

破局者红利 首发经济创新机制与企业实践

文 | 苏立 杨宇婧

图片来源：视觉中国

关键词 首发经济；新质生产力；竞争优势；消费范式转型；供给创造需求；引领式创新

在数字经济时代，产业创新模式正在经历深刻转型。传统的线性经济模式逐渐被以用户需求为起点、数据为驱动、生态为支撑的新型商业模式所取代。这种模式的转变不仅模糊了产业边界，还使跨界竞争成为常态，企业竞争力的核心逐渐从规模效应和成本控制转向创新速度、用户体验和低碳生态。首发经济作为这一转型的重要体现，正通过创新供给激活消费需求，成为推动经济高质量发展的新引擎。

近年来，我国在进一步全面深化改革的进程中，高度重视首发经济。2024年，《中共中央关于进一步全面深化改革推进中国式现代化的决定》明确提出“积极推进首发经济”，并将其纳入构建全国统一大市场的系统部署。各地政府也纷纷出台扶持政策，设立首发经济示范区，推动首发经济快速发展。

在全球科技竞争日益激烈背景下，我国仍面临突破“卡脖子”技

术的发展难题，需要抢占技术制高点。首发经济作为数字经济时代的重要经济形态，通过技术创新和模式创新，不仅推动产业升级、激活内需市场，还为我国参与全球经济竞争提供了新的战略优势。国家对首发经济的倡导和支持，既是应对当前经济形势的现实选择，也是推动经济高质量发展的长远战略。

新质生产力背景下 首发经济高质量发展

1. 首发经济的内涵特征

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，涵盖了企业从产品或服务的首次发布、首次展出到首次落地开设门店、首次设立研发中心，再到设立企业总部的链式发展全过程。首发经济是一种以创新为核心驱动、以品质和时尚感为载体、以引领性消费为目标的新型经济形态，体现出高度

契合消费升级和高质量发展的时代趋势。其不仅是衡量地区消费实力、商业活力与开放水平的重要标志，也反映了产业体系的创新能力和资源配置效率。首发经济具有以下三方面显著特征。

第一，首发经济强调首次发布与实质创新的有机统一。首发经济不同于单纯意义上的“新奇”经济，其竞争优势根植于企业在新产品、新技术、新业态和新服务上的原创性探索。企业通过首次亮相所形成的眼球效应与首因效应，有效提升了消费者注意力与品牌认同，从而实现流量向销量的转化。然而，这一机制的可持续性取决于实质性创新的支撑。若企业仅依赖形式上的“首发”制造短期关注，缺乏技术与产品的内涵突破，最终将难以构建持久的消费者黏性与品牌忠诚。在供给侧结构性改革背景下，首发经济通过“以创新驱动供给”，回应了消费者对美好生活的多样化需求，

从而推动供给体系质量和效率同步提升。这一机制有效克服了低质同质竞争带来的内卷风险，为构建以高价值产品为核心的内需扩张路径提供了制度基础与市场逻辑。

第二，首发经济强调产业全链条整合与系统性生态构建。首发经济不仅表现为首店、首展、首秀等单点突破的事件型经济，更体现为覆盖研发—发布—推广—销售全过程的协同网络，其核心在于重构产业价值链和消费驱动链条，完善了生产、分配、流通、消费经济大循环。在纵向上，首发经济连接了从技术孵化、产品迭代到市场上市与品牌运作的各个环节，形成高密度、快迭代的创新流转机制；在横向上，带动了研发设计、文化创意、金融投资、零售渠道等多元主体的协同联动，推动区域内产业链、供应链与创新链深度融合。链式协同不仅提升了产业体系的灵活性与抗风险能力，也通过多维度溢出效应提高了城市投资热情与就业质量，构建出企业创新—市场繁荣—产业升级三位一体的良性循环。

第三，首发经济体现出引领性供给与需求创造的双重能力。首发经济的根本价值在于其对高品质生活方式的引导作用，体现了从满足需求向创造需求的范式跃迁。在以中等收入群体为主导的消费结构背景下，新技术与新品牌通过“首发即爆款”的机制快速渗透市场，重塑消费偏好并形成文化认同。这种从供给端引导消费端结构演化的机制，有效提升了产品附加值和品牌

溢价能力，使企业能够在全球价值链中实现从参与者到引领者的战略跃升。企业通过创新驱动实现的技术—市场—资本良性循环，正逐步推动我国产业由跟跑式模仿向引领式创新转变，助力构建内需主导型的高质量增长路径。

