



百个福建首店名单发布

厦门46个品牌上榜占比近半

元旦假期
旅游预订量增4倍

携程近日发布的数据显示,2024年元旦假期全国整体旅游预订量同比增长4倍。机票预订价格环比上月增长了一成左右,酒店预订价格环比上月增长了近两成。避寒与玩雪成为元旦出游主旋律。携程发布的数据显示,厦门是该平台“十大热门避寒城市”之一。

随着元旦假期临近,厦门将迎来更多北方游客,主要客源地除了北京等一线城市,还有西安、沈阳、天津等地。除了来厦门旅游,北方游客同时也将泉州、漳州、龙岩等地列入行程。

为了招徕更多游客,厦门还积极“走出去”,日前组团赴武汉、合肥、安庆三地推广“暖冬游”,带去北纬24°的温暖阳光、浪漫滨海、四季花期,为厦门旅游吸引了不少“粉丝”。

北方游客纷纷南下,而南方游客则更爱北上玩雪。厦门各大旅行社早就推出了众多冰雪旅游产品,其中,哈尔滨、雪乡、亚布力滑雪、漠河等“冰雪+休闲观光”“冰雪+康养”为主的旅游产品大受欢迎。(陈翠仙来源:海西晨报)

厦京“空中快线”开通

今后,赶飞机或许像坐公交车一样方便。12月6日7时55分,随着CA1802次航班从厦门高崎机场起飞,标志着厦门高崎机场联合中国国际航空、山东航空推出的厦京“空中快线”正式启航。这也意味着,今后市民在厦门乘国航或山航航班飞北京,实现“随到随走”。

如今,每整点或半点时刻就有一班国航或山航执飞的航班从厦门飞往北京。如此高密度的航班量,为厦门往返北京“空中快线”开通打下基础。

打造“空中快线”产品是民航服务国家战略、服务地方经济社会发展、服务社会大众的重要体现。《国家综合立体交通网规划纲要》提出,要打造“全国123出行交通圈”,而民航“空中快线”将成为国家综合立体交通网的有力支撑。

不仅如此,在满足一定条件后,旅客还可以享受同机场、同航段航班免费变更的全新服务。

(雷好来源:海西晨报)

厦门留学人员创业园地区贡献影响力第一

日前,《2023中国留学人员创业园区孵化基地竞争力报告》对外发布,厦门高新技术创业园有限公司(以下简称“创业中心”)运营的厦门留学人员创业园获评地区贡献影响力第一、海外人才集聚第二、留创企业培育第三、综合竞争力第四。至此,厦门留学人员创业园地区贡献影响力蝉联冠军。

今年以来,围绕厦门市打造新发展格局节点城市机遇,创业中心积极链接创新资源要素,构建高质量发展“朋友圈”,助力厦门人才强市建设,新增各类高层次人才超60人,协助人才企业申请兑现各级扶持资金超5000万元。

截至目前,创业中心累计引进海内外科技人才3000多人,其中海外留学创业人才超1000人,占来厦创新创业海外留学人才90%;累计培育省“百人计划”43人、市“双百计划”180人、留学人才上市公司6家。

(张海军来源:厦门晚报)



厦门万象城三年来引进的福建及以上首店超过54家

城市商业发展能级,打造时尚购物新高地,带动消费扩容提质,全面激发市场活力。据福

建首店发展报告不完全统计,三年来,厦门共吸引234家福建及以上首店,居全省第一。

独特的眼球艺术装置眨眼迎客、神秘的“ACCELATOR”(意识处理器)解构空间与美学……沿着禾祥东路走向厦门万象城西区,巨幅品牌封面和新奇抽象装置吸引众多年轻人前来打卡。这里是今年4月首进福建,在全球时尚圈备受青睐的亚洲品牌GENTLE MONSTER厦门旗舰店,吸引人们的不单是店里的名品眼镜,还有超过800平方米的“解构主义”美学装置空间的新奇陈列。

沿着万象城西区漫步,继续感受首店带来的活力——国际时尚和奢侈品集团OTB旗下三大奢侈品牌Jil Sander

(吉尔桑德)、Maison Margiela(梅森·马吉拉)、Marni(曼黎怡)闪亮的福建首店依次排开;首进福建的BREITLING(百年灵)、Alexander Wang(亚历山大王)人来客往;双层的LOUIS VUITTON(路易威登)将于12月21日精彩绽放……

厦门万象城鳞次栉比的各级首店,是厦门做强做优“首店经济”的一个缩影。近年来,紧扣培育创建国际消费中心城市的题眼,厦门不断释放加码“首店经济”的强烈信号,通过培育消费新业态,发力“首店经济”,多维度提升

首店汇聚

知名品牌偏爱在鹭岛首秀

12月1日,在第二届福品博览会上,福建省批发零售行业协会等发布了福建首店发展报告及百个首店名单(2020-2023),在“百个福建首店”名单中,厦门市共有46个福建首店品牌上榜,代表性福建首店数量居全省第一。

建及以上首店445家,占比94.88%——其中,厦门市吸引234家福建及以上首店,数量居全省第一;福州市吸引211家福建及以上首店,数量居全省第二;泉州、漳州等城市也成为吸引首店的新秀。

