

以非标美学筑城市客厅

徐州大卫茂美学中心签约盛典启序新篇

本报记者 刘淑婷

7月16日,以“彭湃向美 茂启新生”为主题的徐州大卫茂生活美学2.0发布会暨招商签约盛典,于徐州苏宁银河国际酒店隆重启幕。依托徐州市地铁集团背书、红星大卫茂15年非标商业运营积淀,活动全方位解读项目“家门口的城市客厅”核心定位,重磅揭晓全国首店、徐州首店入驻阵容,清晰释放2026年底开业信号,为我市核心商业地段带来区别于传统大型综合体的便民美学商业新选择。

一座地铁TOD美学邻里中心即将落地

大卫茂美学中心由徐州市地铁集团倾力打造,是我市独有的地铁TOD上盖邻里商业,地铁直达负三层,消费者可直通商场负二层,轨道交通将为项目持续导入稳定客流。

区别于传统大型购物中心,项目打造“家门口的城市客厅”,以邻里社交、便民生活为核心定位,精准填补中心商

圈社区消费空白。

项目配备近5000平方米户外广场、裸眼3D外立面与网红连廊,以高颜值美学空间打造城市打卡点。同时片区人居基础雄厚,项目周边两公里辐射常住人口约54万,成熟中高端社区环绕,充足稳定的家庭消费客群,将为项目长久运营筑牢根基。

多维优势集聚吸引头部品牌集中入驻

在发布会现场,盒马鲜生、好特卖超级仓苏北总部、中国首店飞鸟之约集中签约入驻。作为省际区域中心城市,徐州吸引优质品牌集体签约入驻大卫茂美学中心,背后是城市、区位、项目、平台多重硬核优势叠加。

徐州GDP近万亿、地处苏皖鲁豫交界,跨区域消费辐射力强劲,叠加“网红城市”流量红利,消费市场潜力深受各大品牌看好。大卫茂美学中心距离中心商圈核心地段直线距离仅不到500米,无缝承

接市中心流动客流,地段价值得天独厚。

不仅如此,红星大卫茂集团2011年成立,深耕非标商业运营15年,多年来与全国各大连锁品牌搭建起稳固长效合作体系,成熟招商运营团队将全程发力,全方位保障项目发展。

未来,大卫茂美学中心还将深耕社群运营,常态化推出亲子游乐、家庭主题、圈层社交活动,从空间设计、品牌引进、业态规划、社群运营多维度打造差异化邻里商业,走出一条特色发展之路。



红星大卫茂集团董事长许华锋正式发布生活美学2.0版本。受访单位供图

非标创新为城市商业格局注入全新活力

近年来,传统大盒子商业同质化竞争加剧,兼具艺术空间、市集、夜经济、全天候消费属性的非标商业迎来发展机遇。红星大卫茂集团自成立起,专注非标商业打造,落地多个城市标杆项目,徐州大卫茂美学中心将是红星大卫茂在非标商业创新发展上的又一探索。

从生活美学1.0到如今全新迭代的2.0版本,徐州大卫茂美学中心是大卫茂“臻选升级期”的战略代表作。项目定位为“小而美的臻选型社区商业,您

身边的生活剧场”,以“高频+刚需+品质”夯实商业底盘,用“颜值+内容+IP+社交”构建差异化竞争优势,致力于打造“潮流聚集地,生活美学场”。

“目前大卫茂美学中心正全力推进施工建设与品牌筹备工作。”红星大卫茂集团董事长许华锋表示,项目团队精准研判市场格局,锚定城市30分钟便民生活圈建设目标,计划于2026年底正式开业,届时将打造中心商圈独一无二的亲民、便民邻里美学商业新标杆。

从“吃饱”到“拍饱”

