

# 从量变到质变 重塑消费地图



▲广州K11元旦客流创新高。



▼聚龙湾太古里。



▲广州太古汇“神驹迎春·花灯锦绣”马年新春展览融入佛山彩灯国家级非遗技艺。

▼国际视觉艺术家阮菲菲。



## 首发空间

### 从单核到多核 城市商业地图的重塑进化

如果说首展与首店是商业进化的“软内容”，那么“首发空间”就是承载一切的“硬载体”。岁末年初，广州多个商业项目迎来密集式开业或焕新，呈现多点开花、全域繁荣的新景象。

番禺长隆万博商圈迎来汉溪K11、新华里文化综合体的集中开业，其中汉溪K11定位“把生活、自然、艺术串起来的日常空间”，打造四大主题露台花园，三层鲸鱼花园的大型游乐装置由丹麦MONSTRUM团队设计制作，开业后迅速成为家庭带孩客群聚集地。洞察到有宠一族的需求，项目还打造宠物友好型购物中心，场内不仅设置宠物专属通道、宠物友好电梯、休息区和专属厕所，还提供宠物推车租赁、宠物清洁包等设施和服务。统计显示，汉溪K11启幕首周就吸引近70万人次到访，为该区域商业注入新活力。

在白云区，继夏茅村级工业园改造项目白云湖金铂天地迎来开业后，金铂商业与萧岗经济联社去年12月正式签约，总投资超30亿元、总体量达46.5万m<sup>2</sup>的“广州白云新城金铂商业总部”落地白云新城核心区域。金铂集团董事长杨秋光表示，项目将以广州首座金铂系高端商业标准建设，规划采用新一代LIFE MALL模式，打造以“公园式生态自然社交中心”为目标的24小时城市客厅，回应消费者对非目的性消费的需求。

同样是在去年12月，原百信广场西区正式更名为“广州白云万象汇”，定位“邻里家庭欢聚中心”，是华润万象生活在广州落地的首个“万象汇”项目，与正在建设中、预计2026年开业的广州首座“万象城”——白鹅潭万象城形成战略呼应，共同勾勒华润万象

生活在穗的商业拓展蓝图。至此，华润万象生活旗下“万象汇”与“万象城”两大核心产品线已在广州完成商业布局。华润万象生活负责人表示，“未来将持续加码多元产品线布局，以更加丰富的商业形态助力广州国际消费中心城市建设，为城市发展注入崭新活力。”

而白鹅潭万象城所在地的荔湾区白鹅潭，更是喊出了“让世界重回白鹅潭”的发展宏愿。白鹅潭自古便是中国面向世界的重要通商窗口，如今白鹅潭正重拾荣光，打造世界级地标商圈。去年12月22日，广州荔湾山姆会员店正式迎客；12月23日，聚龙湾太古里项目首开区开放——连续两天，广州白鹅潭商务区三大重磅商业两子落地，迈入商业能级全面爆发的新阶段。

聚龙湾太古里是全国首个滨水太古里，项目深度挖掘荔湾老城区的岭南底蕴，结合珠江滨水资源、百年榕树景观以及原有工业仓遗存，营造出“珠江边、榕树下、古仓内”的独特场景体验，并在业态组合、空间设计、文化活动中紧扣广州的商贸传统与悠闲宜居的城市性格，植入“饮茶”“赏花”“慢活”等广式生活基因，成为广州“老城”市新活力”的商业注脚。

“开街”仅短短一个月，聚龙湾太古里已迅速成为当地年轻人的社交聚集地、家庭休闲的优选场、外地游客感受广州城市魅力的窗口，以及连接本地社区的情感纽带。未来项目将持续开放商业空间，优化业态布局及体验，真正成为“为广州而生”的滨水生活目的地。

值得一提的是，广州已经成为继上海之后，内地第二个同时拥有“太古里”与“太古汇”双旗舰项目的城市，目前广州太古汇正进行“双升级”