综上，首发经济不仅是市场机制与技术创新互动形成的一种新型消费业态，更是推动中国经济迈向高质量发展的战略支点，其通过强化原创供给、构建产业生态、激发结构性需求，为实现经济内循环与产业升级提供了系统性制度逻辑与发展路径。

2. 首发经济崛起的经济学逻辑

首发经济的兴起不仅是商业业态演化的自然结果，更是我国经济转向高质量发展阶段的结构性体现。创新驱动、产业升级与需求拉动机制共同构成首发经济高质量发展的基本支柱。

首先，创新驱动机制是首发经济得以生成与演化的根本动力，亦是其区别于传统消费业态的核心特征。基于技术创新理论，首发经济通过推动产品形态、商业模式、品牌体系与消费体验的全维度创新，实现从产品首次亮相到品牌首发叙事的价值跃迁。技术赋能与内容创新相辅相成，不断拓展消费场景与认知边界，从而持续塑造具有先发优势的消费引力场。

其次，产业升级引领机制为首发经济提供结构性支撑。首发经济通过资源配置优化与产业链整合，推动产业向高附加值环节跃升，进

而增强全要素生产率与产业集群协同效率。在产业结构理论框架下，首发经济重塑了研发—发布—展示—销售的产业流程，通过首发平台与载体集聚要素资源，实现空间布局优化与供给效率提升，进而成为制造业服务化与服务业高端化的有效连接点。

再次，需求拉动机制是首发经济激发内需潜能、释放消费动能的内在驱动力。依托竞争优势理论，首发经济以创新供给引导潜在需求转化为现实购买力，有效缓解供需错配困境。在消费结构不断升级背景下，首发经济精准契合消费者对个性化、品质化、体验化产品与服务多样需求，从而在需求侧为宏观经济增长注入持久动力。

首发经济已成为我国扩大内需、提振消费、推动结构性改革的重要战略支点。2024年最终消费支出对经济增长的贡献率达到44.5%，其中以首店、首展、首秀、首发为核心的新型消费形态，正逐步成为培育新质生产力与打造新消费增长点的关键力量。在新一轮科技革命与产业变革加速重塑供需格局的背景下，首发经济凭借其“创新驱动供给、供给创造需求、需求反哺创新”内循环机制，展现出由点到面、由供给侧向需求侧渗透的系统性价值，正在成为引领消费范式转型与重塑经济增长逻辑的“新引擎”。

3. 新质生产力赋能首发经济发展的基本逻辑

新质生产力与首发经济相辅相成，构成了中国经济高质量发展的

重要驱动力。新质生产力基于技术革命性突破、生产要素创新性配置以及产业深度转型升级，旨在实现高质量发展。首发经济作为新质生产力的重要体现，通过新产品、新业态、新模式、新技术的首次发布，推动产业向高端化、智能化、绿色化方向发展。这种创新驱动的发展模式不仅提升了产业附加值，还为经济增长注入了新动能，符合新质生产力推动经济高质量发展的目标。

首发经济在新质生产力赋能下表现出裂变性和外溢性。一方面通过推动技术与要素配置变革，为供给侧注入活力；另一方面通过满足和创造多元化、高品质需求，为消费市场注入新动能，二者构成推动我国经济高质量发展的双轮驱动。

首发经济的崛起是新质生产力在消费端嵌入实践的集中体现，其核心逻辑在于通过创新驱动实现供需结构深度重塑。新质生产力以技

术进步、制度变革和要素重组为基本特征，强调质的跃升而非量的扩张，成为推动首发经济高质量发展的关键支撑力量。技术创新作为新质生产力的核心，通过新兴技术赋能，使企业具备快速迭代产品、优化服务体验的能力，从而满足日益多元的个性化消费需求。与此同时，新质生产力重构要素配置逻辑，通过提升资本、技术与人才的协同效率，促进高附加值资源向首发经济集聚，增强了产业链价值创造能力。

首发经济的商业裂变效应，正是上述机制作用的结果。其不仅体现为企业推出首款产品所带来的市场关注度和流量转化能力，更在于推动产业生态由单点突破向系统升级演化。例如，首发行为推动新品研发、发布、展示、销售等多环节协同发展，重构了供给体系的运行模式，进而创造出新的消费场景与市场空间。此外，首发经济构建于“供

给创造需求”的理论基础之上，通过新供给刺激潜在消费意愿，进而实现需求侧结构的优化与重构，不仅强化了消费对经济增长的拉动作用，也推动了新质生产力的内生演进。

首发经济创新路径与机制

在数字经济背景下，首发经济已演化为企业重构竞争优势、掌握价值链主导权的战略手段。本文选取不同领域典型案例，揭示不同类型市场主体在新质生产力驱动下的创新路径与首发机制。

