

# 暑期 广州消费市场

# 1 老城区新商场 让Citywalk体验更加分

遛一条老街、观一座老宅、访一口老井……这个夏天,Citywalk(城市漫步)火了。《2023旅游调研报告》显示,在躺平式旅游、就地旅游、跟老年团旅游、特种兵式旅游等几种新型旅游方式中,82%的人选择了走街串巷的Citywalk,在漫步中了解城市的发展与变迁、历史与文化、时尚与创新。

在广州，长堤-海珠广场、烈士陵园-农讲所、农林下路-东山口等老城区是Citywalk热门路线。沿着千年商都城市脉络，上述区域的商业载体也纷纷开启了焕新步伐。

下新农讲所站上盖商场开业迎客

8月26日，位于中山四路与德政中路交会处、与广州农民运动讲习所交相呼应的珠江·星火1926正式开门迎客。项目是广州地铁1号线农讲所站上盖商业综合体项目，周边历史名胜约13处。

“商场对面的农讲所每年接待游客量接近100万,但过去周边歇脚点稀缺,项目开业后提供的休闲配套空间可大大提升旅客体验。”广州珠江商业经营管理有限公司党总支副书记、总经理周星星告诉记者,项目引入多个首店,包括华南首店麦当劳&中信书店,广州首店潮豪轩,以及越秀首店美心烘焙所、美奈小馆、M Stand等,同时引入永旺超市、广州友谊超市、星巴克等优质品牌。

广州潮豪轩美食餐饮有限公司董事长孟庆艳接受记者采访时表示,之所以选择在这里开店,是看好广州中山四路商圈的历史文化底蕴,为此门店也会将潮雕、潮绣、潮州艺术画等展品带进来。

“非常开心！以后在家门口就可以叹一盅两件，顺便超市扫货了！”住在德政路的赵先生说，以前喝早茶或超市要走十几分钟到中华广场或北京路，珠江·星火1926开业后大大满足了附近居民的生活配套需求。

据悉,珠江·星火1926依托数字化管理(CM)平台,对项目客流、车流、会员、经营、能耗、商服等进行全时段、多场景的穿透式管理。

**上新** 东山口本土老牌百货焕新引领潮流消费

8月18日，岭南商旅集团旗下的广百百货东山店、新市店、新一城店三店同步升级焕新。据悉，这也是广百股份首次多家门店同时大面积、大规模、大力建设的升级调整。

记者在广百百货东山店看到，此次升级改造朝着紧贴时尚潮流、消费引领方向进行，引进周大生、三石一澜、佳纷等商圈首店，同时，还将引进马天奴、BUOUBUOU等超20个知名品牌，同时还全新打造娜尔思和Koradior集合的M所俱乐部，不仅品牌面积扩容翻倍，而且门店整体品牌硬件配置和商品丰

富度大幅提升。

广百股份相关负责人表示，东山口是广州近百年历史人文的一处集中体现，而农林下路位于该片区核心地带。地处该商圈的广百东山店依托深耕厚植东山历史文化底蕴及良好商业基础优势，乘配合越秀区政府推动商圈街区改造的机遇进行升级改造，背后是广百股份近年来积极响应广州建设国际消费中心城市热潮，通过焕新品牌布局、优化业态结构、升级硬件设施等举措，满足现代消费升级迭代的市场需求，助力广州焕发“老城市新活力”。

上新 海珠广场升起珠水江畔文旅新地标

坐落于粤港澳大湾区城市客厅海珠广场之上、广州历史中轴线与市政府“一江两岸三带”规划重要位置交汇点的星寰国际商业中心尚在试业体验期，已引入了No Choice 广州首店、Hair Code 星级店、珠影星寰国际影城系列旗舰店等多个主力商户。

据恒基(中国)投资有限公司租务总负责人(广州)吕思崑介绍,星寰在设计之初便保留了海珠广场原规划特色,除了大力支持和推动坐落在项目内的广州华侨博物馆即五仙门发电厂旧址的修复建设外,在建筑

设计中还吸取了广州母亲河珠江的流水灵感，T2及商场部分采用了退台式设计。

记者从广州市商务局了解到，广州正依托枢纽城市流量优势，“5+2+4+N”总体商圈布局已从“四梁八柱”崛地而起向纵深推进演变。目前新鸿基ICC、超级万象城、SKP、太古里等地标商业综合体已落户建设，推动“交通+商业+服务+消费”融合发展。



■ 星寰国际商业  
中心的无敌江景。

到正佳广场饱览海洋极地世界，去东山口打卡潮流消费，在livehouse嗨翻一首追梦之曲，到珠江琶醍绽放夜广州的妩媚……今年暑期，广州消费市场不断刷屏。从“千年商都”到国际消费中心城市，广州商贸领域里的“二次创业”正热火朝天进行中，商业载体、首店品牌及夜间消费体验在今年夏天集中井喷连连“上新”，让市民游客沉浸其中，流连忘返。

在暑期经济带动之下，广州全市社会消费品零售总额也稳步回暖。8月25日，广州市统计局发布数据显示，1-7月，全市社会消费品零售总额达6410.86亿元，同比增长7.6%，消费市场活力度持续上升。

■新快报记者 陆妍思



■ 广州大吉汇七夕主题音乐节。



■天德街夜夜火爆。



■ 王德广场每周末变换上演各类演艺活动。