

牛！这些首店卖到全球第一全国第一 香！热门餐饮店排队百桌以上是常态

全市62家重点商贸企业实现销售额约17.40亿元，同比增长7.27%

本报记者 郑微 刘淑婷

云龙湖畔人流如织，彭城七里古风新韵，餐饮店门前排起长队，商圈停车场里鲁、豫、皖车牌随处可见……2025年国庆中秋假期，徐州消费市场持续升温，全市开展各类促消费活动317场，政银企联动投入资金近9000万元，超千家商户参与。

据市商务局监测数据显示，全市62家重点商贸企业实现销售额约17.40亿元，同比增长7.27%。主城区22家重点商贸零售企业表现亮眼，实现销售额5.88亿元，同比增长9.85%；日均客流量87.20万人次，同比增长10.26%。以多元消费场景与强劲市场韧性，交出了一份亮眼的假日消费答卷。

新地标聚人气 热点消费“燃”动全城

双节期间，徐州消费市场新地标表现抢眼。彭城七里项目以焕然一新新面貌和沉浸式互动体验，吸引了众多游客前来打卡。

首店经济的加持，让这片新地标更具吸引力。假期期间，好利来、达美乐等知名品牌徐州首店相继开业，凭借品牌影响力与徐州消费市场的旺盛需求，创下亮眼业绩，两店开业首日销售额均创系统内门店新高。好利来徐州区域负责人介绍：“我们自9月30日开业，连续3天创下全国门店同期新纪录，‘全国第一’的销售佳绩完全超出预期。徐州对首店经济的政策支持和浓厚商业氛围，让我们对后续发展充满信心。”而10月1日开业的达美乐披萨，首日销售额68万元，创下“全球第一”的单日销售新纪录。整个假期，达美乐比萨累计销售4.5万份，好利来半熟芝士卖出3.4万份。

首店效应持续外溢，带动周边业态同步升温。彭城七里沿线的小康人家、什一等本土餐饮品牌借势发力，推出融合传统与创新的特色菜品，迎来客流高峰，营业额日均增长超200%。

除了商业新地标，赛事与节庆热点同样激活消费潜力。我市重点商贸企业紧扣“苏超”主场赛事与中秋团圆主题，推出“看球赛享折扣”“中秋团圆礼特惠”等特色活动。数据显示，“苏超”主场当日及中秋当天，22家重点商贸企业销售额同比分别增长9.06%、9.43%，接近两位数增长，彰显热点IP对消费的拉动作用。

作为区域商业重镇，徐州主城消费格局正加速从“一枝独秀”向“多点开花”转变。中心商圈依旧保持核心地位，监测企业数据占全市监测数据48.10%。其中9家企业实现销售额2.83亿元，同比增长1.11%，日均客流量46.92万人次，同比增长10.09%。

值得关注的是，其他商圈承接中心商圈外流消费快速发展。西部商圈（金鹰人民广场店、杉杉奥特莱斯等）实现销售额9427.75万元，同比增长22.86%；东部商圈（云龙万达、月星环球港、宜家等）销售额12516.32万元，同比增长13.48%；南部商圈（三胞广场、铜山万达、金桥超市等）销售额4517.29万元，同比增长16.57%。三大商圈合计销售额26461.36万元，同比增长17.20%，占比45%，较去年同期提升1个百分点，区域消费均衡发展态势愈发明显。

外来消费的持续扩容，成为市场增长的重要驱动力。

政策杠杆精准发力，成为徐州假日消费市场蓬勃发展的关键引擎。

为激活假日消费，徐州构建“市县（区）联动、政企协同”的促消费格局。全市聚焦焕新消费、节庆消费、餐饮消费、品质消费等领域，开展汽车消费补贴、十一车展、成品油有奖发票等重点活动十余场。其中，2025徐州十一车展吸引近60家车企、40余个品牌、200余款热门车型参展，为徐州及周边消费者打造了一站式赏车、购车、玩车平台。

结合“淮海新消费·金秋惠购”秋季主题，各县（市、区）因地制宜推出“月满华诞，‘购’享云

商圈消费多点开花 内外客流“旺”市场

徐州各大商圈凭借多元业态与特色服务，持续增强对周边区域消费者的辐射力。其中，苏宁广场、杉杉奥特莱斯表现突出，假期第四日、第五日外来消费占比均达峰值，分别为63%、61%，整个假期综合外来消费占比均为53%。“我们打造了屋顶花园等沉浸式、体验感的商业空间，结合‘名品+折扣’的核心优势，为消费者提供一站式商业消费新场景。”杉杉奥特莱斯相关负责人表示，节假日外来消费占比持续突破50%，印证了徐州作为区域消费中心的吸引力。

