

doi:10.16060/j.cnki.issn2095-8072.2026.01.005

中国首发经济的时空格局与驱动机制研究^{*}

谭学想

(机械工业出版社泰安编校中心, 山东泰安 271025)

摘要:首发经济为破解消费升级瓶颈、激活市场活力提供了重要路径。本文结合创新扩散理论,运用熵值法、Jenks 自然间断点分级、Dagum 基尼系数分解、Markov 链分析 2005~2024 年中国首发经济的时空格局,并通过地理探测器探析首发经济的驱动机制。研究发现:中国首发经济发展水平总体呈上升趋势;首展经济发展水平高于首店经济、首秀经济;首发企业创新发展水平高于首发产业升级、首发市场拓展;城市发展水平呈现集聚效应、增量提质、向二三线城市扩散以及上海、杭州始终领先的特征;中国首发经济区域差异显著但有所减小,区域间差异是区域差异的主要来源;中国首发经济能够稳定维持原有状态,存在跨状态转移,且具有空间外溢效应;首发产品专利质量、首发产品品牌价值、首发产品研发效率是首发经济的主要驱动因子,且两两驱动因子之间交互作用的影响要大于单一因子。

关键词:首发经济;时空格局;驱动机制;发展水平;区域差异;动态演进

中图分类号: F724

文献标识码: A

文章编号: 2095-8072(2026)01-0068-14

一、引言

消费作为国民经济增长的“压舱石”,其扩容提质对构建新发展格局、推动高质量发展具有关键支撑作用。党的二十届三中全会明确提出“完善扩大消费长效机制,减少限制性措施,合理增加公共消费,积极推进首发经济”,2024年中央经济工作会议进一步将首发经济列为提振消费、扩大内需的重要举措,使其从地方实践上升为国家战略层面的经济新形态。2025年4月,商务部等9部门联合印发《服务消费提质惠民行动2025年工作方案》,提出“积极发展首发经济,推动创新和丰富服务消费场景……培育一批新型消费龙头企业”。首发经济是企业发布新产品,推出新业态、新模式、新服务、新技术,开设首店等经济活动的总称(王元地等,2025a),主要包括首店经济、首展经济、首秀经济等形态,其通过增强消费新动能、营造消费新环境、培育消费新模式、丰富消费新业态,为破解消费升级瓶颈、激活市场活力提供了重要路径(丁任重,2025;黄胤麟和徐政,2025;王文姬和夏杰长,2025)。企业作为首发经济的微观载体,能够以科技创新有效推动业态重构、模式创新和技术变革,催化生产方式、商业模式与发展动能的根本性变迁,疏通因需求多元化产生的市场痛点,促进消费扩容提质(赖立等,2024;施亚东等,2025),有效扩大内需,助力强化内循环体系(费艳颖和曹佳,2025;王元地和周剑,2025;施雄天等,2025)。

首发经济的研究已形成多维度探索。在内涵与特征层面,学者们明确其核心在于“首发性”与“经济性”的统一:“首发性”体现为新业态、新模式、新服务、新技术的首次亮相,“经济性”则表现为融合性、正外部性与生态性,且需依托链式发展实现从短期流量向长期价值的转化(徐华亮,2025;欧阳日辉和唐畅,2025)。在作用机制层面,丁任重(2025)提出首发经济通过供需

* 基金项目:本文受山东省社会科学规划研究项目“数智化赋能山东新质生产力发展研究:内在机理、现实障碍与实践路径”(项目编号:24CCXJ13)的资助。

两侧发力赋能消费升级，龚志民和雷沁（2025）则认为其可通过提升创新活跃度与产业空间集聚水平推动新型消费发展。在驱动逻辑与路径层面，程惠芳和朱喆（2025）从新质生产力视角指出创新驱动、产业升级引领、需求拉动是首发经济高质量发展的三大机制，徐华亮（2025）进一步构建“组织—价值—平台”逻辑框架，强调主体多元化、场景创新与全国统一大市场对资源配置的优化作用。在现实挑战层面，李鑫（2025）指出当前首发经济存在业态结构单一、区域分布不均、政策保障不足等问题，叶胥等（2025）也提及居民消费能力失衡、产品同质化、物流体系不完善等制约因素。

然而，既有研究缺乏对首发经济的量化分析，未深入考察其时空格局，并且对其驱动机制的分析均为定性描述，缺乏实证结果支撑。鉴于此，本文结合创新扩散理论，基于“首发企业创新—首发产业升级—首发市场拓展”的递进逻辑构建首发经济测度体系，采用熵值法、Jenks自然间断点分级、Dagum基尼系数分解、Markov链全面揭示2005~2024年中国首发经济的时空格局，并通过地理探测器探析首发经济的驱动机制，扩展首发经济的理论研究视角，为推动各地因地制宜制定首发经济政策提供研究支持。

二、研究设计

（一）测度体系构建

创新扩散理论认为，创新的价值实现需要经历“创新生成—系统传导—市场落地”的完整过程。在首发经济发展中，企业是“创新源”，通过生成具有技术优势与市场潜力的创新成果奠定扩散基础（张鹏和李小红，2025；陆岷峰，2025）；产业是“创新链”，依托产业链协同与技术渗透实现创新的跨主体传导（王元地等，2025b；张夏恒，2025）；市场是“创新场”，通过政策适配与消费者接受完成创新的价值变现（宋丹和徐政，2025；刘英杰和杜昀谦，2025）。三者以创新扩散为主线，形成“首发企业创新—首发产业升级—首发市场拓展”的闭环。同时，市场反馈反向指导企业调整创新方向、优化产业传导路径，使创新扩散不断适配市场需求，为首发经济从“单点创新”向“系统创新”跃迁提供理论支撑，也为推动消费升级、构建国内统一大市场提供实践路径。

第一，首发企业创新是首发经济创新扩散的起点，核心是生成具有扩散潜力的创新成果，通过“研发投入—成果转化—差异化优势”的逻辑，打造可被产业承接、市场接受的首发产品。首发产品研发效率是企业研发资源向创新成果转化的能力，高效的研发效率意味着企业能缩短创新性首发产品的生成周期，易于形成先发优势，为后续向产业、市场扩散抢占“时间窗口”。首发产品生产效率是企业创新成果向实际生产力转化的成效，生产效率的提升意味着企业更能将专利、技术等创新成果转化为可批量供应的首发产品，为创新从企业向市场扩散提供“物质基础”。首发产品竞争优势是企业依托创新形成的市场差异化与垄断力，竞争优势越强，企业创新成果越难被替代。它既能保障创新扩散过程中的自有收益，又能吸引产业链上下游协同开展创新活动。首发产品专利质量是企业专利的技术覆盖广度与技术深度，高质量专利意味着创新具有更强的技术延展性与适配性，能适配产业链多环节的技术需求。首发产品品牌价值是消费者对企业首发产品的信任度与认同感，高品牌价值能降低消费者对首发产品的接受门槛，加速创新从“先锋消费者”向“大众消费者”扩散。