具有代表性的“百个福建首店”有怎样的特点?相关部门分析发现,这些首店业态主要集中在零售和餐饮两个领域,占比82.2%,其中,福州近一半

首店属于餐饮业态,厦门的首店则主要集中在零售业态,占比51.2%。厦门的46个“百个福建首店”中,零售业态有31家,餐饮业态10家,从国内、国际品牌分布来看,国际知名品牌约占2/3。

仅2022年到今年第三季度,厦门就开出各级首店超过200家——这些首店主要聚焦于服饰、餐饮、美妆、汽车、珠宝、钟表、家居、娱乐、个人护理、文化等领域,品牌整体呈现国际化、年轻化趋势。

引进的品牌方面,除了知

名的服饰品牌,还包括Helena Rubinstein(赫莲娜)、Diptyque(蒂普提克)、Tom Ford(汤姆福特)、La prairie(莱珀妮)、Nars(纳斯)、DECORTE(黛珂)等福建省首家美妆精品店;瑞幸咖啡全球首家旗舰店、茅台冰淇淋、Lavazza、M STAND、MANNER、茉莉奶白、乐乐茶、纳摩可可、茶武纪等知名茶饮品牌福建首店;餐饮方面则有首进福建的传位堂、蔡澜港式点心、总重庆火锅店、藏山越、泸溪河及即将开业的莲香楼等。

双向奔赴

耀眼品牌邂逅魅力城市

栽下梧桐树,引得凤凰来,闪亮的品牌与活力的城市,是一场双向奔赴的美丽邂逅,品牌首店,特别是国际一线知名品牌的落地和拓店,往往对区域有严格的标准、严苛的指标。

具有全球影响力的世界著名连锁便利店品牌LAWSON(罗森)从厦门抢滩福建,辐射漳泉;超7000平方米的高端亲子乐园奈尔宝福建首店落户厦门海上世界;smart CITY PLUS计划中首批落地的线下销售服务网点smart汽车首进福建,在厦门中华城开展展厅;福建首家1000平方米以上华为智能生活馆在厦门SM三期盛大开业……

2022年以来,厦门“首店矩阵”拓新步履铿锵,群星闪耀——高层次、高能级的“首店

矩阵”,让更多国内国际目光聚焦厦门。根据联商网发布的数据,2022年,厦门引进全国首店5家,与重庆并列全国第十一,居全省第一,众多知名品牌偏爱鹭岛并非偶然,这是厦门多措并举推动首店落户的成果。

2022年,厦门市发布了《厦门市培育创建国际消费中心城市行动方案》,提出聚焦国际紧俏消费,大力发展“首店经济”;与此同时,集美中央活力区(CAZ)也将支持首店经济、品牌经济作为活力区的重要工作,有序推进。

根据厦门市2022年国民经济和社会发展统计公报,去

年,社会消费品零售总额增长3.1%,高于全国3.3个百分点,新能源汽车零售额增长52.1%。综合各地统计部门数据,厦门2022年人均消费支出43970元,跻身2022年中国人均消费支出10强城市榜单的第五名,是福建省唯一上榜城市。仅次于杭州(46640元)、上海(46045元)、深圳(44793元)、广州(44036元)。

鼓励全球性、国际化高端知名商业品牌入驻厦门,来厦设立品牌首店、旗舰店、体验店,鼓励在厦首发新品,提升消费市场高端供给能力,这是一场城市商业与品牌的“双向奔赴”。

蓄力赋能

持续激活首店经济活力

厦门中山路入选“全国示范步行街”、厦门城市更新的持续推进、厦门跨岛发展战略的进一步落实……近年来,厦门一批全新的商业体以及大量城市更新项目纷纷亮相,成为首店优选的落地点。

地理位置看,首店在思明区、湖里区、集美区、海沧区、同安区、翔安区均有分布,主要聚集在思明区、湖里区、集美区,这三个区也是厦门市主要商业综合体较为集中的区域。同安爱琴海购物中心、杏北万达广场、厦门大悦城等项目也正紧锣密鼓序时推进,预计将有更多区域首店入驻,为活跃商业氛围增色添彩——有消息称,同安爱琴海购物中心计划于2024年开业,包括NBA HOOP PARK福建首店、新书屋福建首店

等品牌店已签约入驻。

引进一家首店,可能带来一个产业的集聚,一个区域矩阵的亮点。数据显示,厦门万象城、厦门宝龙一城、厦门中华城、厦门SM城市广场、海上世界购物中心等主要购物中心仍为吸引首店落户的主要商场。厦门万象城三年来引进的福建及以上首店超过54家——2022年,号称“首店收割机”的厦门万象城汇集国际奢侈品46家,其中,首进厦门的品牌占比达到了45%,首店新店百花齐放,业态品牌提档升级,活力带来了客流也带动了效益。

经过三年的精雕细琢,中

山路正式入选“全国示范步行街”,首店新活力的注入让百年老街焕发新生——上个月,网红520维品食尚美食街区、福建首家茉莉奶白、福建首家极越汽车、福建首家The Green Party(绿光派对)黑金店等相继开业。三年来,世界知名便利店品牌“7-ELEVEN”厦门首店、意大利知名咖啡品牌Lavazza厦门首店、瑞幸咖啡第10000家门店、省内最大安踏(ANTA)-FILA(斐乐)旗舰店、暴龙眼视光体验旗舰店等相继在中山路开业,中山路知名品牌的旗舰店、城市首店、总店约40家。

(沈彦彦来源:厦门日报)