

## 国际消费中心城市培育建设三年

## 引入近800家品牌首店，

2021年7月19日，经国务院批准，在上海市、北京市、广州市、天津市、重庆市，率先开展国际消费中心城市培育建设，千年商都广州作为唯一非直辖市中选。

近日，广州市发布国际消费中心城市三周年成绩单。新快报记者注意到，2021—2023年，广州共引进794家品牌首店（城市级别及以上），其中仅2023年便引入逾420家，首店总量超越前两年之和，“首店经济”呈井喷式增长。

记者近日走访发现，踏入暑期消费旺季，广州又将迎来一批品质首店：天河城一家稻香撤场，换来四家全新店铺，其中包括陶陶居·臻品、费大厨黑金店等两家全国首店，客语广州首家概念店；作为“首店收割机”，广州太古汇素来一铺难求，近日AlexanderWang在二层天桥过道“摆摊”等候固定店铺，这也是多个国际大牌挤进该项目所走过的“老路”；要数近年最受关注的首店业态，茶饮必定上榜，近期风很大的爷爷不泡茶被发现在茶饮界“黄埔军校”东方宝泰围档……

■新快报记者 陆妍思

析因

1 构建商圈+新开购物中心  
提供肥沃土壤

首店，是指市场中具备影响力与代表性的连锁品牌在某地或某地理区域范围内开设的第一家门店。

“广州首店经济，在最近三年取得了非常显著的成绩。”艾媒咨询集团创始人、CEO张毅接受新快报记者采访时认为，广州持续的商圈构建及大量的新增商业面积，为首店进驻提供了肥沃的土壤。

近年来，广州市结合构建“5+2+4”国际知名商圈体系，积极申请国家级载体试点，全国示范步行街入选1处，全国示范智慧商圈入选2处，全国示范智慧商店入选4处，城市一刻钟便民生活圈试点入选11处，入选数量在5个培育建设城市中均处领先地位。

据赢商网大数据监测，2021年至2023年，广州购物中心增量供应势头迅猛，其中2023年新开19家购物中心，带来125.8万㎡新增体量。

去年上新的购物中心中，不乏全国商管大咖首进广州的代表性项目。

2024年7月15日，作为全国首个亮相的“大悦汇”品牌，也是大悦城控股华南大区首开商业项目，广州黄埔大悦汇迎来开业一周年，这一租赁面积仅2.8万㎡的项目，交出了招商率100%、开业率99%、全年累计客流突破1000万人次、全场累计销售突破5.6亿元、累计会员人数突破20万人次的优异成绩。项目开业即引入110余家优质品牌，其中区域首店占比逾30%，其中包括首进广州的覓书店。

位于广州大道北梅花园地铁站上盖的信达金茂广场·益田假日世界是信达地产、中国金茂双央企布局广州的首个商业项目，同时也是负责经资

产运营的益田旅游商业进入广州市场“首秀”。项目规划了运动潮玩、家庭配套、精致生活、文娱体验及人气餐饮五大品质业态，其中首进广州或首进商圈的品牌占比同样超过30%。

“过江龙”来势汹汹，本土商管龙头也集中“秀肌肉”。

越秀商管打造的ICC环贸天地于2021年国庆前亮相，这是天河区商圈时隔12年再迎全新商业综合体，各大品牌“争崩头”抢位，梅赛德斯-AMG品牌体验中心、上汽奥迪品牌体验中心、越生活体验馆、LAVAZZA拉瓦萨、马爹利干邑世家旗舰店、寰映影城等多家华南首店、广州首店扎堆进驻。

去年广东粤海天河城集团接连上新亮眼商业项目。北京路天河城B区打造北京路商圈首个8000㎡沉浸情景体验的空中花园，并定位为时尚餐饮聚集地，引入酸奶罐罐、姆明咖啡等广州首店。粤海天地突破以往常规盒子式的购物中心传统设计，让珠江新城CBD再添“有天有地”的开放式新商业，引入耘景里·辉师傅主理、中式茶体验奈雪茶院、米其林星厨厨拾久、夜生活餐吧COMMUNE·X等众多高质量首店。

珠实集团旗下珠江商管项目珠江·星火1926作为德政街肉菜市场的改旧项目，位于人流量巨大的农讲所旁，吸引多家首店进驻，包括麦当劳&中信书店华南首店、潮豪轩广州首店等。广州潮豪轩美食餐饮有限公司董事长孟庆艳表示，之所以选择在这里开出广州首店，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、潮州艺术画等传统文化带进广州。



■AlexanderWang在广州太古汇二层天桥过道“摆摊”等候固定店铺。



■陶陶居·臻品全国首店开业。

2 消费能力、交通优势、政策扶持  
三大合力加持

“入驻城市是否符合品牌的形象定位、入驻城市的消费能力、品牌进入市场的战略地位是品牌商家选择某一城市开设首店的重要原因。”广东白云学院应用经济学院院长王先庆表示。

在“科尔尼”全球城市综合排名中，广州是5个国际消费中心城市中唯一实现三年连续上升的城市，2023年排名全球第55位，紧跟北京、上海位列第三。

数据显示，2023年广州居民人均消费支出为49480元，在5个国际消费中心城市中仅低于上海排名第二，反映了广州居民对高品质生活的追求。

张毅认为，广州得天独厚的交通枢纽优势，也是持续吸纳首店的重要因素。广州已实现1小时直达大湾区城市、2小时互通省内城市、3小时互达泛珠三角城市、4小时飞达RCEP主要国家、5小时联通长三角和成渝双城经济圈。今年6月，一张票一小时连通五城的“湾区大号地铁”通车后，沿线城市消费者都趁周末到“省城”吃喝玩乐，一大批“广州首店”成为了“流量密码”。

到达的方便度也令广州常年成为旅游目的地排行榜上的“稳定热门”。据统计，广州入境旅游人数（含港澳台居民）从2021年的164.77万人次增长至2023年的377.41万人次，规模在5个国际消费中心城市中排名第一。

“三年以来，广州首店开业的蓬勃态势，与广州开展国际消费中心城市培育建设出台相关政策的鼓励扶持是分不开的。”王先庆说。今年初，广州正式印发《广州市鼓励发展首店首发经济的若干措施》，对达到条件的，选择在广州开设首店的国内外品牌，择优给予最高300万元的支持。该措施从平台搭建、政策支持、细化政策实施，完善配套服务等方面发力，优化首店首发营商环境，助力广州形成首店首发促进机制。广州市商务局表示，接下来将鼓励商贸主体跨界经营、异业合作，打造一批“出圈破圈”、跨界融合的新场景新业态。

“正佳的发展得益于实实在在的政策支持。”正佳广场回应新快报记者时表示，除了品牌首店外，越来越多广受年轻人欢迎的IP快闪首展选择正佳作为第一站，如今年的卡皮巴拉夏日主题快闪全国首展、chiikawa的主题快闪广州首展、《咒术回战》第二季期间限定快闪店等。



■北京路天河城B区开业。