第二，首发产业升级是首发经济创新扩散的中枢，核心是推动企业创新在产业链内高效传导，通过“技术渗透—协同整合—风险防控”的逻辑，实现首发经济创新从单一企业向产业生态的延伸。首发产业数实融合水平是数字技术与实体经济在首发产业内的融合深度，高水平融合意味着数

字创新能渗透到首发产业生产、管理、服务各环节，推动首发产业整体技术升级。首发产业产学研融合度是高校、科研机构与首发产业的技术合作深度，产学研融合度越高，科研机构的技术创新越易向产业传导，填补产业技术短板。首发产业供应链集中度是产业对少数供应商的依赖程度，若集中度过高，会导致产业对少数主体的依赖度上升，削弱产业链整体的创新协作意愿，甚至因单一主体波动阻断创新传导。首发产业产业链协同聚集度是首发产业内专业化分工与供应链整合的协同水平，协同聚集度越高，意味着产业越能通过分工细化、资源整合，推动创新在上下游快速传递，形成“链上创新共振”。首发产业数智化转型度是首发产业对数字技术、智能技术的应用深度，数字技术能打破产业链信息壁垒，智能技术能优化创新资源配置，二者共同提高首发产业创新的扩散效率。

第三，首发市场拓展是首发经济创新扩散的终点，核心是实现创新成果在市场中的落地转化，通过“政策适配—传播放大—价值反馈”的逻辑，完成首发经济创新从产业到市场的最终扩散。首发经济政策感知度是首发企业对宏观经济政策的解读与响应能力，高政策感知度意味着企业能精准把握政策支持的市场方向，推动首发产品创新成果向政策鼓励的领域扩散。首发经济媒体关注度是媒体对首发经济活动的报道与传播力度，高关注度能快速提升首发产品的市场认知度，缩短创新从“知晓”到“接受”的扩散周期。首发经济效益增长率是首发企业通过创新实现的销售增长成效，增长率越高，意味着创新成果越契合市场需求，能通过销售增长验证创新的市场可行性，为后续创新扩散提供“价值示范”。首发经济市场渗透率是首发企业在所在行业的市场覆盖广度，高渗透率意味着创新成果已在行业内广泛扩散，从“少数企业应用”变为“行业主流选择”。首发经济区域首发率是首发企业对区域市场的渗透深度，区域首发率越高，意味着企业创新能精准匹配区域市场需求，在特定区域形成集中扩散效应，成为区域首发经济的“核心枢纽”。首发经济城市贡献度是首发企业对区域公共财政的回馈水平，城市贡献度越高，意味着创新在推动企业发展的同时，能反哺区域公共服务，为创新持续扩散营造良好社会环境。根据以上阐释，构建首发经济测度体系（表1）。

表 1 首发经济测度体系

维度层	指标层	计算方式	属性
首发企业创新	首发产品研发效率	首发企业专利申请数量/研发投入×1000	正向
	首发产品生产效率	首发企业营业收入/年末员工数	正向
	首发产品竞争优势	首发企业的主营业务收入的赫芬达尔指数	正向
	首发产品专利质量	用首发企业申请的发明专利和实用新型专利主分类号计算首发企业的专利知识宽度来衡量	正向
	首发产品品牌价值	首发企业期末商誉净额/总资产	正向
首发产业升级	首发产业数实融合水平	首发企业数实产业技术专利数加1取自然对数	正向
	首发产业产学研融合度	首发企业产学研融合专利数加1取自然对数	正向
	首发产业供应链集中度	首发企业的前5名供应商采购比例与前5名客户销售比例之和/2	负向
	首发产业链协同聚集度	首发企业专业化分工水平×供应链整合水平	正向
	首发产业数智化转型度	首发企业数字专利申请量加1取对数	正向
首发市场拓展	首发经济政策感知度	首发企业披露的管理层讨论与分析文本中提取的“经济政策”相关词语总数/总文本	正向
	首发经济媒体关注度	首发企业的报刊财经新闻数与网络新闻报道数之和加1取自然对数	正向
	首发经济效益增长率	首发企业本年销售收入增长额/上年销售收入总额	正向
	首发经济市场渗透率	首发企业的营业收入/所在行业营业收入	正向
	首发经济区域首发率	首发企业的营业收入/城市GDP×100	正向
	首发经济城市贡献度	首发企业的所得税费用/利润总额	正向

（二）研究方法

为研究首发经济的时空格局，本文基于熵值法计算首发经济发展水平，运用Jenks自然间断点分级展现首发经济发展特征，采用Dagum基尼系数分析首发经济的区域差异，进而通过Markov链

考察首发经济的时空演化。另外，借助地理探测器模型中的因子探测和交互探测探明首发经济的驱动机制。

第一，运用极差法对首发经济测度体系中的指标数据进行预处理，通过熵值法计算指标客观权重，对指标及其权重进行加权，通过加法合成最终得到首发经济发展水平。为展现首发经济的发展特征，运用Jenks自然间断点分级将首发经济发展水平差异较大的区间进行边界设置，进而实现最佳自然间断分组，最终将样本城市分为引领型、优秀型、发展型、潜力型、培育型五类，由此进行发展特征分析。

第二，通过Dagum基尼系数分解对子群首发经济发展水平的算数平均值进行排序，用于揭示中国首发经济的区域差异。其中，总体基尼系数(G)由区域内(G_w)、区域间(G_{nb})和超变密度(G_t)三个部分组成，即 $G = G_{nb} + G_w + G_t$ 。总体基尼系数的具体公式为：

$$G = \frac{\sum_{i=1}^k \sum_{m=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} \sum_{r=1}^{n_m} |x_{ij} - x_{mr}|}{2n^2 \mu} \quad (1)$$

其中， k 为划分的地区个数， n_i 、 n_m 分别为 i 、 m 地区内的城市数量， x_{ij} 、 x_{mr} 分别为 i (m)地区 j (r)城市的首发经济发展水平， n 为城市的个数， μ 为各地区的首发经济发展水平平均值。

第三，通过构建转移概率矩阵的形式刻画我国首发经济的动态演化。Markov转移概率矩阵分为传统形式和空间形式两种。传统Markov转移概率矩阵用于展现首发经济的演化趋势，公式为：

$$P_{ij} = \frac{n_{ij}}{n_j} \quad (2)$$

其中， P_{ij} 为某城市首发经济发展水平从某一年份的*i*状态转移到下一年份*j*状态的概率， n_{ij} 为某城市首发经济发展水平从某一年份的*i*状态转移到下一年份*j*状态的出现次数， n_j 为某一年份*j*状态出现的总次数。

