

西安织密西北消费新图景



今年夏日，西安商圈客流涌动，首店、首发持续出圈。依托消费“三新”试点政策，首店经济提质扩容，重塑西北消费格局。

本报综合报道 2026年上半年，西安街头商圈随处可见排队打卡的消费者，新式茶饮、国际雨靴品牌、城墙限定特调接连掀起消费热潮。赢商大数据监测显示，上半年西安落地品质首店124家，同比上涨12.7%；各类品牌首发活动举办147场，同比大幅增长167.3%。

过去，西安首店经济几乎被网红餐饮包揽，如今零售与餐饮业态平分秋色，全国级、西北区域高端品牌持续加码，叠加主题快闪、公园奥莱、老厂房改造街区等多元创新模式，依托全国首批消费“三新”试点城市政策红利，这座西北枢纽城市正在跳出单一“开新店”的浅层竞争，走出一条重品质、造场景、挖本土文化的特色消费路径。

首店业态与品牌层级同步提档

长久以来，消费者提起首店，最先想到的都是新式奶茶、特色火锅这类餐饮门店，餐饮品类长期占据首店市场主导地位，而今年上半年的数据彻底扭转了这一局面。在全市新增的124家首店里，零售、餐饮品类各有55家，两类业态占比均为44.4%，体量完全持平。反观去年同期，餐饮首店63家、零售首店仅36家，零售品类首店数量同比大涨52.8%，服饰、运动装备、美妆配饰等更注重线下沉浸式挑选的零售门店集中进驻。业内人士打了个比方：“以前商业只想着让市民多吃两口，现在更愿意引导商家多逛两圈，比拼的是留住消费者的驻留时长。”

不止业态结构更加均衡，落地品牌的整体能级也实现跨越式提升。上半年全国首店、区域首店合计70家，占到全部首店总数的56.5%。其中全国首店从去年同期1家增长至4家，同比增幅达到300%；覆盖西北市场的区域首店落地66家，同比上涨40.4%；仅服务西安本地的城市首店仅有44家，同比下滑24.1%。Alexander Wang、Golden Goose等国际轻奢品牌、Nike Rise 1200概念店、华为地标级智能生活馆相继落地，新增A级品牌16家，同比提升45.5%；新增B级品牌34家，同比暴增161.5%，两类高端品牌加起来，占当期首店总量四成以上。品牌方早已不把西安当作单纯的门店落位城市，而是将其视作打开整个西北消费市场的关键支点。

深挖本土特色打造城市限定产品，是西安首店独有的流量密码。西南茶饮品牌“去茶山”西北首店推出融合洛川苹果的专属饮品，开业当天卖出4500余杯，单日业绩直接冲到品牌全国新店前列；SKP内星巴克西北首家现烤烘焙店，结合城墙文化打造“永宁碧澜”特调；英国百年雨靴品牌HUNTER，更是在西安门店打造独特的英

伦自然主题打卡空间。依靠本地物产、长安历史符号打造差异化稀缺内容，让西安首店拥有其他城市难以复制的竞争力。

多区域分流首店走出差异化路径

从行政区分布来看，雁塔区凭借成熟的商业配套拿下42家新增首店，稳居全市首位，曲江新区以37家紧随其后，两大热门城区合计吸纳全市63.7%的首店资源，其中曲江新区商业发展势头迅猛，半年首店数量同比增幅高达60.9%。值得一提的是，全国级重磅首店不再扎堆核心两区，布局走向均衡分散：京润珍珠主题博物馆落址碑林，极石汽车体验中心进驻新城，Japara旗舰店开在莲湖，新罗汇纹落地雁塔，各大城区的商业价值，都获得了头部品牌的认可，城市商业发展的均衡度持续提升。

大型购物中心依旧是承接首店的核心载体，虹吸效应十分突出。全市仅有8家购物中心半年新增首店超过5家，不足商业项目总量两成，却吸纳了绝大多数优质首店资源。西安万象城以20家首店领跑全市，老城根Gpark、大悦城分别落地9家、8家首店，排名前四位商业项目合计引入54家首店，占到全市总量四成以上。

各家头部商场找准自身定位，走出差异化路线：万象城深耕重奢赛道，集中引入American Vintage、MARELLA、HUNTER等西北首店；老城根Gpark主攻旗舰概念店，落地华为地标生活馆、三叶草顶级旗舰店等创新门店，同步配套13场首发快闪活动；曲江大悦城与万象城合计贡献28家首店，占据曲江新区首店总量75.7%；大融城、MOMOPARK、大明宫万达各新增4家首店，多中心商业格局逐步成型。

