

梁溪区“首店”数量超二百家

长三角九城区“首店经济联盟”在锡签约

本报讯(晚报记者 陶洁)今年上半年,无锡梁溪区招引“首店”65家,截至目前,全区拥有首店数超过200家。8月21日上午,聚首梁溪·2023梁溪区首店经济发展大会在无锡君来洲际酒店召开。大会聚焦新经济、新场景、新消费、新业态,旨在展示梁溪优质商业资源、共商首店发展前景,助力无锡建设“美食之都 购物天堂”。

随着各大国际品牌、国内领先品牌、网红品牌的进驻,梁溪区首店数量逐年增多,在梁溪区的各大商圈,首店竞相首秀,助力无锡打造国际消费中心城市。在梁溪,有全无锡最多的首店品牌,超200家首店品牌可以满足各式“年轻态、国际范”消费格调;有全无锡最热门的餐饮,打开大众点评等美食评价软件榜单,梁溪的餐饮企业上榜比例超过7成;梁溪还

拥有全无锡最多的连锁咖啡品牌和独立咖啡馆,一批深度融入梁溪街巷韵味的无锡本土品牌咖啡馆已成为众多年轻消费者追捧的网红打卡地;有全无锡最多的高端商业体和全市唯一一条省级示范步行街。这些,都为各类消费群体提供了“尝新尝鲜”的丰富选择和体现“品质品味”的时尚潮流服务体验。

商圈破局,首店先行,首店经济已发展至3.0时代。今年,随着运河汇等潮流街区的开街和不断走红,“首店”不断多元化发展且展现效益外溢。当日,《2023梁溪首店经济发展报告》新鲜发布。报告中的数据调研显示,梁溪已成为无锡乃至江苏的首店发展沃土,受到众多知名品牌偏爱。仅今年上半年,梁溪招引首店65家,数量全市领先。目前,梁溪区拥有全市数量最多、质量最优、品牌最

新的“首店”品牌,首店经济擘画出一幅动态万千的消费新景象,数量和热度居高不下,“购物天堂”所特有的“溪”引力蒸蒸日上。大会现场,一批重点项目、新落地“首店”品牌签约——大润发M会员店、网易(无锡)联合创新中心等16个重点商贸服务业产业项目即将落地梁溪。Prada beauty、莱德拉、Manner等65个梁溪首店品牌也即将在崇安寺、恒隆广场、运河汇、惠山古镇等梁溪重要商业载体先后落地。

会上,上海市黄浦区、南京市鼓楼区、苏州市姑苏区、杭州市上城区、宁波市鄞州区、合肥市庐阳区、合肥市蜀山区、无锡市梁溪区、南通市崇川区等长三角九城区签约共建“2023年长三角首店经济发展城区联盟”,进一步推动长三角地区首店首发、特色品牌、餐饮文旅等商业领域的合作

与交流。

梁溪区首店经济的蓬勃发展,离不开政策引导与支持。今年4月,梁溪区发布了《梁溪区首店经济发展三年行动计划》,从顶层设计和具体路径上进一步推动首店经济发展。通过开展“梁溪有品”品牌培育行动,加快老字号产品迭代更新,塑造后街生态圈,预计到2026年,落户梁溪的各类首店数量将超过400家。另悉,梁溪区对知名消费品牌在区内开设市级以上首店(含市级),首年销售额(营业额)达到500万元且独立注册法人公司,经评审择优给予载体运营方或团队人员最高5万元的一次性奖励。对首次获评黑珍珠等国内外知名餐饮榜单的餐饮企业,给予运营管理机构10万元的一次性奖励,对非首次获评的餐饮企业,给予运营管理机构5万元的一次性奖励。



七夕至 鲜花俏

8月21日,消费者在锡城一家花店选购鲜花。

随着传统节日七夕节的到来,不少消费者前往各花店选购鲜花送给心上人,表达爱意。

(还月亮 摄)

下午茶、晚餐、酒馆、洋快餐全链铺开 “七夕”氛围拉满

本报讯 今年“七夕”虽逢工作日,但节日氛围始终浓厚。昨天采访了解到,锡城餐饮饭店“七夕”当夜堂食订单不断,无论是热门餐厅还是星级酒店,都“收成颇佳”。从下午茶到浪漫晚餐到坊间酒馆消夜,无锡商家全程营造“七夕”氛围,就连洋快餐也推出了“七夕价”,情绪价值完全拉满。