1. 科技巨头：生态主导与底层创新协同演进

华为鸿蒙生态与操作系统重构。华为鸿蒙操作系统的发布标志着中国科技企业在基础软件领域的系统性突破。鸿蒙以微内核架构和确定性时延引擎为核心技术，实现跨设备时延控制低于5毫秒，展现出高效协同与高安全性的系统优势。其首发策略不仅催生出基于“1+8+N”架构的硬件生态，还吸引超720万名开发者与10亿台设备接入，重塑了软件—硬件—服务的价值网络。这一过程体现了Teece动态能力理论，企业需通过技术标准制定和生态系统控制重构价值链权力结构，其国内市场占有率在三年内攀升至18%，证明在ICT产业领域，生态级创新比单一技术突破更具战略价值，也印证了企业产品的生态建设在新质生产力演进中的战略地位。

字节跳动旗下豆包大模型与轻量AI生态建构。2024年，字节跳



▲ 通过技术标准制定和生态系统控制，企业可重构价值链权力结构。图为华为在中国家电及消费电子博览会上展示搭载鸿蒙操作系统的各类硬件产品。

动推出豆包大模型，主要面向低成本、高响应速度的轻量级应用场景，定位于 To C 端普惠 AI 市场。通过与抖音生态深度融合，实现 AI 内容自动生成、虚拟直播、智能客服等场景闭环，日活跃用户数量在短时间内超过 1.2 亿人，形成“模型即服务”的轻交互路径。其“首发即规模”的策略不仅验证了快速迭代与微服务部署的协同能力，也体现出平台型企业通过流量基础与数据反馈机制驱动产品热启动的首发机制，有力诠释了新质生产力的应用侧外溢效应。

2. 传统企业：跨界转型中的资源重组与路径跳跃

小米 SU7 消费电子企业的智能制造跃迁。小米集团 2024 年首发 SU7 智能电动车，依托 MIUI 生态及其全球用户的数据，构建人—车—家互联体系。其核心在于把原有消费电子链中的数据洞察、用户运营与界面体验迁移到汽车领域，形成跨领域资源重组与新路径构建能力。这一模式体现出颠覆式创新路径，表明敏捷性与供应链韧性成为新质生产力的重要支撑要素。

隆基绿能从光伏制造向绿色科技解决方案转型。隆基绿能通过 2023 年首发 HPBC 高效电池组件，推动产品从单体组件向系统级绿色解决方案升级。同时构建绿电云平台，实现从制造商向新能源集成商的角色跃迁。通过绿电原产地追溯、碳足迹认证等机制，将绿色价值嵌入产品溢价机制，体现了“绿色 + 数字”双轮驱动的首发策略。在新

质生产力框架下，这类首发承载着产业链绿色跃迁与软硬集成能力的协同升级价值。

3. 新兴独角兽：技术突进中的裂变突破与普惠扩散

DeepSeek 大模型高效能 AI 民主化推进。DeepSeek 基于稀疏专家模型 (MoE) 推出 DeepSeek-R1，通过专家路由优化，实现推理成本大幅下降，支持高并发调用与轻端部署。在“增量式训练 + 开源策略”驱动下，其模型迅速被大量中小企业采纳，用于文本生成、搜索增强与客服自动化等场景，首月调用量破亿次。其“首发即开源、开源即普惠”的模式，体现出新质生产力在 AI 产业中“供给平权”与“技术外溢”的典型路径。

禾赛科技首发驱动智能驾驶降本增效。禾赛科技 2024 年发布 AT128 超高性价比激光雷达，以量产成本控制为千元级别为核心优势，在首发季度斩获包括极氪、理想在内的大批客户订单。其首发强调“工艺迭代 + 设计共创 + 软件定义硬件”的全链整合路径，通过模块化架构提升可扩展性，打造可复制首发能力，加速了新质生产力在高端制造中的扩散性进程。

4. 文化与交互创新：沉浸体验驱动的内容首发

《黑神话：悟空》文化 IP 与技术渲染双首发机制。《黑神话：悟空》借助自研“混沌引擎”实现 1.2 亿 / 帧图形渲染能力，同时融入敦煌壁画、唐代器物等文化资产，打造差异化东方叙事。在预热阶段通过虚

