

2025年我市典范项目涌现，赋能城市商业焕新发展 这些项目点靓城市！盘点徐州商业“名场面”

本报记者 刘淑婷

时序更替，岁聿云暮。站在2025年尾回望，这一年，徐州商业版图之上，创新变革的澎湃浪潮不断涌动，能级跃升的精彩蝶变持续上演。德必·彭城壹号完成焕新改造，勾勒出老城商业的新潮轮廓；金鹰国际购物中心迭代升级，为消费者解锁沉浸式购物新体验；苏宁广场首店、新店密集亮相，潮牌云集引爆全城打卡热潮；杉杉奥特莱斯以温情活动为纽带，持续加深与消费者的情感链接……2025年，是徐州商业乘风破浪、蝶变升级的一年，老城商业与新兴商圈同频共振，涌现出一批赋能城市商业焕新发展的典范项目。这些商业体的创新实践，共同绘就了徐州商业多元融合、活力迸发的崭新图景。

值此2026年到来之际，立足2025年度商场贡献力、影响力、焕新力三大核心维度，我们梳理了10家“城市商业焕新发展典范”，为全市商业主体树立高质量发展标杆。

徐州金鹰国际购物中心

2025年，徐州金鹰以A座外立面焕新改造为核心支点，开启了一场贯穿“空间升级、业态焕新、体验提质”的全面发展革新，在回应城市期待中持续巩固自身商业地标地位，为中心商圈活力提升再度注入强劲动能。

以立面改造为契机，徐州金鹰同步推进业态升级与品牌焕新，构建高端化、多元化消费矩阵。全年成功引进Lululemon、TOM FORD、NARS、猛犸象等苏北首店，推动FILA全新V6形象店、全国首家高尔夫店中店及萨洛蒙最新形象店等特色门店亮相，在高端美妆、运动休闲领域的集聚效应持续强化。

目前，徐州金鹰全项目在营品牌600余个，汇集众多国际国内一线名品大牌，年客流超3100万人次。如今的它，实现了“地上+地下”空间的无缝衔接，集精品百货、购物广场、潮流街区等多种形态于一体，构建起一个完整的城市生活圈。

徐州杉杉奥特莱斯广场

作为西区商圈的核心力量，2025年，徐州杉杉奥特莱斯立足“品牌折扣+主题活动”的核心优势，以“品牌力、运营力、服务力”三力驱动，在激烈的市场竞争中不断突围。

紧扣徐州商业“首店经济”爆发的趋势，徐州杉杉奥特莱斯以“首店+旗舰店+形象店”为核心抓手，不断优化品牌组合，形成了兼具高端质感与潮流活力的品牌矩阵；在消费需求从“商品消费”向“体验消费”升级的当下，徐州杉杉奥特莱斯立足毗邻云龙湖5A景区、徐州乐园4A景区的独特区位优势，将商业空间与文旅资源、在地文化深度绑定，以文旅、非遗、国潮、明星等元素的深度融合构建了“玩在徐州、购在杉杉”的消费闭环。

凭借“主题活动+品牌折扣+优质服务”的优势，如今徐州杉杉奥特莱斯辐射覆盖苏皖鲁豫四省周边城市，外来消费占比持续保持在约50%，销售成绩在本市商业体中名列前茅。

徐州苏宁广场

2025年，徐州苏宁广场预计客流量将突破2600万人次，全年销售额预计突破22.5亿元。商场全年持续推动品牌调改与业态升级，截至目前已累计调整品牌84个，占比达26%。

一直以来，作为我市“首店经济”的标杆载体，苏宁广场不仅积极引进新品牌，更通过首店的引流效应、品牌背书和体验创新，实现对项目的多重赋能。2025年，以“首店经济”为支点，苏宁广场成功引入45家首店品牌，占新引进品牌的54%，多个品牌表现亮眼：好利来开业首月销售破千万元，业绩全国第一；达美乐单月销售超600万元，登顶全球第一；梅果年度销售突破750万元，稳居区域第一。

通过精准的客流运营、持续的销售突破、系统的品牌焕新与首店集聚，2025年，徐州苏宁广场不仅重塑了城市商业格局，更成为推动消费升级、激活区域活力的重要引擎。

德必·彭城壹号

以首店占比达42%的全新面貌开街，今年是德必·彭城壹号焕新、迎新的一年。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。

作为彭城七里鼓楼时尚单元的重要一环，彭城壹号深挖街区的历史文化脉络，新增彭城七里及西楚故宫文化长廊等历史文化场景，成为传播徐州文化的窗口。

在政策指引下，项目融合“夜食、夜购、夜娱、夜游”等多元业态，将文化古韵与潮流生活融入街巷，多次开展热门IP活动，以“文化+潮流”双引擎，打造徐州青年文化策源地与城市年轻力中心。

