

今年,50余家知名品牌第一家店“落户”,吸引众多市民前往“打卡”

首店经济催生南通消费新风口



“A03、A03,辛苦等位了,请您用餐啦!”8日,记者来到万象城二楼的洪禧楼,虽然是工作日,但刚到12点,门前已经排起了长队,店内座无虚席。洪禧楼南通首店11月开业以来,市民“打卡”、大排长龙等位尝鲜的照片,多次刷爆朋友圈。

今年,50余家知名品牌首店已“落户”南通。这背后,是一座城市消费活力的体现,是市民消费模式与生活方式的转变,更是商家、企业对于南通市场潜力、营商环境的挖掘和肯定。



流量变留量 引领市民消费新时尚

“首店”对于一座城市消费市场的带动不言而喻。

所谓“首店”,是指在行业内具有代表性的品牌或新潮品牌,在某一区域开的第一家店,也可以是传统老店通过创新经营业态和模式推出的新店。自2018年上海在国内首次提出“首店经济”概念以来,上海、北京和成都等多个城市都在大力推动其发展。作为上海大都市圈核心成员的南通也紧随其后,大力推动首店经济,为市民“解锁”更多品质消费新体验。

11月底,南通万象城通过官方公众号发布,上海排队王西塔老太太泥炉烤肉、全球咖啡连锁品牌Tims、重庆火锅热榜NO.1朱光玉火锅馆、新式轻食西餐GFGD、TV名表集合店等11家品牌首店预计将于今年年底至明年年初,密集上线,涵盖高端腕表、咖啡、多国料理等众多品类,引领南通新一轮的消费与时尚潮流。

“在2018年开业的时候,我们就引入了多家首店,包括盒马鲜生、冠军冰场等等,带来了非常可观的收益和客流。”万象城招商负责人杨先生向记者介绍,为提升消费活力,商场在做好市场调研的基础上,不断提升运营能力和基础条件,吸引不同业态的首店进驻。“今年新开的KUMO KUMO首店,我们前期就进行了多轮考察,开业之后生意火爆,格外受年轻消费者的青睐。”

眼下,南大街传统商圈、市北区域性服务商圈、商务区-紫琅湖活力商圈等重点消费力商圈都在积极布局南通首店,包括文峰大世界、八佰伴、龙信广场等在内的商场和街区陆续引进国际化妆品品牌、人气餐饮、精品酒店等多业态品牌首店,全方位满足消费客群的多样化、多层次需求,不断释放消费新活力。

吸金又吸睛 点燃老城商圈新引擎

上周末,记者来到南通文峰大世界,MAC、YSL等化妆品牌柜台前不少年轻女孩结伴挑选着自己心仪的产品。“我是MAC家铁粉,超级喜欢它家的定位和风格。但是之前不少美妆产品只能在官网购买,不能试色。”市民曹小姐一边向记者展示她的VIP积分一边介绍,“自从文峰开了MAC在南通的第一家店,我就经常来逛,已经消费了快3000多元了!”

如今,首店也逐渐成为老牌商圈提档升级、焕发新活力的重要抓手之一。自2021年起,LAMER、HR、YSL、MAC、悦木之源等众多国际高端化妆品品牌入驻文峰大世界,均为南通首店。这些品牌的入驻,带来了各类国际前沿的轻奢名品,打造着时尚潮人的聚集地,让通城的年轻人不必再海淘或网购,家门口就能买到心仪的化妆品。文峰大世界一方面完成自身形象的提档升级,另一方面也实现了业绩方面的新突破。

“这些高化品牌都很符合年轻女孩的审美。未来消费客群主要是年轻人,为了吸引更多的90后、00后顾客,我们特别重视引进年轻客群喜爱的品牌,比如YSL、MAC还有一些服装潮牌。”文峰百货负责人秦总介绍,这些新入驻品牌销售业绩远超预期,南通市民展现出的消费实力,出乎品牌方的预料,将不少原先外流向周边大中城市的客流拉回了南通。

作为南通本土传统商圈,南大街商圈提前布局首店经济,始终以营造高端消费氛围、丰富商圈品牌矩阵为发力点,为老城区的消费焕新活力,牢牢锁定了一批忠实的客户群体。眼下,该商圈也正吸引更多国内外大品牌入驻,满足消费者的购物需求。

