻松惬意。这几年呼和浩特城市建设越来越好,我们老百姓休闲游玩的地方更多了。”呼和浩特市市民魏先生说。

接着再逛一逛护城河北街休闲街区,这里南北走向,全长约700米,西侧有清代绥远城古城墙,青砖斑驳;东侧沿线,个性小店、鲜活涂鸦映入眼帘,咖啡香裹着烟火气扑面而来。这里,一老一新交相辉映,擦出了不一样的火花。

护城河北街休闲街区立足绥远古城墙历史资源,以“古城墙+潮流街区”为发展定位,深挖绥远老城历史文脉,常态化开展文化研学、艺术展演、手工体验,打造了“In象绥远·SUIYUAN WALK”自有文旅IP,推出公益徒步、初夏市集、城墙音乐会等主题场景,打造老城活文化商共生示范样板。

目前,这里已集聚特色餐饮、潮流零售、民俗文创、休闲社交四大核心业态,布局品牌商铺30余家,形成业态互补、特色鲜明的消费新场景。2025年全年营业额突破500万元,累计客流量50万人次,节假日优质商户单日营业额突破万元。

记者了解到,水岸漫街特色商业项目(集聚型)获评2025年度内蒙古自治区特色商业项目,护城河北街休闲街区特色商业(集聚型)获评2026年度内蒙古自治区特色商业项目。

截至目前,水岸漫街特色街区累计带动本地产品销售额超2000万元,同时帮助20家中小微企业拓宽销售渠道。

政策赋能 首发经济催生消费新风

首发经济的独特魅力,藏在“新”字里。首发经济源自首店经济,但其内核早已跳出“首家门店”的简单稀缺效应。它是企业新产品发布、新业态落地、新模式试水、新技术亮相的集合,既可以是全国乃至全球新品亮相,也可以是全新消费场景、创新服务模式的首次落地。

“首发经济正在成为推动消费市场变革的重要力量。”内蒙古自治区宏观经济研究中心对外开放处处长高鸿雁认为,首发经济改变了传统的供需关系——供给端不再被动迎合市场,而是通过创新主动创造需求,带动产品迭代与市场结构优化。

作为内蒙古首发经济发展的“排头兵”,呼和浩特市依托多重国家级试点红利,率先形成示范引领效应。2025年底,呼和浩特市入选全国消费新业态新模式新场景试点城市,获批3亿元中央专项资金;2026年再度入选全国零售业创新提升试点城市。

多重政策加持下,呼和浩特市积极发展首发经济、夜间经济,培育“乐享消费·惠购青城”消费品牌,推动天鹅坞、玉骏坊、兴安路8号文化创意产业中心等一批老旧厂房商业化盘活改造,落地王府井奥莱、中商世界里、万象城等大型商业综合体,区域现代消费中心建设初见成效。截至2025年底,呼和浩特市累计引进各类首店、旗舰店近400家,成为新品牌进入内蒙古的“首选地”和“第一站”。

店近400家,成为新品牌进入内蒙古的“首选地”和“第一站”。

首发经济这把“火”,正被政策东风吹得越来越旺。

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》明确,“积极推进首发经济”。配套的《扩大消费“十五五”规划》细化落实举措,要求因地制宜推进首发经济,培育建设一批首发经济领军企业、平台载体,优化相关审批备案流程。

内蒙古紧跟政策导向,将“积极推进首发经济”纳入自治区“十五五”规划纲要。2026年自治区政府工作报告也进一步明确,着力引进商业品牌首店、高能级零售旗舰店,培育更多有烟火气、本土味、时尚范的消费新场景。

一系列政策红利持续转化为实打实的消费市场成效。自治区商务厅有关负责人介绍,2022年至今,内蒙古引进近500家首店及旗舰店,覆盖国际名品、潮流服饰、新能源汽车、特色餐饮等领域,主要集中在呼和浩特、包头、鄂尔多斯等区域优势明显的地区。

各类首店及旗舰店相继落地内蒙古,正在以差异化业态和全新消费体验掀起一股“新风”,带动商圈客流量与消费活力显著提升。

业态串联 单点打卡解锁链式消费

一张演唱会门票,带火一座城;一场主题首展,激活一条街区。首发经济,以自带话题的“首”字热度,快速吸引市民游客打卡消费,催生全新消费增量。

内蒙古各地跳出商场“单店卖货”经营模式,依托商圈、特色街区、文旅资源,用首发业态串联起商贸、文旅、体育、住宿、餐饮等行业,把消费者的单点打卡变成链式消费。

包头市、鄂尔多斯市错位发力,持续丰富内蒙古首发经济版图。近年来,七楼超级会员店、安与雷园艺生活馆、漫咖啡等特色首店相继落地包头市,迅速引爆商圈人气。其中,影达飞越天下裸眼9D悬空球幕项目入驻后,月均客流较原商户增长近5倍,有效盘活了传统商圈存量资源;鄂尔多斯市探索“文旅+首发”特色赛道,将非遗首展、低空飞行首秀等小众新潮首发场景搬进景区,让特色文旅资源变为消费流量密码。

赤峰市则以体验式首店矩阵激活商圈活力。该市众联时代城以“体育+首店”矩阵入选自治区首批消费新场景典型案例。商场体系式布局体验类首店矩阵:700平方米赤峰首家室内标