空间Markov转移概率矩阵用于展现不同空间滞后类型下相邻城市对本城市首发经济发展水平的影响，公式为：

$$Lag_i = \sum_{j=1}^n (x_i w_{ij}) \quad (3)$$

其中， Lag_i 为空间滞后值，表示城市*i*的首发经济空间滞后水平； n 为城市数量； x_i 为*i*城市的首发经济发展水平； w_{ij} 为相邻城市*j*的首发经济发展水平对于城市*i*的空间滞后权重。

第四，以首发经济测度体系的16个指标作为驱动因子，利用地理探测器模型探明首发经济的驱动机制。地理探测器模型的因子探测结果为各驱动因子的 q 值，值越大表明其对首发经济发展水平的解释力(即驱动力)越强。公式为：

$$q = 1 - \frac{1}{N\sigma^2} \sum_{h=1}^L (N_h \sigma_h^2) \quad (4)$$

其中， q 为指标对首发经济发展水平的解释力， N 为城市数量， σ_h^2 和 σ^2 分别为指标层*h*和总体的方差， L 为指标分类， N_h 为指标数。此外，利用地理探测器模型中的交互探测来探测双因子间的交互作用对首发经济的影响程度，见表2。

表2 交互作用类型及判断依据

判断依据	交互作用类型
$q(X_1 \cap X_2) < \text{Min}[q(X_1), q(X_2)]$	非线性减弱
$\text{Min}[q(X_1), q(X_2)] < q(X_1 \cap X_2) < \text{Max}[q(X_1), q(X_2)]$	单因子非线性减弱
$q(X_1 \cap X_2) > \text{Max}[q(X_1), q(X_2)]$	双因子增强
$q(X_1 \cap X_2) = q(X_1) + q(X_2)$	独立
$q(X_1 \cap X_2) > q(X_1) + q(X_2)$	非线性增强

（三）数据来源

2005年前后，一些国际连锁品牌把在我国市场的首个门店作为试验田（依绍华，2024），据此可将2005年作为我国首发经济的起始年份。因此，本文以2005~2024年为测度阶段，以东部沿海城市、京津冀城市群、珠三角城市群、西北内陆城市、长三角城市群、长江中游城市群等6个城市群的首发经济作为研究对象，将其分为首店经济、首展经济和首秀经济。研究所用数据来自CSMAR数据库、EPS数据库、中经数据库、中国上市公司财经新闻数据库（CFND）等；缺失值通过线性插值法或类推法补充。

三、中国首发经济的时空格局

（一）中国首发经济的发展水平

1. 总体发展水平

由图1可知，中国首发经济发展水平总体呈上升趋势，由2005年的2.847上升至2024年的17.461，增幅达到513.31%，年均增幅27.02%。根据增幅，可将中国首发经济发展阶段分为初始发展期（2005~2016年）、快速发展期（2017~2021年）、平稳发展期（2022~2024年）。第一，2005~2016年间首发经济发展水平由2.847上升至9.600，年均增幅为12.82%。以国际连锁品牌进行中国市场拓展的首店开始出现，多位于一线城市的中心地标地段，逐渐成为诸多商业设施竞争力的重要衡量指标（依绍华，2024）。同时，该阶段以国际品牌作为创新源，将海外体验式陈列、地标门店等场景创新引入中国，借助稀缺性与高可见性降低扩散阻力；但国际品牌创新仅在自身体系传递，难带动本土产业升级，且首发需求集中于一线先锋消费者，市场范围较窄。第二，2017~2021年间首发经济发展水平由11.798上升至16.961，在发展基数明显提升的前提下，仍保持12.21%的年均增幅。该阶段首发经济在国家文件中被首次提出，正式成为经济新形态之一。首发经济政策对首发经济企业的创新进程与产业转型进程发挥着显著的引领与推动作用，具体体现为以下方面：政策激励下“创新源扩容”，企业创新从“形态”向“技术+模式”深化，推出兼具文化内涵和技术特点的首发产品；地方政府搭建首发经济产学研平台，高校、科研机构的数字技术、智能技术通过合作融入首发产业；支持中心城市做强首发经济，推动市场拓展从“一线城市单点”转向“中心城市网络”，消费者需求从尝鲜转向品质化，促

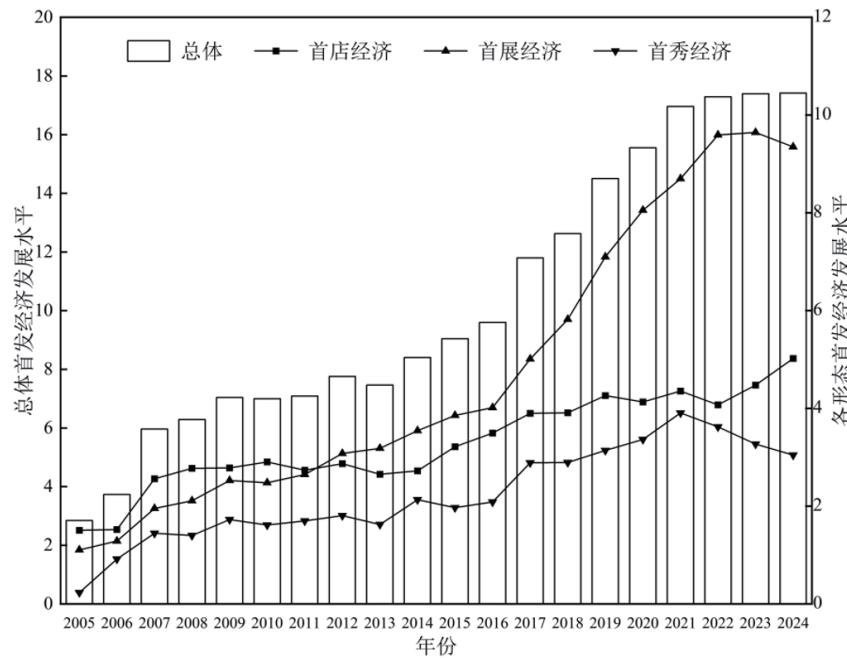


图1 中国首发经济发展水平趋势图

进首发经济快速增长。第三，2022~2024年间首发经济发展水平维持在17.290~17.416，表明首发经济进入平稳发展阶段。首发经济成为城市商圈能级升档的重要引擎以及地区经济发展的重要增长点：首发企业创新从“数量扩张”转向“质量突围”，本土品牌成为创新新主力，契合本土需求；形成“企业—供应链—科研—政府”协同创新生态，产业链协同度提升，数字技术、智能技术深度应用；需求转向细分个性化，本土品牌下沉至二、三线城市，但消费能力有限，增长趋于平稳。

2. 各形态发展水平

由图1可知，首展经济发展水平在2011年之前略低于首店经济，但之后快速拉开与首店经济、首秀经济的差距（尤其是在2017年之后，年均增幅达到11.51%，而首店经济、首秀经济仅为4.84%、5.82%），均值为4.753，在各形态中最高。首店经济发展水平居中（均值为3.294），在经历2005~2007年的快速发展后，进入平台期（年均增幅仅为1.04%），2014年之后年均增幅快速升至6.55%，维持在较高水平。首秀经济发展水平最低（均值为2.240），在2021年之前大致呈稳定增长态势，之后则呈持续递减态势。原因可能是首秀活动更加注重现场体验且经济效应的持续性较弱，形式上的“线下展演+打卡传播”模式难以实现形态突破，加之消费者对首秀活动的新鲜感阈值不断提高，易产生审美疲劳，使得首秀活动的关注度、参与度及转化效率持续下降，缺乏相对优势的核心支撑。