市民小唐提前一周预订了锡城一家知名餐厅的“七夕”双人套餐,想给女友一份“专属的心意”。他说,虽然每逢佳节都会想些仪式感的“招式”,但作为中国传统的情人节日,七夕表达心意最贴切。更重要的是,锡城商家的确太会了,无论是标价还是菜品,都是“表白系列”,衬托得男士诚意十足。记者在泓历新禧酒店看到,标价520元的浪漫七夕双人餐,不仅有脆皮乳

鸽、木瓜炖雪蛤、小米炖辽参、红酒文火牛肋骨、芝士黄油焗小青龙等高品质菜肴,还特意提供桃红气泡酒、银耳莲子羹烘托气氛。酒店相关负责人表示,套餐销量很好,食物上佳是原因之一,更重要的是“无处不表白”的氛围感。

尽管今年的七夕节与市场“818”促销十分相近,但不少星级酒店还是为七夕“独立营销”。业内人士表示,与普适性更高的“818”相比,七夕客群更精准,到达率也更高,不失为中秋节前的最佳营销点。各大酒店果然下足功夫。据了解,君来湖滨饭店推出“湖心约会”的噱头,以“告白气球”晚宴定下浪漫基调。消费者还能免费入场“邂逅之夜”,在畅饮鸡尾酒中微醺片刻。太湖饭店则推出777元的七夕限定套餐,黑丝绒红玫瑰专属礼遇。梁溪饭

店的1314元情侣套餐不仅有吃有住,还有东林书院的手作体验。除了传统晚餐消费外,一些酒馆和餐厅从下午茶开始就布局“七夕”,确保当天满满的浪漫与幸福感。

线上平台的七夕预订场面更广。在美团平台上搜索关键词“七夕”,立刻出现送礼物、情侣蛋糕、情侣餐厅、电影、送鲜花等九大细分行业商家。美团方面相关负责人表示,生活服务业预计在“七夕”迎来全年交易高峰,提前预订七夕当天餐厅的订座量较去年同期增长185%。高品质海鲜火锅、蒸汽海鲜自助等鱼鲜类供给,因契合当今消费者健康、减脂的需求,也成为七夕约会热门之选。过去一周,大众点评上,“海鲜自助餐”的搜索增长164%,且增幅不断上升。

(天易)

“夜市嘉年华” 吹来新时代文明风

本报讯 交通安全三句半表演、人社政策解读、便民服务、非遗演出……近日,以“惠高新夜·遇见文明”为主题,惠山高新区(洛社镇)推出“夜市嘉年华”,把文明实践阵地打造成市民纳凉消暑的好去处,用最嗨的消暑方式点亮市民的“夜生活”。

“太湖儿女斗敌寇,名垂千古放光辉……”舞台上,锡剧《太湖烽火》精湛演出引来观众阵阵叫好声,精妙绝伦的“凤羽龙”让非遗文化魅力再现;舞台上,孩子们围坐在一起,聆听非遗传承人的故事,剪纸、拓印也玩得不亦乐乎。在热闹的夜晚,“夜市嘉年华”让文明实践更接地气。

据介绍,“公益集市”抓住夜市“流量”,聚焦群众喜爱的便民服务,精心设置了多样的集市摊点。为守护辖区居民安全防线,公益集市还特邀相关部门宣传条线人员,以讲故事、拉家常的方式,警示群众警惕各类诈骗,出行注意交通法律法规。

据了解,此番,夜市嘉年华突破传统集市模式,导入绿色阅读·护苗成长、网信桃娃普法宣传、社保咨询等多种元素。丰富多彩的活动为群众夜生活提供了更多选项,也让城市“烟火气”更文明。

“继续探索夜市嘉年华新模式,打造出具有地域特色的文明实践新风尚。”惠山高新区(洛社镇)相关负责人表示,将分片区、分形式、分群体有序开展夜间文明实践活动,融文艺演出、文化体验、志愿服务等为一体,让老百姓在家门口纳凉的同时,享受惬意的新时代文明新风。

(黄振)
(受访者供图)