准真冰场填补市场空白,1100平方米高空综合性游乐场成为亲子打卡胜地,24小时自助KTV、裸眼7D影院等业态,满足了全年龄段消费者社交、休闲、运动需求。

跳出商圈的单一消费场景,内蒙古依托“票根经济”解锁全新消费增量,实现“一场首演、全域联动、全链增收”。

近年来,呼和浩特市持续落地高品质演艺首秀,刘若英、李荣浩、任贤齐、周深等演唱会及草莓音乐节接连上演,外地歌迷凭演出票根,即可享受商圈消费、景区游览、酒店入住专属优惠,真正实现“3小时观演、72小时全城消费”,将演艺首秀流量转化为消费增量。数据显示,2025年,呼和浩特举办了24场大型演唱会、音乐节,吸引游客超747万人次,拉动消费达86亿元。

从单店上新、单场首秀,到全域联动、业态共生,持续“上新”的首发供给与不断创新的融合模式,让内蒙古首发经济规模稳步扩容、活力持续释放。2026年,全区商务部门持续提升首店首发能级,推动更多高品质品牌落地首发,激发内需增长新动能。

生态创新 特色优势塑造核心竞争力

城市商业综合体是首发经济融合创新的重要载体。依托首府呼和浩特成熟的商业配套,内蒙古首家万象城落户呼和浩特,万象城汇聚近400家品牌,其中168家为自治区首店,八成餐饮品牌为首次进驻内蒙古。商场开业当日客流突破20万人次,营业额达3000万元,截至2026年3月初,场内首店、旗舰店累计营业额突破4亿元。每逢节假日,商场停车场内不乏来自包头、鄂尔多斯、乌兰察布等周边城市牌照的车辆,跨城消费已成常态,区域商业“强磁场”效应日益凸显。

自带流量的首发经济,已成为拉动消费曲线上扬的“助推器”。然而,近年来全国各地关门闭店的网红首店也有不少。如何把握“首发”风口,将短暂的流量转化为可持续的留量?

呼和浩特市的凯德广场·诺和木勒做出有益探索:2020年底,该商场的呼和浩特首个绿色有氧购物花园亮相,独特的室内溪流、雨林、叠泉景观与多家内蒙古首店、概念店共同引爆人气,开业首日客流量突破10万人次。此后,商场升级为首府第一家宠物友好商场,常态化举办萌宠社交、文化节、演唱会应援会等主题活动,以差异化场景持续增强消费者黏性。网友对其评价也从“打卡网红商场”转为“每月必逛的神仙商场”,成

功将一次性打卡热度转化为高频复购的稳定客流。今年7月,永辉超市呼和浩特首店在此开业,引入“胖东来模式”品质零售,打造十大健康场景,商品结构接近胖东来的80%,开业32天累计销售额近4200万元。

高鸿雁认为,首发经济的生命力,就在于创新思维。

推动首发经济“可持续发展”,还需构建良好的发展生态。在内蒙古山东商会秘书长王少渠看来,监管模式也需要创新,对首店经济新业态采取包容审慎监管,如允许“试错期”内灵活调整经营模式,减少行政干预;建立企业信用分级制度,对信用良好的首店企业减少检查频次,优先提供政策支持。高鸿雁则建议,对具有我们内蒙古文化特色和创新能力的首店,应给予资金、场地等支持。

首发经济,是一场城市与品牌之间的双向奔赴。内蒙古将首店的新鲜感、新品的创造力、首展的传播力,稳稳接入一座座城市里,让每一个“第一次落地”,都变成产业升级、消费升温、开放发展同频共振的新起点。



小黄人首展。



呼和浩特万象城鲍师傅糕点店内顾客排队选购。



2025年底,呼和浩特市入选全国消费新业态新模式新场景试点城市,获批3亿元中央专项资金;2026年再度入选全国零售业创新提升试点城市。

首店顾客盈门。

编辑手记

消费,是经济增长的“压舱石”。

在进一步扩大内需,提振消费的大背景下,内蒙古的首发经济、消费新场景以“新面孔”填补市场空白,用“新体验”满足多元需求,将“卖商品”升级为“卖体验”“卖生活方式”。这种跨界融合与场景创新,以新供给发掘新需求,激活消费市场一池春水。

首店、首秀、首展、首演……一个个“首发”场景在呼和浩特、包头、鄂尔多斯、赤峰等城市落地,渗透到商业零售领域,甚至延伸至“吃住行游购娱”多个行业,圈粉众多消费者。而“特色街区+”,则将历史文化、休闲旅游、美食餐饮深度绑定,沉淀在城市的街道小巷里,聚拢人气,拉动消费。

在内蒙古,一场消费升级与城市活力的变革正在悄然上演。供给端不再被动迎合市场,而是通过创新主动创造需求,将原本可能外流的购买力稳稳留在了本地。

当然,“热”的背后一定要有“冷”的思考。促消费的最终落脚点在于留量。内蒙古的城市不能简单“复制粘贴”一、二线城市的样板,唯有持续优化营商环境、鼓励业态创新、打造本土特色,才能让这些首发品牌“进得来、留得住、长得好”,才能推动从“网红打卡”到“长红消费”的转变。

让消费者为一间店、一条街赴一座城,做优做强首发经济,久久为功、行稳致远,内蒙古的消费市场内生动力必将更加澎湃。

万象城汇聚近400家品牌,其中168家为自治区首店,八成餐饮品牌为首次进驻内蒙古。

内蒙古首家万象城落户呼和浩特。



水岸漫街街景。