首展经济发展水平最高的原因可能是：第一，在首发企业创新层面，首展经济聚焦“技术+内容+场景”整合创新，既完整呈现创新链条，又通过主题化叙事将抽象创新转化为具象场景。相比于首店经济易使消费者将创新等同于新商品并忽视技术突破，以及首秀经济易使消费者认知停留在娱乐化刺激而难以形成持续记忆，首展经济通过“展示+讲解+互动”的认知引导，填补不同认知层次消费者的创新认知鸿沟。第二，在首发产业升级层面，首展经济形成“设计—生产—展示—服务”全链条协同，纵向与上下游共建创新展示标准，横向融合产学研资源提供权威背书。相比于首店经济“单点供应链支撑”（消费者难感知创新的产业价值）、首秀经济“临时资源整合”（易被视为营销噱头），首展经济通过产业链各环节协同呈现，让消费者从“单一产品认知”转化为“产业创新认知”。第三，在首发市场拓展层面，首展经济搭建“线上+线下、展示+互动”多维度触达网络，线下通过分层体验覆盖不同认知水平消费者，线上通过直播讲解、图文解读触达未到场群体。相比于首店经济“线下流量依赖”（局限于周边消费者）、首秀经济“小众圈层聚焦”（难以触达大众），首展经济形成“体验—认知—传播”闭环，消费者基于完整创新认知开展口碑扩散，最终实现首展经济可持续发展。

3. 各维度发展水平

由表3可知，2005~2024年首发企业创新、首发产业升级、首发市场拓展均呈稳步递增趋势，大部分城市均保持10%以上的年均增长率，表现出强劲的发展态势。首发企业创新维度以0.119的均值位居首位，其次是首发产业升级（0.094）、首发市场拓展（0.068）。原因可能是企业作为首发经济“创新源”，通过生成具有技术优势与市场潜力的创新成果奠定首发经济的发展基础，缺少首发企业的创新，首发产业升级、首发市场拓展便无从谈起，因此其发展表现最佳。加之创新扩散的牛鞭效应，使得各维度间的呈现呈依次递减的特征。不同城市群之间以及城市群内部均呈现明显的差异，上海、杭州、深圳、北京等长三角城市群、珠三角城市群、京津冀城市群城市在各维度中均处于前五位，与首发经济发展水平排名较一致。这些城市区位条件优越、经济发展水平高、人力资本充足，能充分利用首发经济的先发优势加速创新效应扩散，实现首发企业创新、产业

升级、市场拓展。

表 3 首发经济各维度指数均值及增长率

城市群	城市	首发企业创新			首发产业升级			首发市场拓展		
		均值	排名	年均增长率(%)	均值	排名	年均增长率(%)	均值	排名	年均增长率(%)
东部沿海城市	北海	0.045	18	134.45	0.032	23	38.04	0.022	25	51.74
	大连	0.039	22	59.48	0.041	21	88.10	0.026	24	33.93
	福州	0.061	15	240.08	0.094	8	50.06	0.045	17	42.77
京津冀城市群	北京	0.183	4	28.24	0.226	3	163.19	0.151	3	10.39
	天津	0.092	11	90.19	0.074	11	22.79	0.051	12	12.64
西北内陆城市	成都	0.089	12	34.23	0.097	7	44.11	0.056	9	13.05
	兰州	0.004	27	2.96	0.045	19	93.84	0.019	27	3.82
	太原	0.072	14	210.17	0.056	14	46.32	0.058	7	15.36
	乌鲁木齐	0.042	20	40.80	0.049	17	70.13	0.030	22	18.46
	西安	0.013	24	148.94	0.052	15	74.45	0.034	19	28.31
长江中游城市群	武汉	0.102	8	21.74	0.130	5	41.11	0.088	5	6.67
	襄阳	0.092	10	4.78	0.094	9	28.63	0.053	10	21.24
	长沙	0.008	26	247.57	0.038	22	90.08	0.032	21	207.97
长三角城市群	杭州	0.486	2	6.46	0.320	2	38.21	0.168	2	10.55
	合肥	0.008	25	66.50	0.030	24	27.84	0.050	13	6.86
	金华	0.097	9	5.04	0.063	13	34.48	0.047	16	37.25
	丽水	0.001	28	1.01	0.013	28	95.86	0.006	28	222.80
	南京	0.026	23	192.53	0.052	16	54.38	0.032	20	21.48
	南通	0.059	16	382.56	0.026	25	40.33	0.020	26	76.68
	宁波	0.128	7	38.89	0.101	6	105.51	0.069	6	36.73
	上海	0.944	1	4.78	0.551	1	23.84	0.465	1	14.16
	苏州	0.044	19	215.92	0.022	27	63.20	0.038	18	223.66
	镇江	0.046	17	153.82	0.025	26	179.51	0.047	15	7.61
珠三角城市群	佛山	0.141	6	170.12	0.079	10	80.08	0.050	14	29.75
	广州	0.041	21	63.02	0.041	20	36.43	0.029	23	29.39
	汕头	0.143	5	4.74	0.067	12	55.39	0.052	11	19.50
	深圳	0.260	3	64.43	0.180	4	63.07	0.103	4	48.70
	中山	0.077	13	58.26	0.045	18	34.82	0.056	8	167.73

4. 城市发展水平

由表4可知，首发经济的城市发展水平呈现如下特征：第一，长三角城市群、珠三角城市群、京津冀城市群的城市发展水平普遍高于其他城市群，呈现三极并立的发展格局，如引领型、优秀型城市包括上海、杭州、深圳、北京、武汉，除武汉外，其余城市均位于上述城市群。第二，多数城市实现增量提质，如2005年培育型城市数量有13个，占比为81.25%，而到了2024年，数量降至7个，占比也大幅下降至25%。与此同时，潜力型城市数量和占比均大幅提升（由2个上升至12个，占比由12.50%上升至42.86%）。第三，首发经济从一线、新一线城市向二、三线城市扩散，初期仅有上海、成都等城市存在首发经济且发展较好，而后扩散至丽水、镇江等二、三线城市。第四，上海、杭州始终处于领先地位，尤其是上海，其作为首发经济的发端城市，一直位居首位。

