



静安区的政府部门与星巴克多次会商，上海烘焙工坊“限流无接触式”恢复营业。
摄影 / 孙中钦



上海，最新与最潮

2019年，上海年新开首店986家，是全球零售商集聚度位居全球第二的城市，世界知名高端品牌集聚度超过90%。2020年一季度，上海共开设各类“首店”61家。

□ 记者 | 应琛

上海，因商而生、因商而兴。如果要在上海找一座国际消费城市的样本，上海，无疑是最佳选择。

但随着各个品牌的全国布局，加上电商的普及，商品的稀缺性正在消失，买东西不再需要专门到上海走一趟。在2019年《城市商业魅力排行榜》中，上海被北京“反超”。可见，上海的商业首位优势正逐渐被稀释。

如何延续自身的商业优势，上海有所焦虑。“10年、20年后，上海拿什么参与全球竞争？”上海市委书记李强曾在公开场合多次提问。

首店数量和新品首发数量一直是国际消费城市的一大标志。“首店经济”反映着一个城市消费市场的敏锐度和成熟度，也

为刺激城市经济的进一步蓬勃注入了动力，让城市焕发新的活力。

于是，2018年，上海在全国率先提出打造“首店经济”高地。2019年，上海市政府更将“首店经济”视为打响“上海购物品牌”的一张靓丽名片。数据显示，2019年，上海年新开首店986家，是全球零售商集聚度位居全球第二的城市，世界知名高端品牌集聚度超过90%。2020年一季度，上海共开设各类“首店”61家。

5月5日，上海“五五购物节”的正日子。当晚，此次购物节的重头戏——“2020上海全球新品首发季”正式启动。路威酩轩、欧莱雅、雅诗兰黛、耐克等跨国企业，以及豫园股份等本土企业，竞相发布新品。