城北经开区同样抓住首店风口，成为北部区域消费增长新支点。上半年经开区累计引进西安首店、城北专属形象店20余家，熙地港、首创未央里、未央国际等多个综合体同步上新，甌冉壮乡特色餐饮、山城老泡鲜串串、朱炳仁非遗铜艺、moodytiger运动童装等多元品牌接连开业。该区从手动办理、商圈联动推广到消费券精准投放搭建完整扶持体系，吸引品牌持续进驻。

新旧商业载体激活消费潜力

如果说首店是吸引市民走进商场的招牌，各式各样的首发活动，就是拉长消费时长、带动社交传播的舞台。2026年上半年全市累计举办147场首发活动，平均每个工作日都有特色商业活动上演，其中全国首发17场、区域首发28场，高能级首发活动合计45场。

活动类型划分清晰，展览展销类占绝对主力，全年落地102场快闪店、主题展览

与限时市集；演出演艺类活动34场，同比增幅高达240%，音乐节、livehouse让商场变身年轻人夜间休闲新据点。各大商圈打造专属活动矩阵，大悦城全年落地22场首发活动，F1赛车、游戏IP、国风主题快闪轮番吸引年轻人打卡；老城根Gpark落地美院毕业展、游戏联名市集；万象城跨界杂志打造商场“落日酒场”，搭建全新社交消费场景。

门店形态也跳出传统标准铺面框架，创新非标首店迎来爆发，上半年落地23家，占全部首店总量18.5%。如今的商业空间早已不只是购物场所，京润珍珠打造博物馆式门店，李宁开设特色龙店，巴拉巴拉落地户外专门店，甚至出现半奈次元偶像咖啡这类跨界概念店，可逛、可玩、适合拍照分享的体验感，已经超越单纯的商品交易，成为商场竞争核心。

西安还跳出首店、首展的固有框架，开辟“首赛”全新赛道，今年4月西安音乐厅举办奥莱烘焙大赛，仅5元报名费便引发全网热议，吸引1400名从未走进剧院的市民到场，打通餐饮、文旅、购物整条消费链条。

资本市场同样释放积极信号，6月，国泰海通砂之船商业REIT在上交所上市，成为西北首单商业奥莱公募不动产项目，14.13万平方米艺术奥莱综合体打通线上线下数字化零售闭环；苹果西安分公司完成注册，西北首家Apple Store进入筹备阶段，同步动工的小雁塔西安太古里，市场预期或将落地第二家苹果直营店，持续夯实西北高端数码消费核心地位。

新增商业版图持续扩张的同时，老旧存量空间改造同样交出亮眼答卷。建国门老菜场改造自平级厂旧建筑群，保留市井烟火气的同时植入咖啡、展览、民宿；原太阳锅巴厂改造的量子晨保留标志性水塔，定期举办青年潮流市集；解放路民生百货引入京东奥莱，通过楼层改造、商改办盘活闲置楼宇，使得出租率突破八成，整个解放路片区累计盘活71.4万平方米闲置空间，入驻企业超过200家。

排队两小时买一杯城市限定、跨城打卡一场快闪、因为一场毕业展而走进商场——这些细碎又热烈的瞬间，缝制着城市新的商业名片。曾经用兵马俑和城墙讲述千年故事的西安，如今延伸出以新潮首店、特色场景、创新商业玩法的新叙事方式，继续讲述西安的新故事。



区域经济观察

视点

2026 西安马拉松赛报名启动

共赴十月长安秋日赛道，以奔跑邂逅世界人文之都的魅力。近日，2026度小满西安马拉松赛赛事发布会在大明宫国家遗址公园举行。作为西安“十五五”开局之年的核心城市体育IP，本届赛事聚焦全民健身战略落地，深耕文旅商融合发展，以全新的赛事配置、暖心的服务升级和浓厚的文化氛围，向广大跑者发出秋日长安之约。

赛事将于10月18日鸣枪起跑，报名通道已于8月4日11时全面开启。

总参赛规模达36000人

创办于2017年的西安马拉松赛，不仅点燃了城市运动热情，更是一张亮丽的城市名片。本届赛事由陕西省体育局、西安市人民政府主办，多部门联合承办，拟由中国田径协会、陕西省田径协会提供技术认证，赛事专业性、规范性、权威性再度升级。

本届赛事以“历‘九’弥新·情满长安”为主题，总参赛规模达36000人，设置马拉松、半程马拉松两个项目，其中马拉松项目名额24000个，半程马拉松项目名额12000个。

赛事赛道延续经典路线，起点设于西安标志性地标永宁门南广场东侧盘道，马拉松项目终点为西安奥体中心体育场，半程马拉

松项目终点设于西安国际会展中心。

整条赛道串联大明城墙、钟楼、大明宫国家遗址公园、浐灞河生态绿廊、国际会展中心、奥体中心等城市地标，让参赛选手奔跑在千年历史文脉与现代都市风光之间，沉浸式感受千年古都深厚的人文底蕴与国家中心城市的蓬勃活力。