此外，金鹰国际、云龙万达、月星环球港、铜山万达等商贸企业外来消费占比分别为41%、21%、37%、22%，多元商圈共同构建起对外消费引力场，也为假期消费增长注入了新型驱动力。

政企强联动 精准发力促消费

龙”“活力充沛，双节同庆”“畅游新沂·乐购十一”等20余场特色主题活动。其中，徐州经开区、沛县分别发放50万元、60万元消费券，直接让利消费者。

镇街层面的消费活动也同样精彩纷呈。铜山街道的“娇山湖国潮市集”上，汉服巡游、非遗手作体验吸引了大量年轻消费者；汉王镇的“拔剑泉非遗新市集”里，手工泥塑等特色产品销量可观。据统计，假期期间全市镇街层面开展各类消费活动近百场，形成“市级有亮点、县区有特色、镇街有氛围”的立体化促消费网络。

市商务局相关负责人表示，政企联动的促消费模式既精准对接了消费者需求，又为商家带来了实实在在的客流增长，下一步将持续优化活动形式，让政策红利更好惠及经营主体与广大市民。

美食为媒 徐州味道引爆餐饮消费

10月4日傍晚，丰储街的一家烧烤店门前，等候就餐的队伍已经排到了街角，来自河南商丘的大学生高允皓正拿着号耐心等待：“早就想来徐州吃美食，这个假期特意和室友坐高铁过来，虽然要排100多桌，但闻着香味就觉得值得了！”这个假期，徐州烧烤、地锅鸡等特色美食再次成为“流量密码”，让街巷间的“烟火气”愈发浓郁。

假期期间，家庭聚餐、朋友聚会需求的集中释放，推动餐饮市场持续升温。全市重点监测的28家餐饮企业累计实现营业收入1265.66万元，客流量12.55万人次，其中10月7日营业额同比增幅最高，达到13.37%。为应对客流高峰，餐饮企业围绕节日特点纷纷出招：有的推出特色套餐，有的延长营业时间，还有的开通线上取号服务，最大限度扩大餐饮消费供给，提升接待能力。

特色美食街区成为餐饮消费的核心载体。丰储街、富国街等步行街人头攒动，地锅鸡、烧烤、把子肉、米线、八股油条等徐州特色美食店铺前食客络绎不绝。“假期每天能卖200多只地锅鸡，光是鸡就得提前准备300斤。”富国街一家徐州特色饭店的负责人说。这个假期，热门餐饮店排

本报记者 郑微

从创下全球销售纪录的餐饮品牌，到引领潮流风尚的零售旗舰……国庆、中秋假期，一批国内外知名品牌“首店”集中开业，以强劲的“首店效应”点燃假日消费热潮，为徐州消费市场带来一轮爆发式增长。

“‘首店经济’的虹吸效应，打开了消费升级的新空间，为徐州商圈注入澎湃动能，彰显出区域消费中心城市建设的坚实成效。”市商务局相关负责人表示。

首店矩阵齐亮相

这个假期，徐州中心商圈成为当之无愧的首店集结“主战场”。在徐州苏宁广场，达美乐、好利来、拉夫劳伦、华为智能生活馆、影石、全棉时代、哆咪百分比等30余家首店及网红大牌组成的矩阵集中亮相，涵盖餐饮、服饰、数码、家居等多个热门领域，形成强大的品牌集聚效应。

其中，达美乐徐州首店表现尤为抢眼，门店前持续排起的长队成为假日商圈一道鲜活风景，10月1日开业首日销售额突破68万元，创下该品牌“全球第一”的单日销售新纪录；好利来徐州首店同样表现不俗，开业以来连续3天斩获品牌“全国第一”的销售佳绩。这些首店的强势表现，带动苏宁广场在国庆期间迎来日均客流18万人次以上的盛况，彰显了其作为城市商业核心的强大吸引力。

徐州金鹰国际购物中心则以“品牌全新亮相+门店升级”加码假日消费。在这里，蒙泰恩江苏首店开业，为户外爱好者提供了全新选择；FILA全国首家高尔夫店中店与V6形象店同步登场；萨洛蒙最新形象店于10月1日正式亮相；RAPIDO霹雳道新店移位焕新，成为潮人新的打卡点；GG-CC女鞋徐州首店也开门纳客……一系列特色首店和门店升级，共同构筑多元化消费场景，为消费者带来更具品质、更精彩纷呈的消费体验。

