

广州首发经济服务工作站双载体落地

成为世界链接的**新枢纽**

■首发促进中心成立大会上,多个首发空间代表及包括新快报在内的媒体代表共同启动联合推广计划。

服务精度

创新力度

国际广度

围绕三大核心开展六大重点工作

记者了解到,首发促进中心和首发经济服务工作站双平台将围绕“服务精度、创新力度、国际广度”三个核心维度,开展六大重点工作计划——

1. 构建常态化服务体系。发挥首发服务窗口作用,围绕首发经济服务工作站要求,逐步完善服务方向和内容,后续会发布首发促进中心服务手册,将政策信息指引和常态化服务系统化呈现。同时,首发促进中心接下来会跟白云建科控股集团在白云设计之都探索合作建设首个首发经济产业生态园区,共创首发经济示范基地,计划依托服务工作站共建园区首发经济公共服务平台,联合举办首发活动及企业培育辅导服务等。

2. 打造成果标杆引领窗口。开展“首发广州”案例库工作,重点遴选8大类标杆案例,建立涵盖模式创新、产业带动、流量转化、消费拉动等关键评价指标,推出首发成果汇编、首发成果展,记录品牌的首发成长足迹,入库的案例将有机会在时尚产业大会、湾区首发经济生态大会及首发广州相关活动上进行集中展示,构建具有广州特色的首发经济“基因图谱”。同步开设“首发广州·品牌故事”大讲堂,通过深度挖

掘企业家、品牌缔造者的亲身经历、深刻感悟与卓越智慧,扩大标杆影响力。会上,广州塔、广州大剧院、珠江琶醍啤酒文化创意艺术区、广州中大门、永庆坊、一方东山、1906科技园、白云国际会议中心等首发空间代表及人民网、广州日报、新快报、Livin广州等媒体代表共同启动联合推广计划,营造富有活力和个性鲜明的首发经济氛围。

3. 构建地标级首发矩阵。2024年,广州发布《广州首发空间指南1.0》,结合城市地标性建筑和岭南特色的城市景观,精选广州塔、海心沙、广州大剧院等32个首发空间,为全球品牌、国货潮品等提供首发地、首选地。今年,广州将结合新一批首发空间资源,升级发布《广州首发空间指南2.0》,纳入白鹅潭国际金融城等新兴商圈,并计划对相关空间载体适配的首发活动形式、规模进行信息分类和合作对接,分级分类开发“首发空间资源库”,策划发布广州首发首展日历,鼓励空间运营方推出“首发服务包”,为品牌首店、首展、首秀、首演提供场地、引流等一站式解决方案。

4. 组建首发智库智囊团。重点招募理论研究专家、产业实践精英,

以及政策与生态领域的专家和资深人士,为首发促进中心工作提供智力支撑,在首发经济课题研究、政策宣导解读、专业评估与推荐、产教研融合等方面发挥重要作用。

5. 架起国际链接双向桥梁。广州拥有68家外国驻穗领馆,数量稳居全国第二。首发促进中心将创新推出“外商优选计划”,依托领馆资源优势、产业资源及首发空间载体,以文化互鉴、知识共享、场景共建为核心理念,搭建起国际化品牌交流与价值提升平台,大力推动本土品牌走出去,亮相国际展会,提升国际影响力。该计划不仅服务于品牌的双向成长,更致力于推动文化交融、知识传播与产业合作,为广州建设国际消费中心链接丰富的“柔性”国际资源。

6. 打造广州首发双IP。今年第四季度,首发促进中心将重磅推出品牌双IP活动——中国(广州)国际时尚产业大会、湾区首发经济生态大会,即“羊城消费新八景”的第八景,以时尚首发、生态协同为核心,汇聚业界、学界资源,联动湾区多地,构建更紧密的区域合作网络,共谋湾区首发经济新发展,为首发广州注入新动能。

专家
献策

●广东白云学院应用经济学院院长、中国商业经济学会副会长王先庆:

让首发经济从“火热”走向“长红”

要将首发经济拔高至城市战略。当务之急是由政府牵头制定符合广州城市特质和发展阶段的中长期规划,比如未来3至5年,广州首发经济要在全中国乃至全球确立怎样的定位?如何通过首发经济提升城市的消费能级和产品影响力?

其次是区域要协同联动。广州各区资源禀赋各异,发展水平参差,建议区政府主动作为,打造“一区一特色、一区一首发”的格局,通过各区之间的协同合作,形成优势互补、错位发展的格局,将极大提升广州首发经济的整体实力。

此外,国企也要发挥引领作用。现在很多首发活动由中小企业主导,受限于资源和能力,声势和延续性难免打折扣。如像岭南集团这样涵盖文旅、商业的国企,完全可以策划高规格的品牌活动,并借助中央级媒体宣传推广,用“大动作”替代“小打小闹”,才能让广州首发经济真正形成品牌效应,从“火热”走向“长红”。

●和君咨询CEO潘松挺:

品牌全球化是广州首发经济发展必然方向

当前市场正从增量竞争转向存量深耕,意味着首发经济不能只追求“跑马圈地”,而要聚焦产品迭代与产业链升级,做“难而正确的事”。品牌全球化是广州首发经济发展的必然方向。中国供应链整合能力难以替代,国内市场锤炼出的优质产品、领先的线上营销经验,加上国际化人才储备,都为品牌“走出去”奠定了基础。

如意大利米兰,其人口仅139万,却能孕育出半数全球顶级奢侈品牌,关键在于它找到了自己的“身份识别”。从最初为法国奢侈品牌代工,到逐步形成独特设计风格,再到通过米兰国际家具展、时装周等国际级平台打造首发生态,最终成为全球时尚风向标,其发展模式对广州极具借鉴意义。

当然,广州也需在全球视野中明确自身特色,避免简单复制。以自身优势为基,借国际经验为镜,顺产业趋势而为,方能让首发经济真正成为拉动消费、提升城市能级的强劲引擎。

▼例外、方所文化携手广州艺术博物院打造“艺博院之夜——传袭再造文化交流活动”。

建行广州分行定制“首发经济”专属金融服务方案

金融
支撑

中国建设银行广州分行积极响应首发经济战略部署,定制“首发经济”专属金融服务方案,通过提供专属金融服务产品、创新数字人民币支付场景等方式,深度参与首发经济生态圈的构建。

建行广州分行联合打造了广东省首个数字币示范区,联合政企打造正佳广场数字币示范区,实现全国首个预付消费资金监管场景创新,累计落地数字人民币场景47.1万个。

此外,积极承接旧房装修、厨卫改造以旧换新活动,持续为广州国际消费中心城市贡献金融力量。



■名创优品在北京路开出旗下新业态MINISO LAND华南首店。



■2024中国(广州)国际时尚产业大会上,本土箱包品牌半坡展示产品。