“漂亮饭”点燃徐州社交餐饮新热潮

本报记者 刘淑婷

你听说过“漂亮饭”吗?这是当下流行的餐饮新业态,泛指菜品造型精致、色彩考究、环境氛围感拉满,优先满足拍照打卡、社交分享需求的创意美食。

当前,餐饮赛道品牌迭代不断提速,主打颜值、场景与社交属性的“漂亮饭”异军突起,持续拉长消费者的出行半径,成为各大商场聚拢人气、留住客流的核心抓手。在我市中心商圈,随着各类全国网红品牌陆续落地首店,高颜值社交餐饮遍地开花,推动传统餐饮从“吃饱”消费转向“吃好”消费,为城市商业注入源源不断的年轻活力。

周末的德必·彭城壹号街区人流如织。在街区南入口处,O'eat门店落地窗光线柔和,原木软装搭配花艺陈设,让这个餐饮门店别具氛围感。店内摆盘与菜品同样精致:草莓椰子蛋糕、流心火腿三明治、粉红肌理的丹佛牛排……兼顾口味与视觉美感让这个品牌吸引大量食客,更有不少年轻人落座之后,都要先举起手机多角度拍摄记录,再慢慢享用美食。记者了解到,门店客流大半是慕名而来的年轻客群,其中还有大量来自鲁南、皖北的外地游客,他们专门把打卡“漂

亮饭”列入到徐旅行的清单,门店翻台率也是长期稳居街区餐饮前列。

在苏宁广场四楼,创意韩料品牌NEED同样火热。作为又一家徐州首店,这家网红餐厅凭借氛围感环境 with 高颜值菜品迅速走红。门店在食材上选取鸡肉、芝士、芭乐等年轻人喜爱的食物,并通过错落色彩、精巧造型赢得当代年轻消费者的青睐。不少顾客坦言,选择这家店,一半是为口味买单,另一半是为社交场景付费,一顿聚餐既是味蕾享受,也是一次社交分享。

如今,餐饮板块正成为商场引流的关键,而引进高颜值社交餐饮则成为各大商业项目业态升级的重中之重:彭城壹号改造升级为年轻力消费街区后,重点布局社交餐饮首店,形成美食打卡矩阵;苏宁广场持续优化餐饮楼层结构,压缩传统快餐面积,扩容创意料理、轻食西餐席位,用“漂亮饭”聚拢年轻人,带动服饰、零售、休闲娱乐全业态联动消费。数据显示,中心商圈年客流量突破8000万人次,外地客源占比过半,高颜值网红餐饮已经成为拉动客流增长的关键引擎。

从金鹰国际、苏宁广场到彭城壹号,徐州中心商圈正在形成一条“漂亮饭”品牌集聚带。以往商场餐饮多以正餐、快



「漂亮饭」异军突起。本报记者王奕轩摄
主打颜值、场景与社交属性的

餐为主,竞争停留在口味与价格层面。如今消费逻辑已经彻底改变,18岁至35岁青年群体不再满足于吃饱,更加看重就餐环境、菜品颜值与社交价值。一盘摆盘考究的沙拉、一杯造型别致的特调、一处氛围感满满的窗边座位,都能成为引爆线上流量的素材。在短视频传播加持下,一家网红餐厅可以轻松突破地域限制,把周边城市的消费者吸引到徐州,有效拉长商圈辐射半径,把一次性逛街客流,转化为专程打卡的定向客流。

与此同时,放眼全城,“漂亮饭”业态正从中心商圈向外辐射,云龙万达、云龙湖附近,各种氛围感创意餐厅陆续开业,

社交餐饮正在重塑徐州餐饮市场格局。从填饱肚子的刚需消费,到拍照聚餐的社交消费,再到文旅打卡的体验消费,一顿“漂亮饭”,折射出城市消费升级的清晰路径。

当前,徐州持续提振大宗消费、培育新型消费,商圈竞争已经进入场景比拼的新阶段。有业内人士表示,未来商场招商将加速改变传统正餐的单一模式,美食、场景、传播将进一步融合。以“漂亮饭”为例,购物中心也将着力培育引进更多自带流量的品牌,优先引进兼具颜值与品质的首店项目,打造可打卡、可分享、可出圈的沉浸式消费空间,以此带动场内全业态协同发展。