“特意从邳州开车过来，就为了尝尝达美乐的披萨。”10月7日，在苏宁广场达美乐门店前排队的“90后”消费者李妍告诉记者，“听说这是达美乐全球单日销售冠军店，我们一家三口专门趁假期来体验，虽然要排队一个多小时，但能品尝到网红品牌的美食，还能顺便逛旁边新开的好利来等首店，真不虚此行！”

首店经济助力 徐州商圈焕发强劲动能

品牌业绩持续领跑

首店近年来在徐州如“雨后春笋”般不断涌现。

金鹰全面启动品牌焕新计划，今年以来已招引Lululemon、TOM FORD等多家苏北首店，以及伽百利等数十家徐州首店；苏宁广场今年以来也陆续引进茶颜悦色、NEED等首店品牌。首店入驻，有效激发了市民的消费热情。6月30日Lululemon徐州首店开业当天，销售额就突破53万元。

更值得关注的是，这种消费热度并非偶然：已经开业3个月的茶颜悦色门店前，如今依旧排着长队；Ameigo梅果餐厅自上半年入驻徐州以来，热度始终不减，据该店长介绍，“每天上午10点就开始有顾客来取号，日

客流量最高2万多人次”，成为餐饮界的现象级品牌；去年中心商圈引进的迪桑特和可隆两大首店，今年上半年销售额均稳居所在品牌江浙区门店首位，其中迪桑特销售额超3000万元，可隆销售额同比激增245%。

这些现象充分说明，徐州首店经济已从“短期爆红”走向“长期稳健”，成为拉动消费增长的持久动力。

“优质首店不仅能在开业初期聚拢流量，更能持续为商圈注入活力，形成持久的消费吸引力。”徐州苏宁广场总经理邵勇深有感触，“这背后是徐州消费者对高品质、差异化商品的强烈需求。我们将继续深化首店战略，预计明年还将引进更多区域首店品牌。”

本土老字号焕新

在大力引进国内外知名品牌的的同时，徐州始终注重本土品牌的培育与发展，充分挖掘“老字号”企业、徐州特色品牌的发展潜力。今年，已有37个品牌被认定为“徐州老字号”，一批特色餐饮本土品牌得到发掘培育。在文庙、彭城壹号、回龙窝等特色商业区，“老字号”品牌与首店品牌交相辉映，两来风等餐饮老店，与国潮品牌首店、本土主理人商店等新业态组团焕发新生。这些承载城市记忆的本土品牌与新潮首店相互赋能，共同丰富消费供给，彰显出城市商业的独特

魅力。 “作为土生土长的徐州人，我既爱逛新开的首店，也常光顾老字号。”在回龙窝经营文创店铺的李雯说，现在徐州商业的多样性让人惊喜，既能感受到国际潮流，又能品味地道本土文化，这种融合让城市更有吸引力。这种多元业态的融合发展，正成为徐州商业魅力的重要体现。从国际大牌到本土老字号，从潮流服饰到特色餐饮，徐州商圈正形成层次丰富、特色鲜明的品牌矩阵，满足不同消费群体的多元化需求。

城市商业能级提升

徐州首店经济在假期的亮眼表现，充分展现了城市消费市场的活力和潜力。作为苏皖鲁豫省际交界地区中心城市，徐州凭借区位优势、交通枢纽地位和不断增强的城市辐射力，正成为各大品牌开拓区域市场的首选之地。

江苏师范大学商学院博士、讲师郭燧分析，首店经济不仅直接拉动消费增长，更重要的是通过引入新品牌、新业态、新模式，持续提升城市商业能级与区域辐射力。“首店带

来的不仅是商品品质的整体提升，更是新的生活方式和消费理念，这种价值传递将提升整个城市的商业品位和时尚指数，对徐州消费市场产生深远影响。”

“首店经济是城市商业活力的重要风向标，更是推动区域消费中心城市建设的关键支点。”市商务局相关负责人表示，徐州将持续完善政策支持，精准招引各类首店品牌，同时深化本土品牌培育，通过“首引”与“首创”并举，不断激活消费新场景、提升消费品质，让商业活力成为城市发展的鲜明底色。