

# 广州“首店经济”井喷式增长



■庆春朴门广州首店,也是其迄今全国最大面积门店。



■爷爷不泡茶  
广州首店在东方宝泰围档。

## 探店·零售

## 天河“一圈独大” 国际大牌过道摆摊待“转正”

据 CBRE 世邦魏理仕统计,2021 年至今,外地进入广州的首店品牌,有 51.2% 为零售业态。从细分看,零售业态首店集中在时尚服装 45%、美妆护肤 13% 和珠宝配饰 12%。

广州太古汇素来被喻为“首店收割机”。据商场方面统计,开业迄今共引入约 230 个首次进驻



■天环 Parc Central 今年以来引入多家新店首店。

广州的品牌,包括众多国际一线品牌的首店及旗舰店,逐渐培育出广州最为集中的高端品牌生态,这也使项目成为华南地区最具代表性的高端购物中心。

今年以来,广州太古汇引入了 Salomon、Vivienne Westwood、Maison Margiela、LOEWE 香氛、Creed、Byredo、阿蒂仙之香等国际知名品牌广州首店,Acne Studios、Alexander Wang 等也相继设下广州首家快闪店,今年 5 月在上海开出内地首店的法国时尚品牌 American Vintage 被发现在负二层围档。

有趣的是,广州太古汇出租率常年登顶 100%,甚至连国际一线大牌都需要排队入场,如巴黎世家、Celine 等都是在走廊、过道等位置开设相当一段时间的临时店才得以“转正”。

广州太古汇表示,成熟的品牌生态和优质的零售氛围具有显著的示范效应,并形成良性循环,在实现商场品牌层级持续提升的同时,也能加快集聚优质的消费资源,有力地支持国际消费中心城市建设和推动城市消费提质升级。

同样位于天河路的天环 Parc Central 则成为年轻潮流服饰的首店聚集地。“作为广州首店风潮的引领者,今年以来,天环从潮奢服饰、高化香氛、先锋潮玩不同业态维度引入多家首店新店。”广州天环 Parc Central 招商总监陈竹宜 Annie 接受记者采访时介绍,今年以来进驻的首店包括 Ami Paris 华南首店、RUE MADAME 内地首店、Mardi Mercredi 广州首店、Bon Parfumeur 华南首店、EVE LOM 华南首店、POPSOCKETS 泡泡骚华南首店等。

几乎是与广州取得国际消费中心城市培育建设首批“入场券”同步,2021 年 7 月,彼时开业仅 3 年的广州 K11 启动大规模品牌升级。近日,广州 K11 向新快报记者透露,品牌升级已进入尾声,凭借其“文化零售”独特模式,引入包括 VALENTINO、Christian Louboutin、BALMAIN 等在内诸多国际知名品牌的广州首店。广州 K11 方面表示,未来将会有更多重磅的国际品牌、海内外设计师品牌及潮流品牌进驻,提升大湾区文化商业新格局。

## 挑战

## 首店经济 区域发展不均衡

近三年广州首店经济井喷式增长,但也面临区域发展不均衡的挑战。

CBRE 世邦魏理仕统计数据显示,2021 年以来,广州 59% 的零售首店在天河路,其次是珠江新城 13%、万博商圈 6%。其中,就国际品牌而言,77% 的零售品牌位于天河路,11% 位于珠江新城。也就是说,国际品牌广州首店高度集中在天河区。赢商网大数据也显示,2023 年进入广州的品质首店中,87 家位于天河区,令该区超额近两倍完成“全年 30 家”首店的目标,其后的越秀区与海珠区分别引入 27 家、25 家。

“天河路虹吸国际知名零售品牌首店,珠江新城也在国际品牌二店开设可选区域内,但目前广州其他商圈难以吸引知名品牌。”CBRE 世邦魏理仕广州分公司研究部负责人杨丰宁认为,广州商圈可在传统岭南文化特色方向发力,“虽然传统步行街北京路和上下九在吸引外地品牌广州首店方面较为欠缺,但东山口及永庆坊等特色街区,却对某些潮牌甚至国外品牌具有一定吸引力,如欧莱雅旗下的高端美妆品牌 Aesop 便将广州首店设在东山口。”