重磅工程，以总价21亿元拿下文化中心地块，将翻新成为新增高级零售部分，此外裙楼汇坊也在升级改造中，双项目于2027年改造完成后，广州太古汇商业规模将达到20万m<sup>2</sup>，较之前扩容了1/3，可极大提升项目的容量和品牌能级。

“太古地产在广州零售布局的进一步深化，也彰显了我们对这座千年商都长期发展的坚定信心。未来两个项目将形成协同效应，共同成为广州乃至大湾区的零售标杆。”太古地产零售业务董事韩置表示。

从上述全新商业项目布局可以看出，广州商业已从过去很长一段时间主要由天河路、北京路等老牌商圈主导，而如今正变得史无前例的“多核化”。

据CBRE世邦魏理仕发布统计数据显示，展望2026年，广州将有58.6万m<sup>2</sup>的新增供应投入市场，分布在天河、海珠和荔湾，大部分由国内或本地知名运营商运营，预计为所在区域甚至广州带来新鲜的物业及品牌体验，也将有利于加速新兴商圈的成型。

“这两年的新增供应项目及存量改造，除了来自国内知名商业物业开发商外，还有一些是存量项目引入知名运营商而重焕新生。2025年以来，随着阿那亚的热潮兴起，以及聚龙湾太古里和船台1914的逐步面世，广州进入‘非标’商业集中供应期，给消费者带来更丰富的零售体验，同时也带领广州商业进入更具竞争力的新阶段。”CBRE中国区战略顾问部 | 商业咨询负责人钟廉军表示。这些“非标”商业跳脱传统购物中心的做法，以“情绪价值”为核心定位，提供差异化场景，彻底打破广州单核时代的载体稀缺困局。

## 顶层设计

### 从政策引导到生态培育 商业活力的系统支撑

岁末年初，广州首展、首店、首发空间等“三首”集中爆发的背后，是庞大的消费基数和强劲的增长势头，为广州商业多点布局提供了坚实基础。

自2021年起，广州社会消费品零售总额就与进出口总额一起双双“破万亿”，并逐年稳步增长，2024年社零总额较2020年增长19.9%，2025年再增5.5%，首店经济、夜间经济、主题活动等新场景繁荣活跃。

《广州蓝皮书：广州国际商贸中心发展报告（2025）》显示，2024年，广州国际消费中心城市建设取得了一系列成效，推动商圈多核发展，打造“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，认定首批15个都会级羊城夜市先行区，建设3个中西特色美食集聚区，广州塔广场正式开业并积极创建国家5A级旅游景区，成功获批开设市内免税店。而优质消费资源的集聚，也进一步反哺广州商业的活跃度。

商业的升级进化离不开顶层设计。为积极推动首发经济发展，广州出台《广州市鼓励发展首店首发经济的若干措施》提供政策支持，对首店首发项目择优给予最高300万元的奖励。

2025年，广州市首发经济培育发展促进中心成立，其负责人李英介绍，中心将构建常态化服务体系，为品牌、企业提供政策咨询、品牌培育、运营管理等相关服务，扩大标杆影响力。同时该中心升级发布的《广州首发空间指南2.0》重点精选并推动打造一批品牌首店集聚、新品集中展示发布的优质空间，为国内外品牌搭建集首发、首秀、首展于一体的综合服务平台，着力将商业体变为“产业片场”。数据显示，2021—2024年，广州首店数量年均增长25%，超600家国际品牌入驻。截至2025年10月，广州累计引进首店已近1800家。

从天河路到白鹅潭，从“卖商品”到“卖体验”，广州商业的这场深刻变革，远不止是项目数量的简单增加，它更是一次商业逻辑的重塑，一次城市空间的价值再造，更是一次千年商都在新时代的文化跃迁。

当艺术展演、首店矩阵与创新空间交织共生，当历史底蕴与国际视野碰撞融合，广州正以开放、多元、活力的崭新商业图景，回应着人们对美好生活的向往。这座千年商都的商业进化之路，已然成为观察中国消费市场转型的一扇生动窗口。



▲广州白云万象汇。



▼汉溪K11鲸鱼花园。