表4 中国首发经济城市分类

年份	培育型 (0~0.200)	潜力型 (0.201~0.390)	发展型 (0.391~0.700)	优秀型 (0.701~2.100)	引领型 (2.101~4.400)
2005	北京、乌鲁木齐、天津、武汉、合肥、宁波、兰州、太原、北海、南京、深圳、西安、广州	成都、襄阳		上海	
2010	北海、福州、乌鲁木齐、兰州、西安、合肥、天津、南京、广州、大连、中山	成都、宁波、金华、汕头、襄阳、太原、佛山	杭州、北京、武汉、深圳	上海	
2015	福州、宁波、中山、南京、西安、乌鲁木齐、大连、合肥、天津、北海、兰州、广州、南通、长沙、丽水	金华、武汉、襄阳、佛山、汕头、太原	成都	杭州、北京、深圳	上海
2020	南京、苏州、北海、大连、长沙、西安、镇江、合肥、兰州、丽水	太原、广州、南通、中山、乌鲁木齐	宁波、天津、佛山、汕头、武汉、福州、金华、襄阳、成都	杭州、深圳、北京	上海
2024	丽水、乌鲁木齐、北海、西安、长沙、合肥、兰州	中山、苏州、金华、襄阳、汕头、福州、镇江、太原、南京、成都、南通、大连	广州、佛山、宁波、天津	杭州、北京、武汉	上海、深圳

(二) 中国首发经济的区域差异

1. 区域差异演化

由表5可知，中国首发经济总体Dagum基尼系数由2005年的0.636波动下降至2024年的0.562，始终维持在0.4~0.7的高位水平，区域间Dagum基尼系数始终大于区域内和超变密度，说明城市之间具有显著的发展异质性，如上海、杭州等一线、新一线城市的首发经济发展水平远高于丽水、南通等二、三线城市。

城市间首发经济差异缩小的原因在于，创新在首发经济全链条的地域阻力持续降低：从创新源看，AI、大数据等数字技术的普及使连锁品牌首店运营模式的创新可跨城复制，二、三线城市企业能依托数字平台快速借鉴一线城市经验，且各地均出台首发经济专项政策实现政策平权，避免一线城市独占红利，降低创新成本，缩小创新源地域差距；从创新链看，核心城市首发产业通过上下游协作向二、三线城市渗透，二、三线城市可承接核心城市产业配套需求，叠加数据共享平台、产学研跨城合作带来的技术溢出；从创新场看，居民消费向品质型转型，各地消费者对首发产品的个性化、体验感需求趋近（如二、三线城市消费者也追求国际品牌首店、沉浸式首展），且二、三线城市商业综合体、智慧商圈建设加速及品牌下沉政策引导，完善创新落地载体，降低空间阻力，最终缩小城市间市场拓展能力差异。

表5 2005~2024年中国首发经济发展水平的Dagum基尼系数及其分解

年份	总体	区域内	区域间	超变密度
2005	0.636	0.117	0.396	0.123
2006	0.569	0.106	0.302	0.161
2007	0.471	0.091	0.257	0.122
2008	0.492	0.092	0.307	0.094
2009	0.487	0.090	0.295	0.102
2010	0.503	0.094	0.280	0.129
2011	0.495	0.097	0.266	0.132
2012	0.472	0.087	0.256	0.128
2013	0.494	0.086	0.304	0.103
2014	0.536	0.110	0.246	0.179
2015	0.554	0.122	0.231	0.201
2016	0.554	0.133	0.244	0.178
2017	0.525	0.123	0.236	0.166
2018	0.525	0.131	0.237	0.157
2019	0.538	0.134	0.236	0.168
2020	0.543	0.136	0.236	0.172
2021	0.504	0.126	0.232	0.146
2022	0.514	0.122	0.224	0.168
2023	0.545	0.127	0.253	0.165
2024	0.562	0.133	0.261	0.169

2. 区域差异来源

由图2可知,区域间贡献率呈下降态势,该指标在2013年之前维持在50%以上的高位水平,而之后则处于40%~50%的区间;超变密度贡献率呈波动式上升趋势,而区域内贡献率的变动趋势较为平稳。区域间、超变密度、区域内三者的贡献率均值分别为50.49%、28.10%、21.41%,说明区域间差异是中国首发经济区域差异的最主要来源。

原因可能来自创新在创新源、创新链、创新场三方面的空间尺度差异。从创新源看,长三角城市群、珠三角城市群等拥有高能级创新源,以上海为例,其集聚国际品牌总部与高校科研机构,累计举办超4500场首发活动、引进3366家首店,企业创新聚焦元宇宙首展、绿色低碳技术等原创性突破与国际品牌概念店等高端业态,相对优势显著;而中小城市群创新源依赖复制成熟首店模式或中低端业态,缺乏原创性;反观城市群内部,核心城市(如上海之于长三角城市群)的创新通过企业分公司、品牌连锁等方式快速复制到苏州、杭州等周边城市,群内创新源的技术适配性强,差异远小于城市群间。从创新链看,核心城市群内部形成完善创新传导网络,如上海首发展览技术可通过区域协同快速传递至南京、合肥,城市群内企业共享供应链与产学研资源;而城市群间缺乏深度协同机制,产业链衔接松散,且科研资源、产业基础差距大,创新跨群传导面临技术适配难、资源流动慢的阻力。从创新场看,核心城市群内部核心城市与周边城市消费能力接近、高端商圈等商业设施完善,消费者对国际品牌、数字首展的接受度趋同;而跨城市群在政策补贴力度、居民人均可支配收入、高端商业载体建设上差距显著,最终导致区域间差距远大于区域内部差距。

(三) 中国首发经济的动态演化

进一步将中国首发经济发展水平由低到高分为状态1、状态2、状态3、状态4四类,通过传统Markov转移概率矩阵和空间Markov转移概率矩阵分析中国首发经济的动态演化。

1. 传统Markov链分析

由表6可知:第一,对角线的概率要远大于非对角线的概率,即维持当前状态的概率分别为0.748、0.672、0.737和0.921,表明中国首发经济有较大概率能够稳定维持原有状态;第二,中国首发经济状态转移具有差异性,如状态2向上转移的概率要高于向下转移的概率,而状态3向下转移的概率要大于向上转移的概率;第三,中国首发经济具有跨状态转移的概率,如状态1向状态3转移的概率为0.036,向状态4转移的概率为0.007。