报名机制优化升级

本届赛事的一大亮点是报名机制优化升级。赛事报名通道于8月4日11时正式开启，8月20日17时截止。赛事延续“先报名、后抽签加候补”的规则，8月31日起可查询抽签结果。

为切实提升大众跑者中签率，本届赛事取消大众选手成绩直通，专门为2023年至2025年连续三届报名西马全程、半程未获得参赛资格的忠实跑者设立单独抽签池，以暖心机制回馈坚守赛道的跑友。

赛事体验方面，本届西马对标国内顶级赛事标准，全方位优化竞赛体验与服务体系。赛事首次采用“三枪起跑”分区发令模式，有效缓解起跑拥挤问题，保障赛道通行有序，大幅提升参赛体验。同时，赛事新增破赛会纪录专项奖励，兼顾大众参赛体

验与专业竞技水准，助力精英选手突破极限、绽放风采。

设置40余个主题文化加油站

本届赛事将深耕千年古都文化特色，打造沉浸式文化赛事新场景。赛前推出主题定妆照拍摄、唐装汉服迎宾团等特色领物互动环节；赛事当天，赛道沿线设置40余个主题文化加油站，轮番上演秦腔、传统鼓乐、汉唐古风舞蹈等非遗表演，让西马赛道成为展示城市风采的移动窗口。同时，赛事联合博物馆与本土文创品牌，推出多款特色官方文创产品，让跑者与市民留存专属西马记忆。

另外，本届赛事也将积极响应国家“推动商旅文体健融合发展”战略部署，持续深化体育赛事“进景区、进街区、进商圈”活动，以“赛事+”模式拓展消费场景、延伸消费链条。赛事期间，西安将同步举办第三届小满西安体育消费嘉年华暨第四届西部消费精品博览会、度小满市集等系列活动，联动全市景区、餐饮、住宿、商圈推出专属惠民福利与消费权益，为广大跑友提供更加丰富的参赛体验，也为合作企业提供更多展示平台。

闫 斌

首趟陕煤入苏 铁水联运“一单制”煤炭专列开行

8月5日，满载3000余吨煤炭的24211次货运列车从中国铁路西安局集团有限公司（以下简称西安铁路局）中鸡站缓缓驶出，一路南下开往江苏杨屯站，随后经徐州港转由水路运输，最终抵达邳州港。这是首趟陕西开往江苏的铁水联运“一单制”煤炭专列，也是继“陕煤入赣”之后，西安铁路局开辟的第二条煤炭铁水联运“一单制”运输通道，进一步缓解了陕西煤炭东出瓦日线的运输压力，探索出西北内陆货物快速通江达海运输新模式，为我国北煤南运再添高效快捷的物流新通道。

此次专列采用35吨铁路敞顶箱装运，自陕西中鸡车站启程，经铁路干线直达徐州港，再通过京杭大运河运抵邳州港，最终配送至下游钢厂。该项目由西安铁路局联合江苏徐州港务集团、上海中谷物流共同打造，依托铁路95306网站和海运订舱系统实现全程数字化运营。

与传统模式下铁路与水运分别办理、分开核算的方式不同，铁水联运“一单制”采取“一次委托、一单到底、一箱直达、一次结算”的无缝联运模式，客户仅需一次委托即可获得“铁路+水运”全链条的“一站式”物流方案，大幅简化了业务办理流程，有效减少了客户多头对接和重复结算的环节，让全程运输费用更加清晰透明。此外，集装箱到站后直接下水，省去二次装卸损耗，大幅压缩在港停留时间；一次结算则让客户无需分头垫付铁路和水运两笔费用；全程信息均可通过铁路95306网站实时追踪，实现了“在途可视、可控、可查”。

在货源组织和运输衔接方面，西安铁路物流中心大保当营业部发挥了核心前端作用。“我们主动对接矿区，统筹空箱调配、装车挂运等环节，严格落实装车前检查、装车过程监控和装车后复检制度，安排专人全程跟踪列车运行及到港转水情况，确保煤炭从集运站

装车到港口换装、水路续接全过程衔接安全顺畅。”大保当营业部党支部书记振东介绍。

徐州港地处京杭运河与陇海铁路交汇处，是“北煤南运”的重要枢纽，邳州港作为其核心港区之一，承担着煤炭中转的关键任务。此次“陕煤入苏”新通道的成功贯通，充分发挥了铁路运输运量大、安全性高和水路运输覆盖面广、综合成本低的组合优势，为后续大宗物资通过“一单制”方式规模化外运积累了宝贵经验，也为陕北煤炭南下江苏开辟了新的战略通道。