## 破局

## 打造“5+2+4+22” 多核引领商圈格局

不过,上述“一圈独大”的局面或将被打破。

去年,广州印发《广州市建设国际消费中心城市发展规划(2022—2025 年)》,并进一步编制了《广州市重点商业功能区发展规划》,统筹推进“世界级、都会级、区域级”三级商圈体系以及“5+2+4+22”商圈格局打造,形成多核引领、错位发展、均衡有序的商圈空间格局,将天河路—珠江新城商圈、广州塔—琶洲商圈、金融城—黄埔湾商圈、长隆—万博商圈、白鹅潭商圈定为 5 大世界级地标商圈,北京路—海珠广场商圈、大西关(上下九—永庆坊)商圈则打造成 2 个具有世界影响力的岭南特色商圈。

据赢商大数据监测,未来两年内,上述 5 大世界级地标商圈将迎来 142.8 万㎡商业增量,尤其是白鹅潭商圈将迎来华润在广州打造首个万象城项目,以及太古地产打造的聚龙湾太古项目,两大重磅级项目有望迎来一大批广州首店或二店布局。

此外,4 个枢纽型国际商圈——广州南站商圈、广州北站商圈、广州东部枢纽商圈、南沙湾(南沙国际邮轮母港)商圈,预计在 2025 年内将新增 62.6 万㎡商业面积,包括广州南站 ICC、广州北站免税旅游综合体等筹备项目,凭借独特的交通优势和发展特色,未来颇具看点。

为了进一步激活夜间消费活力,去年广州还通过《广州市关于培育羊城夜市先行区助力国际消费中心城市建设的若干措施》,提出 18 条具体措施擦亮“羊城夜市(Young 城 Yeah 市)”城市夜间消费品牌。今年,首批 15 个都会级羊城夜市先行区名单正式出炉,覆盖全市 11 区,有大到全国闻名的城市级商圈,有“小”到烟火气十足却不失潮流的邻里社区、街区,也不乏独具文娛、生态、休闲等特色的优质项目及融合片区,标志着广州夜间经济发展迈上新的台阶,推动国际消费中心城市建设的再加速。

## 探店·餐饮

## “食在广州”名不虚传 网红店每天取号 1000 桌

所谓“食在广州”,赢商大数据显示,去年广州全新开业的品质首店中,餐饮品牌最多,占比高达 43.8%。

7 月 16 日,陶陶居·臻品全国首店在天河城 7 楼开业迎客,该位置的前身是稻香。稻香原本占据整层约一半面积,超过 1500㎡,于今年 2 月撤场后,该位置被迅速接盘,除了陶陶居·臻品拿走约 800㎡外,剩下由费大厨、客语、the eating table 三家瓜分。值得一提的是,这四家店诞生了两家全国首店、一家广州首店,除了陶陶居·臻品外,客语将开出以客家围屋为设计原型的广州首家概念店,而费大厨则将开出全国首家黑金店。

很多人还记得费大厨首次落户广州时的火爆场景:2023 年“五一”期间,费大厨正佳店每天取号均在 1000 桌以上,餐厅翻台率达到

1200%。从上午 10 点开餐到晚上 10 点闭店,顾客连续 12 小时排队不间断。去年 8 月,正佳广场又引入了新川味连锁餐饮麻六记华南首店,同样引爆人流大排长龙。

据世邦魏理仕发布的《2024 年上半年广州房地产市场回顾与展望》显示,今年上半年餐饮新店铺成交占比达到 45%,其中茶饮咖啡甜点占比高达 24%。

近日,不少茶饮爱好者发现爷爷不泡茶广州首店在东方宝泰购物广场围档。今年上半年,东方宝泰引入了三家全国餐饮首店,包括袁记云饺的猜想全国首店、八重胜·洋食屋全国首店、布吉海全国首店。东方宝泰方面表示,“为了满足不同层次的客群,在招商层面上,多元化首店品牌是我们的重要方向。”

在天汇广场 igc,消费者能找到

多家屡获米其林以及黑珍珠星级的著名餐厅,近期便引入了杭州素食天花板、2023/2024 年蝉联米其林推荐餐厅及大众点评必食榜的庆春朴门,由华语乐坛顶流歌手林俊杰主理的咖啡品牌 miracle coffee 华南首店,均吸引了大量消费者前来排队打卡。

朴门星球创始人、董事长严建军告诉新快报记者,庆春朴门天汇店以火星为设计灵感呈现品牌首家星际餐厅,1200㎡经营面积也是品牌迄今全国最大门店,开业首日接待顾客逾 1400 人。

天汇广场 igc 表示,在餐饮业态招商上,商场重点引进亚洲乃至国际顶级餐饮品牌及时下年轻人喜欢的优质餐饮品牌首进内地、华南市场,利用餐饮业态建立差异化标签,进一步明确“广州米其林星厨美食地标”的定位。