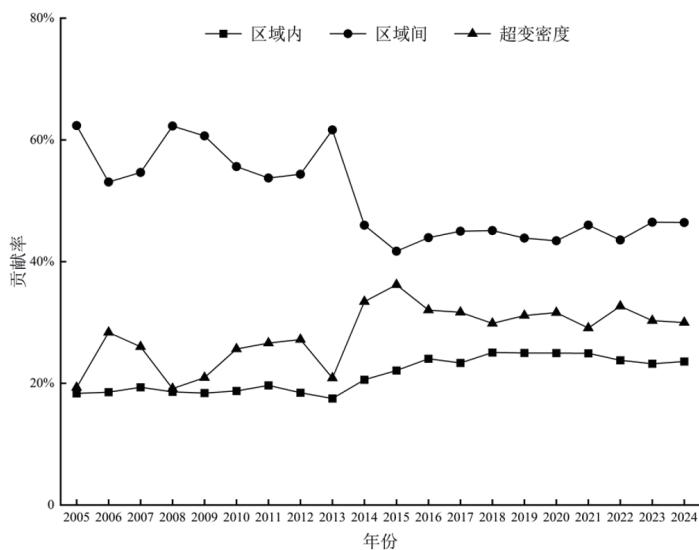


图2 2005~2024年中国首发经济发展水平的Dagum基尼系数贡献率

表6 中国首发经济发展水平的传统Markov转移概率矩阵

$t/t+1$	状态1	状态2	状态3	状态4
状态1	0.748	0.209	0.036	0.007
状态2	0.104	0.672	0.194	0.030
状态3	0.008	0.143	0.737	0.113
状态4	0.000	0.000	0.079	0.921

2. 空间 Markov 链分析

由表7可知,邻域首发经济发展水平对本域的状态转移具有空间外溢效应。一方面,状态转移概率会因为空间滞后条件的改变而发生变化。例如,在不加入空间滞后条件时,状态1向状态2转移的概率为0.209,而当其邻域为状态1时,转移概率上升至0.500。另一方面,邻域水平对本域状态转移的影响具有复杂性。以状态1为例,其邻域状态等级越低,其向上转移的概率越高;当其邻域为同等状态时,其向状态2转移的概率为0.500;而当其邻域为状态4时,其向状态2转移的概率仅为0.167。其他状态均呈现多样的影响。

表7 中国首发经济发展水平的空间 Markov 转移概率矩阵

邻域类型	$t/t+1$	状态1	状态2	状态3	状态4
状态1	状态1	0.333	0.500	0.167	0.000
	状态2	0.000	0.450	0.550	0.000
	状态3	0.000	0.348	0.652	0.000
	状态4	0.000	0.000	0.034	0.966
状态2	状态1	0.647	0.265	0.059	0.029
	状态2	0.200	0.500	0.200	0.100
	状态3	0.000	0.250	0.563	0.188
	状态4	0.000	0.000	0.111	0.889
状态3	状态1	0.810	0.175	0.016	0.000
	状态2	0.143	0.683	0.159	0.016
	状态3	0.000	0.102	0.816	0.082
	状态4	0.000	0.000	0.091	0.909
状态4	状态1	0.806	0.167	0.028	0.000
	状态2	0.020	0.735	0.224	0.020
	状态3	0.000	0.149	0.731	0.119
	状态4	0.000	0.000	0.068	0.932

四、中国首发经济的驱动机制

(一) 驱动因子探测

由表8可知,首发产品专利质量在各年度均处于首发经济驱动因子 q 值的前三位,首发产品品牌价值、首发产业数实融合水平、首发经济媒体关注度均在两个年度进入前三位,首发产品研发效率、首发产业数智化转型度、首发经济市场渗透率则在一个年度进入前三位。结合各年度首发经济驱动因子 q 值的均值来看,排名前三位的驱动因子分别为首发产品专利质量(0.425)、首发产品品牌价值(0.264)、首发产品研发效率(0.255),说明三者是驱动首发经济发展的关键因子,而三者均属于首发企业创新维度,更印证了企业作为首发经济“创新源”的作用。

第一,首发产品专利质量:在首发企业创新方面,专利质量作为企业创新能力的直接体现,其技术覆盖广度与深度赋予企业核心技术领域的自主知识产权,形成技术壁垒以防范模仿、保障创新收益与市场优势;在首发产业升级方面,高质量专利的技术延展性与适配性优势,能够加速产业链多环节的技术需求匹配,减少创新在产业链内传导的技术适配障碍;在首发市场拓展方面,专利质量带来的差异化优势使企业能在市场中形成独特竞争力,满足消费者多样化需求,扩大首发经济的市场覆盖范围与需求稳定性。

第二,首发产品品牌价值:在首发企业创新方面,高品牌价值作为消费者对首发产品信任与认同的载体,能为企业的技术突破、业态创新等提供信任背书,减少市场对创新成果的质疑阻力,使企业创新更易获得市场认可;在首发产业升级方面,高品牌价值可带动产业链上下游主体围绕品牌信任展开协作,推动产业内技术标准共建、资源整合与分工优化,降低创新在产业链传导的摩擦成本,提升产业整体协同效率;在首发市场拓展方面,高品牌价值能降低消费者对首发产品的认知与信任门槛,同时强化市场对首发产品的需求稳定性。

第三,首发产品研发效率:在首发企业创新方面,作为研发资源向创新成果的转化能力,高效研发效率能缩短创新性首发产品生成周期,助力企业快速形成先发优势,既强化企业作为创新源的竞争力,又激励企业持续投入创新以生成更多可扩散的首发产品;在首发产业升级方面,企业快速

产出的创新成果可更早进入产业链传导环节，减少创新在产业内扩散的时间滞后，推动产业链上下游围绕新创新成果展开技术适配与协同整合，为首发经济构建顺畅的产业协同网络；在首发市场拓展方面，先发优势帮助企业抢占创新扩散的时间窗口，降低竞争对手模仿带来的市场挤压，增强产品的需求黏性，最终实现首发经济在创新生成、产业传导与市场落地全链条的高效运转。

表 8 中国首发经济驱动因子探测结果

维度层	指标层	2005	2010	2015	2020	2024	均值
首发企业创新	首发产品研发效率	0.181	0.197	0.275	0.288	0.336	0.255
	首发产品生产效率	0.203	0.133	0.185	0.054	0.036	0.122
	首发产品竞争优势	0.059	0.021	0.222	0.116	0.101	0.104
	首发产品专利质量	0.402	0.376	0.537	0.597	0.213	0.425
	首发产品品牌价值	0.340	0.290	0.176	0.302	0.211	0.264
首发产业升级	首发产业数实融合水平	0.257	0.348	0.238	0.203	0.149	0.239
	首发产业产学研融合度	0.068	0.277	0.539	0.244	0.052	0.236
	首发产业供应链集中度	0.194	0.174	0.452	0.28	0.132	0.246
	首发产业链协同聚集度	0.042	0.233	0.244	0.174	0.012	0.141
	首发产业数智化转型度	0.057	0.139	0.388	0.400	0.197	0.236
首发市场拓展	首发经济政策感知度	0.021	0.007	0.328	0.373	0.111	0.168
	首发经济媒体关注度	0.132	0.218	0.466	0.342	0.082	0.248
	首发经济效益增长率	0.076	0.058	0.265	0.262	0.08	0.148
	首发经济市场渗透率	0.159	0.381	0.221	0.163	0.124	0.210
	首发经济区域首发率	0.102	0.002	0.075	0.066	0.076	0.064
	首发经济城市贡献度	0.141	0.058	0.071	0.053	0.138	0.092

