

迎新迎福迎财！宣武集团热闹开市

文/本报记者 刘淑婷 图/本报记者 王弈轩

2月25日一早，宣武商贸城西广场喜气洋洋、热闹非凡，一场融合传统民俗与商业活力的宣武集团2026新年开市活动在此盛大举行。集团领导、商户代表与市民群众齐聚于此，共同见证商贸繁华新年启新篇，一起迎接马年生意兴隆的好兆头。

活动开始前，“财神爷”身着华服提前来到现场，与市民热情互动，将现场的新年喜庆氛围拉满。9时38分，气势磅礴的《旗开得胜》热力开场。旗帜飞扬、鼓点铿锵，演员们以昂扬姿态展现奋进风貌，寓意宣武集团新一年旗开得胜、生意兴隆。在激情燃动的表演中，宣武集团2026新年开市活动正式开始。

“感谢全体商户多年来为宣武家园繁荣发展付出的不懈努力！感谢广大消费者朋友们多年来对宣武的厚爱和支持！”徐州宣武集团党委书记、总经理李昱成在新年贺辞中表示，新年开市作为集团的传统活动，既体现了全体宣武人对美好生活的向往，同时也是全员携手向未来的一次总动员。在奋进“十五五”的新征程上，集团将继续坚持“党建引领、全面发展”的工作方向，以马不停蹄的干劲，聚力打造更加时尚多元的新消费商业生态圈，更好地服务大众消费。

过去一年，在坚守与实干担当下，广大商户与市场同心同向、共生共荣，共同推动市场稳步发展。为表彰先进、树立典范，值新年开市之际，宣武集团依次颁发2025年度文明诚信示范商户、创新创业之星、金鞍基石等奖项。获奖商户先后登台受誉，这份荣誉既是对诚信经营、创新进取、坚守奉献的肯定，更是宣武集团弘扬商业美德、树立行业



宣武集团领导和商户代表为醒狮点睛，为大家送上马年祝福。

标杆的生动实践，激励全体商户以榜样为引领，共筑诚信繁荣市场。

龙马献瑞，金狮献宝。作为中华传统祈福文化的重要内容，舞狮点睛承载着吉祥期许，更是开市的重头戏。吉时一到，领导嘉宾执笔为雄狮点下“慧眼”，瞬间唤醒祥瑞之姿。接着，醒狮腾跃采青，一招一式寓意瑞气临门、生财有道、步步高升。徐州宣武集团党委书记、总经理李昱成接青，稳稳接住的不仅是新春的头彩，更是新一年业绩长虹、宏图大展的美好开局。

最后，开市鸣锣仪式在大家的欢呼声中举行，集团领导共同登场。“倒计时正式开始，5,4,3,2,1,鸣锣，开市！”随着铿锵有力的鸣锣声敲响，宣武

集团2026新年开市活动圆满礼成，同时也宣告着宣武集团2026年马年新篇章正式开启。

一年一度的开市盛典，以传统民俗赋能商业开篇，以荣誉表彰凝聚商户合力，既彰显了宣武商贸城深厚的商业底蕴与文化情怀，更展现了市场凝心聚力、开拓进取的坚定决心。

“有集团和我们一起向前，新的一年我充满信心！”金鞍基石奖获得者朱华斌说，自己从1991年便来到市场打拼，每年参加开市活动他都会收获不同的感受，但一样的是，每年都有新的喜悦和期盼。他正是在这种心情中，见证了自家生意的不断进阶，以及宣武市场持续的繁荣发展。“2026年，我要带着集团的鼓励，继续奋斗！”朱华斌说。

人气长虹！徐州杉杉奥莱春节消费再创新高

本报记者 刘淑婷

锚定消费升级 紧扣商业发展脉搏

随着2026年春节假期落下帷幕，近日，我市重点商贸企业的假期消费数据相继出炉。其中，徐州杉杉奥特莱斯广场表现尤为突出：2月15日—2月23日，商场客流同比提升31%，销售同比增长39%，多个品牌销售数据登顶全国、华东及江苏区域榜单，刷新开业以来单日销售纪录。这份亮眼的“开门红”，不仅再度树立了其在城市奥莱业态中的标杆地位，更折射出徐州商业消费升级的强劲动能，为城市商业高质量发展提供了鲜活范本。