开张就火爆 展现城市发展新活力

开业即热卖,这样的“火爆”场景在南通并不陌生。

宜家家居2017年开业,至今人气不减,即使是在工作日,也依旧人头攒动;世界500强沃尔玛旗下的高端会员制商店山姆2018年进驻南通,常变常新、活力不减,为通城市民提供了更加国际化的购物体验;全球连锁便利店头部品牌罗森2020年入通,五店同开,给市民提供更为便捷的选择……

如今,各式各样的品牌首店不断向南通集聚,已成为引领城市新消费趋势的“风向标”。记者从市商务局获悉,崇川区、开发区、通州区今年年底至明年上半年待开首店已达30多家,首店业态逐渐从零售、餐饮延伸至艺术人文、体育等领域。“推动知名品牌首店落地,一方面能够很好地满足市民对品质化、便利化生活的消费需求;另一方面,在提高城市能级、推动强商圈建设、打造新消费中心城市等方面具有重要支撑作用。”市商务局相关负责人表示。

为充分挖掘消费潜力、激发市场活力,我市深入推进“四大商圈、两大集群”“通城活力新中心”等建设,加快打造多个特色鲜明、布局合理的城市商业集聚区,以更优质的载体引凤栖梧,并拿出“真金白银”招引品牌首店落地。

今年新出台的《关于建设“四大商圈、两大集群”的实施方案》等相关部门意见,明确提出要积极引进国际国内高端品牌、大型零售品牌及一线时尚潮流品牌入驻,大力发展“首店经济”。对于国际、国内知名品牌企业开设南通首店,落户开业当年给予单个首店最高150万元奖励,此后三年内根据销售额增加情况,可以再给予最高1000万元奖励。

本报见习记者吕雪琦
本报记者夏照粉 俞慧娟

苏锡通园区推出 全新露营产品组合

晚报讯 冬日的苏锡通园区薄雾笼罩,层林尽染。昨天,来自全市的近40辆房车共同相聚苏锡通园区,一季一路一景,饱览园区的生态风光,享受房车旅游带来的惬意。

本次活动由园区党政办公室、威达江苏新能源汽车有限公司和江海房车俱乐部联合主办,线路途经长江生态公园、中奥生态园等景观带,全长约30公里。沿途景点“连珠串线”,以园区中奥生态园为核心,沿江景观带环绕其中,展现出中新奥三国合作开发、共同建设的优良成果,是“苏锡通·舒心游”精品旅游线路之一,也是体验园区自然风光、自驾旅游以及生态旅游的理想之地。

记者从苏锡通园区管委会获悉,为顺应房车露营成为新的游玩热点这一新市场趋势,苏锡通园区正在探索全域旅游新方向,积极规划两处房车营地,建设主题鲜明、布局丰富的露营产品组合,日益完善配套设施,力争为游客提供更优质的出游体验。

记者吴霄云

如皋明年1月投用 3107个智能化停车位

晚报讯 9日,记者从如皋市智慧停车二期新闻发布会上获悉,智慧停车二期项目作为该市2022年为民办实事项目之一,目前已基本建设完成,3107个智能化停车位将于明年1月5日正式投用。

与智慧停车一期相比,二期项目智能化水平更高,服务功能更优。比如,21条道路全部使用“物联网+移动互联网+数据分析”的高位视频模式;开启无人收费管理模式,在原有的微信、支付宝两种支付方式的基础上,增加ETC支付,给市民提供“无感支付”和“通行后付费”的停车体验;在奥体东侧停车场、外国语停车场部署公共新能源汽车充电站,安装超级快充充电桩2个、快速充电桩14个;在微信公众号、微信小程序和App原有功能基础上,增加共享单车、实时公交模块,实现停车+公共出行的无缝衔接。除此之外,还增加了停车场预约、车位标记、订单进场照片查看、电子发票开具等功能模块,更好地为市民提供服务。

学校附近停车场是否有优惠政策?如皋市交通产业集团党委副书记、总经理许宁表示,在放学时间段,免费停车服务将从半小时延长至一小时。后期则将根据如皋市道路临时停车泊位收费的现状,结合广大市民反馈意见,调整各路段收费标准。记者陈嘉仪 通讯员李琪