（二）驱动因子交互探测

图3显示，驱动因子间的交互作用均表现为双因子增强和非线性增强的增强关系，表明两两驱动因子之间产生的交互作用对中国首发经济的影响要大于单一因子。此外，驱动因子交互作用的效果呈现渐进式演化。在2005年，首发产品专利质量和首发产品品牌价值的交互作用最大（0.890），表明高专利质量带来的核心技术自主知识产权与技术壁垒，为品牌价值的信任认同提供技术支撑，而品牌价值的市场认可度又能降低专利技术转化为创新成果后的市场接受阻力；专利质量的技术延展性与适配性为产业链协同提供技术基础，品牌价值则能凝聚产业链上下游主体围绕品牌信任展开协作；专利质量带来的差异化技术优势与品牌价值降低的消费者接受门槛形成互补。在2010年和2015年，首发产品生产效率和首发产业产学研融合度的交互作用最大（分别为0.663、0.827），表明产学研融合为企业提供高校、科研机构的技术支撑，破解创新过程中的技术瓶颈，而高生产效率则将这些技术成果快速转化为实际产能，缩短创新成果从研发到产品的落地周期；产学研融合推动产业与科研端形成技术标准共建、资源共享机制，高生产效率则使企业能高效承接产学研输出的技术；产学研融合确保产品技术契合消费升级下的品质化需求，高生产效率保障首发产品的规模化供给能力。在2020年，首发产品专利质量和首发经济政策感知度的交互作用最大（0.783），表明高专利质量赋予首发企业更大的技术优势，而政策感知度越高企业越能精准对接政策导向；专利质量的技术延展性与适配性为产业链协同提供技术基础，政策感知则引导产业内企业同步把握政策支持的产业方向；专利质量的差异化优势有利于产品满足消费升级下多样化、品质化需求，政策感知使首发产品精准对接政策支持的市场领域，二者交互有利于将专利技术创新聚焦于政策鼓励领域，既避免创新偏离市场需求与政策方向，又可依托政策红利降低创新成本、保障创新收益。在2024年，首发产品研发效率和首发产业数智化转型度的交互作用最大（0.599），表明

研发效率作为研发资源向创新成果的转化能力，能缩短创新性首发产品生成周期，而数智化转型度依托数字技术打破信息壁垒、智能技术优化资源配置；高研发效率有利于快速产生创新产品，为首发产业数智化转型提供技术支撑；研发效率赋予企业先发优势，结合数智化转型对消费者数字消费需求的精准洞察，二者交互使企业在快速生成创新成果的同时，更精准对接市场需求。

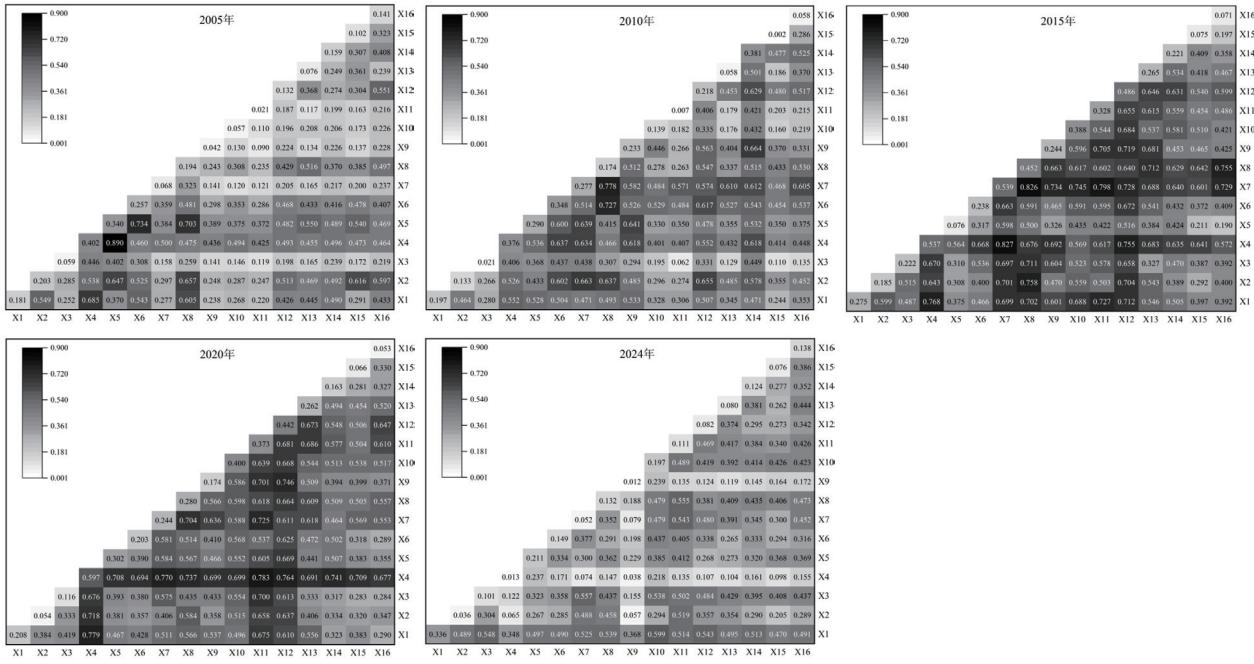


图3 中国首发经济驱动因子交互探测结果

五、结论与启示

本文从发展水平、区域差异与动态演化等方面系统研究了2005~2024年中国首发经济的时空格局，并进一步探明了中国首发经济的驱动机制。主要结论如下：第一，从发展水平来看，总体呈上升趋势，分为初始发展期、快速发展期、平稳发展期；首展经济发展水平高于首店经济、首秀经济，首发企业创新高于首发产业升级、首发市场拓展，呈现“长三角城市群、珠三角城市群、京津冀城市群三极并立的集聚效应；多数城市实现增量提质并存，从一线、新一线城市向二、三线城市扩散，以及上海、杭州始终处于领先地位”的特征。第二，从区域差异来看，总体Dagum基尼系数维持在0.4~0.7的高位水平，但呈递减趋势，说明中国首发经济区域差异显著但有所减小，区域间差异是区域差异的最主要来源。第三，从动态演化来看，中国首发经济能够稳定维持原有状态，状态转移具有差异性，存在跨状态转移，邻域对本域的状态转移具有空间外溢效应。第四，从驱动机制来看，首发产品专利质量、首发产品品牌价值、首发产品研发效率是驱动首发经济发展的关键因子；两两驱动因子之间产生的交互作用对中国首发经济的影响要大于单一因子。

结合上述研究结论，本文提出以下政策建议。第一，以差异化扶持为核心，强化首发经济薄弱业态的支撑力度。针对首店经济，推出首店专项金融产品并整合租金补贴、供应链金融工具打通落地与运营资金链，同时推动首店经济与城市核心商圈、特色街区等商业载体深度结合以打造适配消费场景，提升运营稳定性与吸引力；针对首展经济，完善配套基础设施并优化通关、物流等环节效率以降低落地成本，加大专业会展服务机构从策划到贸易对接的全流程服务力度，提升专业化与国际化水平；针对首秀经济，强化数字技术与传播支撑，建立首秀数字服务平台以数字技术的深度

