

# 出门转角遇到“店”！

新店首店密集落地，连锁品牌加速布局！徐州商业呈现“中心辐射、多点开花”新格局

文/本报记者 刘淑婷

在消费模式不断更新的今天，一座商业蓬勃发展的城市能创造多少新纪录？达美乐徐州首店单日销售额突破68万元、刷新全球纪录，茶颜悦色双月夺得全国单店销售额榜首，Lululemon、TOMFORD等高端品牌相继在徐落户苏北首店……2025年，徐州商业以昂扬之势，演绎着“中心辐射、多点开花”的发展新篇。

今年以来，我市依托强劲的消费潜力、完善的商业生态与优质的营商环境，吸引了众多首店、新店密集落地。与此同时，连锁品牌加快深耕布局，推动城市商业从中心商圈向全域延伸，一幅多层次、高品质的商业新画卷正徐徐展开。

## 中心商圈焕发新貌，首店集聚效应显著

作为徐州商业的地标，中心商圈始终担当着城市消费“引领者”的角色。今年，在“大力提振消费”政策推动下，以金鹰国际、苏宁广场、彭城壹号为代表的商业主体，持续巩固商贸核心地位，推动业态升级与品牌焕新，将中心商圈打造为融合国际视野与本土特色的多元生活空间，勾勒出充满活力、创新不断的消费图景。

首店经济作为衡量城市商业活力的关键指标，正以前所未有的速度在徐州扩张。金鹰国际今年成功引进Lululemon、TOMFORD、NARS等苏北首店，并积极推進品牌焕新计划，FILA全新V6形象/全国首家高尔夫店中店、萨洛蒙最新形象店等运动品牌升级门店陆续亮相，进一步强化了其在高端美妆、运动休闲等领域的业态集聚。苏宁广场则围绕餐饮业态打造首店集群，梅果、NEED、达美乐、好利来等知名品牌相继入驻，带来旺盛人气，不断刷新销售与客流纪录，持续放大首店效应。

空间的贯通也为中心商圈注入新活力。随着金鹰B1层改造完成，其与文庙、苏宁广场及彭城广场地铁站实现地下连通。便捷的消费场景不仅带动客流增长，也进一步强化了中心商圈的辐射力，促进各商场品牌能级提升。

此外，彭城壹号于今年焕新开街，8月1日开业时首店占比达42%。茶颜悦色、O'eat、民谣集、拾叁唐等首进品牌，为这一商业“老地标”构建起新颖多元的消费场景，为市民与游客带来全新体验，增强了徐州商业对苏皖鲁豫省际交界地区消费者的吸引力。



每到节假日，杉杉奥莱成为周边城市消费者跨城购物的首选。

## 消费力助推商业外拓，多商圈百花齐放

在中心商圈持续升级的同时，我市商业格局正从“一枝独秀”向“多点开花”转变，向西区、东区、南区加速扩散，形成均衡发展的新局面。

今年“国庆中秋”双节期间，中心商圈监测企业销售额占全市监测数据的48.10%，其他商圈承接外溢消费，成为增长重要引擎：西区商圈销售额9427.75万元，同比增长22.86%；东区商圈销售额12516.32万元，同比增长13.48%；南区商圈销售额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%。

具体来看，近两年徐州杉杉奥特莱斯凭借“品牌折扣+主题活动”的优势，外来消费占比持续保持在50%左右，成为周边城市消费者跨城购物的首选；云龙万达、淮海环球港、宜家等通过业态互补，满足家庭消费、潮流购物、家居体验等多元需求；铜山万达、三胞广场则聚焦区域学生与居民消费升级，持续优化品牌组合，带

动人气与销售稳步增长。

值得一提的是，作为西区商圈的重要商业体，徐州杉杉奥莱依托云龙湖、徐州乐园等城市资源，积极融合商业与文旅、非遗、国潮、明星等元素，打造“玩在徐州、购在杉杉”的消费闭环。目前其销售规模仅次于金鹰国际和苏宁广场。在10月22日至27日的三周年庆典期间，客流同比提升24%，销售额同比提升87%，10月22日、25日、26日连续刷新开业以来销售纪录，其中多家品牌夺得全国销售第一。

在消费活力与城市辐射力的双重支撑下，连锁品牌加快向外布局，助力各商圈百花齐放。以茶颜悦色、达美乐为例，两大品牌在苏宁广场、彭城壹号开店后人气高涨，短短数月，茶颜悦色宝龙广场店、淮海环球港店开业在即，达美乐云龙万达店、贾汪吾悦店、铜山万达店也已进入筹备阶段。

## 线上线下协同并进，县域商业稳步发展

品牌与城市的“双向奔赴”，同样体现在县域商业的快速发展中。通过与本地企业合作，不少品牌加速下沉布局，精准满足不同场景消费需求，也进一步扩大了在区域内的市场份额。

便利店作为“小而美”的商业形态，是城市商业崛起的生动写照。2023年，罗森、7-Eleven两大外资便利店巨头先后进入徐州，两年间持续重仓布局，并逐步向县域市场拓展。目前，罗森已在沛县新开三家、丰县一家门店；7-Eleven沛县两家新店即将开业，丰县店已于国庆前营业。

“去年年中还说罗森不会来，现在丰县已经集齐了罗森和7-Eleven。”家住丰县的秦女士近日发现“家门口”又将添新店，充满期待，“以前想买它家的面包还得专门开车去徐州，现在丰县有了门店，方便多了！”

如今，走进丰县、沛县、新沂等地的商业中心，喜茶、古茗、星巴克、名创优品、鸿蒙智行体验中心等知名连锁品牌随处可见，消费业态覆盖餐饮、娱乐、零售、文化等多个领域。从市区到县区，从首店到新店，品牌集聚降低了市场教育成本，帮助新进入的品牌迅速打开局面。

县域商业网络也在持续优化。商业设施日益完善，农产品批发市场实现县域全覆盖，流通企业积极向农村延伸供应链，推动“实体店+互联网”融合发展。借鉴市区经验，街坊中心模式

逐步推广，新建商业综合体服务功能不断提升，更好满足居民一站式消费需求。

在政策支持下，县区商业服务模式不断创新，农村物流配送效率显著提高。健全“县—镇—村”三级配送网络，各县（市）探索特色统一配送模式，完善县级物流中心、乡镇公共配送点和村级末端网点，有效畅通农村物流“最后一公里”。睢宁家具、新沂皮草化妆品、丰沛邳农副产品、铜山玻璃制品、邳州实木家具等五大电商特色产业集聚区逐步形成。电子商务进农村综合示范工作持续深化，农村电商新基建与县域商业深度融合，为乡村振兴注入新动力。

从中心商圈的能级跃升，到区域商圈的特色崛起；从首店经济的流量带动，到连锁品牌的深度布局；从政策环境的持续优化，到消费场景的迭代创新——徐州商业正迈入高质量发展新阶段。一个个新项目推进、一个个新品牌入驻，不断拓展着徐州商业的广度与高度。

徐州市商务局相关负责人表示，徐州将继续以建设区域消费中心城市为目标，持续加强商业载体建设，优化品牌培育生态，完善全域商业布局。未来，随着更多首店、新店落地生根，连锁品牌进一步深耕，徐州商业将不断释放“中心辐射、多点开花”的发展动能，为城市经济高质量发展注入更强动力，推动商业能级持续跃升。



本报记者 许晨 摄