今年以来，西安铁路局加快现代物流体系建设，推动铁公、铁水联运深度融合，搭建集约高效、衔接顺畅的现代化综合物流网络。截至目前，西安铁路局已累计在95306平台发布航运企业水运产品53个，发运铁水联运“一单制”货物3516标箱，同比增加3406标箱。“大保当—九江港—樟树港”“西安国际港—武汉港—太仓港”两条线路已纳入国铁集团铁水联运示范线路。

“下一步，我们将持续深化与徐州港、梁山港、上海泛亚、安通物流等港航企业合作，进一步拓展铁水联运线路，丰富‘一单制’货物品类，推动降低全社会物流成本，保障国家能源安全与产业供应链稳定。”西安铁路局物流事业部多式联运科科长孙曼表示。

周生来



资讯

陕西出台《工作指引》 推动新场景培育开放和大规模应用

为推动落实《陕西省加快场景培育和开放推动新场景大规模应用实施方案》，陕西省发展改革委近日印发《关于推动全省场景培育开放和大规模应用的工作指引（试行）》（以下简称《工作指引》），为各地各部门做好场景培育开放和大规模应用各项工作提供操作指南。

根据《工作指引》，场景是用于系统性验证新技术、新产品、新业态产业化应用以及配套基础设施、商业模式、制度政策的具体情境，本质是以新技术的创造性应用为导向，以供需求联动为路径，推动新技术新产品大规模产业化应用，主要分为高价值小切口场景、行业领域集成式场景和综合性重大场景三类。

《工作指引》明确，陕西省将按照“场景机会清单”“场景能力清单”两张清单和场景建设项目，组织推进创新应用场景建设工作。场景机会清单是指政府部门、国有企业事业单位、民营企业等围绕推动产业转型、促进行业发展、解决民生痛点等提出的对新技术、新产品、新方案合作需求集合；场景能力清单是企业、高校院所、科研机构等技术供给方创造性运用新技术、新产品，解决实际问题所形成场景技术解决方案的集合。

省级有关部门和各市（区）审核筛选出具有代表性、创新性、典型性的“两张清单”，通过各自官方渠道、行业会议或专项活动予以发布、对接。对正在实施或年度内拟开工建设的市场潜力大、技术含量高、有一定投资规模的优质项目，纳入省级场景创新项目储备。同时，定期征集全省示范场景，组织开展示范场景调研、遴选与推荐工作，年度遴选支持一批省级示范场景项目。

据了解，陕西省发展改革委将积极统筹协调，推动各地方政府、行业主管部门、企业主体、科研院所、投资机构积极参与，加快形成多元协同、齐抓共管的工作格局。

李欣怡

上半年陕西规上工业运行平稳

近日，据陕西省统计局消息，今年上半年，全省规模以上工业承压增长、平稳运行，6月份规模以上工业增加值同比增长3.3%，上半年同比增长4.9%。

省统计局工业统计处处长潘英杰表示，今年以来，全省上下完整准确全面贯彻新发展理念，聚力推动工业经济提质增效，采矿业快速增长，制造业增速加快，装备制造业发展向好，工业出口稳定增长。

上半年，采矿业增加值同比增长9.1%，高于全省规上工业平均水平4.2个百分点，高于全国采矿业平均水平5.5个百分点，拉动全省规上工业增长4.4个百分点。从重点行业看，煤炭开采和洗选业增加值同比增长11.1%，石油和天然气开采业增加值同比增长8.3%。

上半年，制造业增加值同比增长0.9%，拉动全省规上工业增长0.4个百分点。从重点行业看，汽车制造业增加值同比增长2.9%；石油、煤炭及其他燃料加工业增加值同比增长0.3%，由负转正，提升0.7个百分点；化学原料和化学制品制造业增加值同比增长9.4%。

上半年，电力、热力、燃气及水生产和供应业增加值同比增长1.2%。分行业看，电力、热力生产和供应业增加值同比增长0.2%，燃气生产和供应业增加值同比增长8.1%。

上半年，规上装备制造业增加值同比增长2%。装备制造业8个行业增加值实现了“五增三降”，其中，铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业增加值同比增长17.2%，通用设备制造业增加值同比增长8.5%，金属制品业增加值同比增长6.5%，电气机械和器材制造业增加值同比增长3.9%。高技术制造业6个行业增加值实现了“四增二降”，其中，航空航天器及设备制造业增加值同比增长21.1%，信息化学品制造业增加值同比增长16.8%，计算机及办公设备制造业增加值同比增长3.9%，医药制造业增加值同比增长1.1%。

上半年，全省规上工业企业实现出口交货值1004.8亿元，同比增长11.9%。其中，装备制造业出口交货值947.4亿元，同比增长12%。从装备制造重点行业看，汽车制造业出口交货值383.5亿元，同比增长1.7%；计算机、通信和其他电子设备制造业332.4亿元，同比增长3%；电气机械和器材制造业180.3亿元，同比增长78.9%。

苏 怡