场景应用赋能消费者体验感提升，搭建流量推广机制联动多元传播平台扩大影响力，拓宽消费触达范围。第二，以首发企业创新、首发产业升级、首发市场拓展协同推进为核心，强化全链条发展动能。在首发企业创新上，扩大研发专项金融支持范围并优化研发资金补贴、税收优惠政策以降低首发企业研发成本，完善知识产权保护与转化机制并加快首发专利审查与应用；在首发产业升级上，设立首发产业升级专项基金支持首发企业与上下游企业协同创新，推动产业链各环节联动升级，同时深化“政产学研用”融合以加速科技成果向首发产业转化，提升首发产业整体竞争力；在首发市场拓展上，搭建首发市场对接平台、整合不同区域消费需求数据，以引导首发企业向潜力市场布局，同时完善市场拓展配套政策，为企业开拓国内国际市场提供渠道支持与运营保障。第三，以强化引领、推动扩散、深化协同为核心路径缩小区域差距、释放区域协同效能。依托核心城市群资源优势打造国际化首发经济枢纽，通过完善核心城市首发经济配套设施、优化政策支持体系吸引高能级首发资源集聚，并推动核心城市与国际接轨、建立国际首发交流合作机制，以提升首发经济国际影响力；建立首发资源梯度转移对接机制，引导首发品牌与活动向中小城市布局，同时结合不同层级城市资源禀赋制定差异化扶持政策，支持中小城市依托自身特色发展首发经济、培育区域首发经济增长极；此外，还需建立跨区域首发经济协同发展联盟，推动区域间资源共享、政策互认与数据互联以提升区域协同效率，完善首发经济基础设施与服务体系，进一步缩小区域间发展差距。第四，以专利质量、品牌价值、研发效率为关键驱动因子，提升其驱动效能。完善专利培育与保护机制、加强专利审查与管理以推动高质量专利研发与应用，同时建立专利价值转化平台促进专利技术向首发产品与产业转化；实施首发品牌培育计划以支持本土品牌创新升级与中华老字号品牌焕新，搭建品牌推广与国际合作平台以提升首发品牌知名度与影响力；推广数字化研发工具与平台、优化研发流程以缩短研发周期，建立研发需求与资源对接机制、整合研发资源并向首发企业倾斜，以提升研发精准性与效率。

参考文献

- [1] 程惠芳,朱喆.新质生产力背景下首发经济高质量发展的机制与路径[J].中国流通经济,2025(3):9-20.
- [2] 丁任重.首发经济赋能消费升级的理论逻辑与作用机制[J].广东社会科学,2025(4):5-16+284.
- [3] 费艳颖,曹佳.中国式现代化建设下首发经济的驱动逻辑、重要功能与应对策略[J].上海经济研究,2025(3):5-13.
- [4] 龚志民,雷沁.首发经济如何促进新型消费发展:基于创新活跃度与产业空间集聚视角的考察[J].深圳大学学报(人文社会科学版),2025(4):75-85.
- [5] 黄胤麟,徐政.首发经济的理论内涵、价值意蕴及其发展的关键着力点[J].湖湘论坛,2025(1):115-124.
- [6] 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.
- [7] 李鑫.首发经济驱动消费潜力释放探索[J].理论探索,2025(4):103-110.
- [8] 刘英杰,杜昀谦.科技金融赋能首发经济的现实需求、作用机制与政策路径[J].学术界,2025(1):73-88.
- [9] 陆岷峰.首发经济驱动区域经济高质量发展的机制重构与路径创新——基于多层次联动与动态均衡视角的设计[J].经济问题,2025(7):100-109.
- [10] 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(5):30-43.
- [11] 施雄天,肖懿,仵凤清.首发经济赋能生态产品价值实现的基本逻辑与实现路径[J].当代经济管理,2025(10):11-22.
- [12] 施亚东,王永,陆岷峰.数据要素驱动的首发经济生态重构——基于数字-物理双螺旋耦合的价值共创机制与区块链技术路径[J].社会科学家,网络首发[2025-12-01]:1-10.
- [13] 宋丹,徐政.首发经济与新质生产力的交互逻辑和路径[J].北京工业大学学报(社会科学版),2025(4):87-99.
- [14] 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(5):10-22.
- [15] 王元地,张漪雯,王天宇.首发经济内涵、实践、机制及启示[J].软科学,2025a(3):1-9+18.
- [16] 王元地,张腾蛟,万乐渔,等.首发经济的创新机制——基于某高新技术企业的纵向单案例研究[J].软科学,2025b(4):9-15+34.
- [17] 王元地,周剑.首发经济的自信效应研究——基于案例DeepSeek和电影《哪吒2》[J].中国矿业大学学报(社会科学版)

- 版),2025(4):126–139.
- [18] 徐华亮.首发经济的驱动逻辑与市场响应[J].理论与改革,2025(2):173–186.
- [19] 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(1):93–106.
- [20] 依绍华.首发经济何以破圈迭代[J].人民论坛,2024(16):24–27.
- [21] 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(6):88–98.
- [22] 张夏恒.首发经济赋能新质生产力发展的机制与路径研究[J].江苏行政学院学报,2025(4):65–75.

【作者简介】谭学想: 机械工业出版社泰安编校中心编辑。研究方向: 首发经济。

Research on the Spatiotemporal Pattern and Driving Mechanism of China's Debut Economy

TAN Xue-xiang

(Tai'an Editing and Proofreading Center, China Machine Press, Tai'an 271025, Shandong, China)

Abstract: The debut economic launch provides an important path for breaking through the bottleneck of consumption upgrading and activating market vitality. This paper combines the theory of innovation diffusion, uses entropy method, Jenks natural discontinuity classification, Dagum Gini coefficient decomposition, Markov chain analysis to analyze the spatiotemporal pattern of China's debut economy from 2005 to 2024, and explores the driving mechanism of the debut economy through geographic detectors. Research has found that the overall development level of China's debut economy is on the rise, with the debut exhibition economy having a higher level of development than the debut store economy and debut show economy. The development level of debut enterprises innovation is higher than that of debut industry upgrading and debut market expansion. The urban development level shows characteristics of agglomeration effect, incremental quality improvement, diffusion to second and third tier cities, and Shanghai and Hangzhou always leading. The regional differences in China's debut economy are significant but have decreased, with inter regional differences being the main source of regional differences. China's debut economy can maintain its original state stably, with cross state transitions and spatial spillover effects. The patent quality, brand value, and R&D efficiency of the debut product are the main driving factors of the debut economy, and the interaction effect between the two driving factors is greater than that of a single factor.

Keywords: debut economy; spatiotemporal pattern; driving mechanism; development level; regional differences; dynamic evolution

(责任编辑: 任思雨)