拟场景直播与沉浸式试玩体验引爆社交网络，首发当日登顶 Steam 全球热销榜。这一典型表明，在数字文化内容领域，首发经济不仅意味着产品首次呈现，更是情绪共鸣—文化共创—沉浸消费的复合过程，是文化软实力与技术硬实力交汇的外延化表达。

极越汽车智驾直播首发模式。极越汽车联合百度 Apollo 系统，在 2024 年首发“全场景无图智驾”技术，采取 CEO 直播带你全程试驾的形式，打破传统新闻发布会模式，通过直播沉浸式展示 L3 级别自动驾驶在城市、雨夜、高速等复杂路况下的实时表现，参与用户达 560 万人，首周订单增长 350%。该模式体现了“场景即首发、体验即转化”的新路径，释放了平台传播力与产品展示力的交互张力，是消费侧体验驱动的新型首发范式。

综上，以上案例共同揭示出数字经济时代首发经济的多重特征：生态型首发，以技术标准为核心构建生态控制权（华为、字节跳动），反映 Teece 的动态能力与多边平台控制理论；跨界型首发，以资源重组与路径跳跃实现边界突破（小米、隆基），印证颠覆式创新与资源基础理论；裂变型首发，以开源、低门槛实现广泛扩散与参与（DeepSeek、禾赛科技），契合创新扩散理论与技术普惠模型；沉浸型首发，以场景沉浸与文化体验重塑用户感知结构（游戏科学、极越），呈现体验经济与文化赋能的复合机制。在新质生产力主导的背景下，企业通过掌握

首发节奏与要素配置能力，实现了从市场进入者向价值网络主导者的跃迁，丰富了迈克尔·波特竞争优势理论的当代表达，为构建新质生产力导向下的首发经济范式提供了实证支撑。

首发经济发展路径与企业跃升

1. 政策环境是首发经济发展的重要基础

政府通过制定产业政策、税收优惠、创新激励等措施，为首发经济提供良好发展环境。例如，许多国家和地区设立了专项基金，支持新兴产业的技术研发和创新项目。同时，政府还通过简化行政审批流程、加强知识产权保护等措施，为企业创新和首发经济发展提供保障。此外，政策环境的优化还包括加强国际合作，推动技术交流和市场开放，为首发经济的国际化发展创造条件。

2. 产业结构调整 and 升级是首发经济的主要发展路径

新兴产业的崛起和传统产业的数字化转型是首发经济的重要推动力。新兴产业通过技术创新和模式创新，不断拓展市场空间，形成新经济增长点。传统产业则通过数字化转型，提升生产效率和竞争力，实现高质量发展，为首发经济提供广阔空间。

3. 企业是首发经济发展的核心力量

在新质生产力驱动的首发经济中，企业作为市场主体和创新枢纽，承担着连接政策端与消费端的核心

功能。实现从“首发参与者”向“首发引领者”的跃升，企业亟须在战略协同、组织重构、技术创新、场景营造和生态联动等方面构建系统化能力。

强化合作网络，构建开放协同的创新体系。企业应拓展与高校、科研院所、产业链上下游及平台企业的多元合作机制，形成跨界资源共享与技术互补的协同网络。一方面，可通过与科研机构共建实验室、技术平台，提升原始创新能力。另一方面，借助电商平台、大型展会与社交媒体等渠道，实现首发产品的快速传播和市场测试。此外，企业还应积极探索与内容平台（如直播、短视频）的深度合作，增强首发传播的互动性和品牌社交影响力。

整合资源与流程，打造高效敏捷的运营体系。企业应通过数字化转型与资源重构，优化内部运作效率。一是通过引入 ERP 系统、供应链金融与智能制造，实现研发—设计—生产—销售—服务的全流程协同，降低首发产品的试错成本。二是通过并购重组、产业联盟等形式整合外部资源，提升企业在关键零部件、渠道端及服务系统中的议价能力。三是高度重视人才体系建设，围绕首发经济所需的前沿研发、品牌策划与数字营销等领域，加快复合型人才的引进与培养，夯实企业参与首发经济的能力底盘。

深化技术、产品与模式创新，构筑核心首发能力。首发经济的本质是新质生产力的市场转化过程，企业必须通过原创性技术创新与差

异化产品供给实现首发破局。一方面，要注重底层技术积累与跨平台协同，如鸿蒙系统通过分布式设计实现多终端协同，构建了系统级创新优势。另一方面，应拓展商业模式的创新边界，如小米通过“线上直销+线下体验”的新零售模式，降低成本的同时增强品牌沉浸度。此外，应探索数据驱动的 C2M（客户直连制造）机制，通过人工智能、大数据分析等手段，实现定制化产品推荐与精准化生产，提升用户满意度与首发产品转化效率。