今年，德必·彭城壹号步行街区成功入选省“夜间消费集聚商圈（步行街）”，成为全省50个夜间经济示范点之一，为市民与游客带来了全新体验，同时极大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。

淮海环球港

2025年，淮海环球港通过一系列战略性举措，深度赋能城市文化空间与品牌升级。

淮海环球港对南广场进行系统性优化与改造，将其从集散空间转变为融合休憩、互动与艺术展示的“城市文化会客厅”。同时，项目大力推动非遗文化活态传承，通过常态化、创新性的非遗活动、手作工坊与沉浸式演出，让传统技艺在当代场景中焕发新生。以城市生活音乐节与城市戏剧节为例，淮海环球港通过资源互动，不断以文商旅融合打造精彩活动，构建覆盖全年龄段、贯穿全年的高品质文旅体验矩阵。

通过对物理空间、文化遗产与非遗文化属性进行多元化、立体化的整合运营，淮海环球港不仅吸引了大批游客，更将项目塑造成凝聚市民认同、引领文化消费的都市文旅新标杆。

徐州宣武集团

今年是徐州宣武集团成立的第40周年。从“老百姓自己的市场”到“新时代的商业标杆”，2025年，“敢为、敢闯、敢干、敢首创”的宣武创业精神，照亮了企业的发展征程。

聚焦“优化营商环境，共创新消费”，徐州宣武集团大力开展“共创‘1+1’，铸优民生服务品牌”行动，常态化与个体工商户党组织共建交流，引导职工、商户共创“优化营商环境、服务大众”的和谐经营氛围，以及“服务配套完备、文明诚信”的新消费环境。

为进一步提升市场及各商户竞争力，构建市场消费新生态，宣武市场积极推进商户销售向批零兼营发展，持续加强商户营销思维的转换。如今的宣武市场，几乎实现了商户批零兼营的全覆盖。在新思维、新政策的带动下，商户的生意愈发红火，消费者的购物体验也得以提升。

徐州三胞国际广场

2025年，徐州三胞国际广场多措并举、全面焕新，以亮眼成绩交出高质量发展答卷——全年累计接待客流突破1000万人次，同比2024年提升19.66%；全年销售额同比增26.89%，实现客流与销售的双位数高速增长。

这是三胞国际广场逆势而上的一年。项目大刀阔斧进行装修升级，并对场内主力店、次主力店及餐饮品牌进行全方位优化。重磅引入徐州首家京东奥莱旗舰店、徐州首家京东折扣超市等标杆主力品牌，并持续加大对餐饮、零售等多业态的品牌招商纳新。据统计，三胞国际广场全年共调整品牌55个，调整面积超15000平方米，品牌焕新力度与规模均创近年新高。

三胞国际广场还在营销策划层面精准发力。2025年，场内落地各类型活动260余场次，较2024年在活动规模及频次上提升27%，持续为商场聚人气、提活力。

德必·金龙湖新天地

2025年，在城市商业与生态文化交融的浪潮中，德必·金龙湖新天地以文商旅深度融合标杆之姿，打造出城市又一个街区商业典范。依托金龙湖稀缺生态资源，项目精准落位“公园式艺术商业街”核心定位，通过高端餐饮、精品酒店、文化体验等业态的科学组合，填补了徐州经开区高端商务与文化休闲的市场空白，构建出独特的商业生态，为区域商业发展描摹出全新图景。

作为上市公司德必集团的重点布局项目，德必·金龙湖新天地由集团专业运营团队全程操盘，凭借成熟的商业运营经验与前瞻性的市场洞察力，持续推进系统化的招商调改与硬件升级工作。

在一系列精细化运营举措之下，项目的出租率与品牌影响力实现双重稳步攀升，不仅收获了亮眼的经营业绩，更成为徐州经开区对外展示商业活力与文化魅力的重要窗口，实现了经济效益与社会效益的同频共振，为文商旅融合项目的发展树立了可借鉴的优秀范本。

首店经济发展、商圈能级跃升、文商旅深度融合，2025年的徐州商业是蓬勃、多元、充满韧性的。从老城焕新到多城深耕，从智慧商圈落地到便民生活圈扩容，多元业态与创新场景让城市消费活力持续迸发。

展望2026年，随着我市商业更多新项目亮相，“彭城七里”IP深化赋能，徐州商业将持续精彩、再启华章。更优的全城布局、更丰富的沉浸体验、更温暖的便民服务，将推动城市“中心辐射、多点开花”的商业格局加速成型，让文商旅共融体验更具深度、更有温度。与此同时，商业项目各具特色的融合之力将推动我市在建设区域消费中心城市、释放更强商业潜力与动能。