

多家高端品牌落户深圳卓悦中心

首店经济为消费添活力 增动能

刘泽玮 本报记者 智文学

英国伦敦的手工自行车品牌 BROMPTON(华南首店)、奢侈品高定婚纱品牌 Vera Wang(华南首店)、3000 平方米的潮玩博物馆 X11 深圳首店……日前,随着位于深圳中心区卓悦中心北区的开门迎客,这些区域品牌首店成为消费者热捧的网红打卡地。

从追随潮流到定义主流 消费新供给激活大商机

“首店经济一直是‘客流发动机’,卓悦中心本身又位于深圳市的 CBD,福田的中央活力区,区位优势加上商业旗舰服务自然会形成消费强磁场。”据卓悦中心相关工作人员介绍,新落成的潮玩博物馆 X11 拥有两层楼的超大空间,可容纳 1 万多款流行潮牌玩具,来自英国伦敦的手工自行车品牌 BROMPTON(华南首店)和高定婚纱品牌 Vera Wang(华南首店)让潮流涌动的街区多了高端文艺和自我志趣的表达。虽然目前 Vera Wang 还在装修中,但周边艺术潮玩买手

店 Urban Shelter、vintage 中古店 GUGUS、睿秋中古以及美学家居品牌梵几 FNJI、高端儿童早教机构思普润 Spring、西西弗书店、FUSION 热炼健身等业态均已入驻,与已开业的 CGV 影城、Ole 精品超市、奈尔宝家庭中心等品牌形成体验业态矩阵,满足了不同年龄层消费者的多元化需求。

资料显示,于 2019 年开业的福田卓悦中心项目由 3 座 Mall、1 条大街、2 座独栋组成,属于典型的 TOD 商业综合体,地理位置优越,实现集中式商业及开放式街区的有效结合,其中长达 800 米的大街贯穿项目南北,将市政中心与金融中心、商业中心连成一片,是深圳唯一的“三区一大街”和真正的“大 CBD”。

中心在设计上融合了时尚与艺术,建筑外立幕墙金属铝板元素、大街入口处的《预言者》雕塑、喷泉广场上的公共装置《云樽》与夜晚光影交织,在国潮与现代气息交汇间打造出了一个沉浸式高端商业街区。

进入新近开业的卓悦中心北区,人来客往,以“新势力·潮北去”为主题宣传充分体现了注重消费品质、品牌态度、体

验感等消费主流观点,融入潮流、多元生活理念表达的沉浸式体验空间、社交场域成为吸引众多消费者停留的聚集地。

“方便、快捷、有品位、有态度,还有众多其他地方找不到的品牌和体验项目,当然更愿意来这里。”在福田 CBD 工作的李小姐表示,卓悦中心已成为她和同事午休的“老地方”,工作繁忙之余逛逛国潮玩具、看看书、体验一下新能源汽车都是一种放松。而今年春节期间,她还带着家人驱车从十公里外的龙华来到卓悦中心逛花市。

北有庙会,南有花市。众所周知,广东人是“唔行花市,唔算过年”。今年春节期间,卓悦中心在推出“我不是胖虎”华南首展的同时将 800 米中央大街化身亮丽花市风景线,让闲虎饮茶、暖虎例汤、萌虎下山、潮虎搵食、胖且生气等趣味场景与桃园梦境、花漾青春、圆梦森林、百舸争流、繁花憩地等新春花境相辅相成、交相辉映,营造出浓浓的年味儿,引来超百万人参观。商业地标由此晋升为城市人文景点。

延伸人、货、场的生活美学 让“烟火气”更吸睛

吸睛,是卓悦中心自启幕以来留给大众最深刻的印象。传统的 CBD 商业综合体强调金融、商业、服务等功能,而走进卓悦中心你会发现,在人、货、场之外,文化娱乐、旅游休闲、购物消费以及商务酒店、生活居住等多种功能被强化,而且形成了融合发展、互为肌理的发展之势。这一点在“吃”的方面表现得最为突出。

据了解,于 2019 年启幕的卓悦中心,以“米其林+黑珍珠+首店”的特色餐饮和“社交轻餐+夜经济场景”的餐饮矩



▲X11 深圳首店
▲M STAND 咖啡

阵组合享誉深圳。

每当夜幕降临,烟火气成为街区最温暖的风景区。

卓悦中心的商业区聚集了多家高端餐饮品牌:黑珍珠二钻餐厅雍雅合鲜(华南首店)、高端日式 Omakase 植庭寿司、珍庭潮州菜、炳胜品味、新长福、禧樽海鲜火锅、WANGSTEAK 王品牛排(全国首家升级高端店)等。此外,花厨(华南首店)、AUVERS(中国首店)、人气西餐品牌 The Eating Table(深圳首店)、巴奴毛肚火锅(华南首店)、奉天小馆(华南首店)等人气餐饮的首店落户于此。山池咖啡(全国首店)、荷木、M STAND、BAKER'S BASE、trunk+咖啡、树懒咖啡等慢生活品牌,演绎着悠闲雅致。每个人在这里都可以找到自己喜欢的美食和青睐的场景。

值得关注的是,社交平台上亚洲 50 佳、米其林一星法餐核心团队推出的“法餐+酒馆”品牌 L'Avenue 华南首店犹如一颗明珠,以独栋建筑形态坐落于卓悦中心北区,复古的外形与现代的光影交织

毫无违和感。

酷爱新能源和电子产品的张先生在下班后来到了卓悦中心,先体验了一把华为旗舰产品,又逛了潮玩博物馆,最后和朋友相约去中央大街旁的餐吧。他说:“这里有我们想要的一切消费场景,丰富而包容。”

换句话说,卓悦中心是一个很受“Z 世代”新消费主流人群欢迎的场景,持续迭代、创新的消费产品与不断提升的服务,激发了新消费大步快跑,带动了商圈活力迸发,后劲强劲。

据卓悦中心相关负责人介绍,餐饮带来了十足的人气,也促进了商品、服务从传统的人货场关系积极蝶变为以人为主题、消费需求为导向的生活场景精准化、精细化打造上。数据显示,2021 年深圳社会消费品零售总额达 8664.9 亿元,居全国第五,新消费市场持续向好。接下来,卓悦中心将持续挖掘新消费市场潜力,努力打造深圳高质量消费地标。

(图片由卓悦中心提供)



图为卓悦中心外景

促消费扩内需 共享美好生活



中国商报 中国商报网

砂之船商业管理集团有限公司
商联奥莱(北京)商业运营管理有限公司