提升首发场景营造能力，打造沉浸式体验生态。首发经济不应仅聚焦产品本身，更应注重场景创新与用户体验升级。企业可通过 VR、AR 等数字技术构建沉浸式消费空间，增强用户参与感和产品互动性。例如，3D 建模与虚拟直播可实现远程试穿、试用，打破时间与空间消费限制。与此同时，结合区域文化、时尚符号与 IP 联名，可提升首发产品的文化附加值与社交传播性，强化品牌情感黏性和消费仪式感。在此基础上，推动首发活动从“事件营销”向“长期运营”演进，实现首发效应持续放大。

构建绿色与个性化协同的可持续首发模式。企业应在绿色发展理念下拓展首发经济的可持续边界。一方面，加大对可降解材料、清洁能源等绿色技术的研发投入，打造低碳、环保的首发产品组合。另一方面，推动绿色供应链建设与循环经济实践，提升资源利用率与品牌责任形象。此外，企业还可发展个



▲ 技术创新将持续强化首发经济驱动力机制。通过新兴技术赋能，企业具备快速迭代产品、优化服务体验的能力，从而满足日益分化的个性化消费需求。图为搭载DeepSeek大模型的智能巡检机器人在安徽滁州某变电站内校准数据。

个性化定制模式，结合 AI 推荐系统、3D 打印和智能制造，实现“千人千面”的柔性生产，满足多元化与品质化消费需求，形成首发经济与消费升级的良性互动。

总体而言，首发经济不仅是新质生产力落地的重要机制，也是企业构建未来竞争优势的战略窗口。企业应以首发为牵引，重构组织逻辑、提升创新密度、拓展生态边界，真正实现由“产品推出者”向“趋势引领者”的跃迁。唯有如此，企业方能在新质生产力推动的结构性变革中，赢得属于破局者的红利。

首发经济未来趋势

在全球价值链不断演化与重构背景下，首发经济作为以技术创新与模式革新为核心的经济形态，正逐步嵌入全球资源配置体系，成为驱动高质量发展的关键变量。全球价值链本质上是一种跨国分工协作

体系，其核心在于价值创造与分配的再配置，企业通过嵌入全球价值链实现生产要素的高效整合与价值增值最大化。首发经济与全球价值链之间形成双向互动：一方面，首发经济通过首创性供给催生新需求，推动价值链节点的重构与升级；另一方面，全球价值链则为首发经济提供多层次市场空间与外部资源支持，增强其扩张能力与竞争韧性。

展望未来，首发经济将在新质生产力赋能下呈现五大发展趋势。第一，技术创新将持续强化首发经济的驱动力机制。人工智能、量子计算、生物技术等前沿领域技术突破将不断催生新产品、新服务形态，强化企业的技术护城河。第二，绿色低碳转型将成为首发经济的重要价值导向。在全球“双碳”目标推进与 ESG 标准强化背景下，企业需在产品首发阶段内嵌绿色设计与可持续机制，提升环境友好性与长期

竞争力。第三，数字化转型将重塑首发经济的组织逻辑与运营模式。企业将借助分布式架构、云计算、物联网等技术实现研发—制造—销售—服务的闭环智能化，重构供需匹配机制。第四，在全球价值链重塑中，首发经济将处于竞争与合作并存的动态博弈格局。企业需通过开放创新、产业协同与跨境合作提升全球链条嵌入度，同时积极应对知识产权壁垒、技术制裁与地缘政治等多重风险。第五，新兴市场将成为首发经济的重要增量空间。随着全球经济重心向全球南方转移，企业需前瞻性布局东南亚、非洲、拉美等新兴市场，通过差异化产品首发与本地化运营，实现跨国资源协同与市场扩张。

作为新质生产力的实践场域，首发经济将深度依赖于企业创新能力、资源整合能力与全球网络嵌入能力的协同演化，有望成为全球价值链重构与高质量增长之间的关键连接点，为新一轮全球经济变革注入结构性动力。[6]

主要参考文献

- [1] 余正勇, 陈兴. 新质生产力赋能首发经济发展: 价值意义、基本逻辑与实践路径 [J]. 改革与战略, 2025(1).
- [2] 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).
- [3] 朱克力, 刘典. 首发经济: 中国消费变革新驱动 [M]. 北京: 中信出版社, 2025.

作者单位 中国人民大学应用经济学院
编辑 于静