当前，徐州作为辐射苏皖鲁豫四省的区域中心城市，正加速向“消费中心城市”迈进，与此同时，居民消费能力与品质需求同步提升。在此背景下，徐州杉杉奥莱精准把握这一趋势，以“名品折扣+场景体验”为核心，构建起区别于传统百货与电商的差异化竞争力。

从NIKE、adidas等国际运动巨头，到THE NORTH FACE、COACH等轻奢潮流品牌，再到李宁、特步等国潮领军品牌，项目构建了覆盖全客层、全品类的品牌生态。

春节期间的销售数据印证了商场品牌组合的

精准性与吸引力。据统计，春节期间，ANTA GUANJUN、特步等9个品牌斩获全国销售TOP1；LI-NING、LESS IS MORE等8个品牌位居华东销售TOP1；Calvin Klein Jeans、CAMEL等13个品牌跻身江苏销售TOP1；NIKE、adidas等19个品牌销售同比提升位居TOP1。

不仅如此，在消费回归理性的趋势下，徐州杉杉奥莱“大牌折扣”的核心优势进一步凸显。春节期间，商场推出的多重满减、限时秒杀等活动，让消费者以高性价比实现“品质消费”，有效激活了家庭消费与礼品消费需求。

打造非遗年味 丰富活动汇聚人气

2026马年新春，徐州杉杉奥莱以“非遗民俗+新春福利+沉浸式消费场景”三重亮点，打造年味十足、体验多元的新春消费盛宴。

春节假期中，作为国家级非物质文化遗产，素有“中华战舞”美誉的潮汕英歌舞重磅亮相，商场特邀潮汕本土正宗英歌舞团队驻场献艺，每日三场经典展演轮番上演。此外，梅花桩南派舞狮、“福祿寿喜财”主题欢乐巡游同步开展，9大新春福利惊喜上线，趣味互动与传统年俗相融，营造出喜庆热闹、福气满满的新春场景。

徐州杉杉奥莱以精心策划的系列新春主题活动，将非遗文化展演、传统民俗体验与新春消费福利深度融合，不仅为市民营造了年味浓郁、仪式感满满的节日场景，更以文化赋能商业、以场景激活消费，用有温度、有内涵、有惊喜的沉浸式体验，有效释放节日消费潜力，拉动了区域消费升级。

提升购物体验 重构消费情感连接

春节消费的本质是情感消费，徐州杉杉奥莱跳出“卖货”思维，通过场景营造与活动策划，将商业空间转化为城市春节消费的“情感锚点”。

春节假期中，徐州杉杉奥莱以“过年买新衣，就逛杉杉奥莱”为主题，打造了充满年俗氛围的沉浸式场景，结合非遗展演、互动游戏等活动，让消费者在购物之余感受传统年味，增强了商业空间的社交属性与记忆点。

与此同时，商场通过延长营业时间、推出夜间专属折扣等举措，打破传统商业的时间限制，满足了春节期间家庭出游、朋友聚会等多元消费需求，实现了“从早到晚”的客流与销售持续增长。

值得一提的是，在数字化浪潮下，徐州杉杉奥莱构建了“线上种草、线下体验、全域转化”的全域营销模式，实现了品牌声量与销售转化的双重

提升。

通过小红书、抖音等社交平台，徐州杉杉奥莱以精准内容触达年轻客群，利用直播带货、社群运营等方式，将线上流量高效转化为线下客流；依托会员体系，推出专属权益、积分翻倍等活动，强化了消费者的忠诚度与复购意愿。春节期间，会员消费占比持续提升，成为销售增长的核心支撑。

徐州杉杉奥莱春节期间的亮眼表现，是其深耕市场、精准洞察消费需求的必然结果。近年来，在消费升级与城市发展的双重机遇下，徐州杉杉奥莱以品牌升级、体验创新为核心抓手，持续加速新业态、新场景落地，不断丰富消费供给、提升服务品质，以更具吸引力的商业形态回应市民对美好生活的向往，走出了一条文化赋能商业、场景激活消费、品质引领未来的特色发展之路。