



工厂开在鹤山,贸易销售部设在蓬江万达广场,这是梦霖卫浴的“生意经”。“我留意到有不少企业正在蓬江区布局,这一趋势将会愈发明显。”梦霖卫浴负责人秦后荣说,在中心城区设立贸易销售部有诸多显著优势,一方面,便于人才引进和团队管理;另一方面,中心城区生活配套设施更为完善,连锁店更多,又临近大型商圈,商务接待更为便利。

市委书记陈岸明指出,蓬江区要做好城市经济这篇文章,进一步发展楼宇经济,着力把楼宇变园区,激发活力。

连日来,记者走访发现,楼宇经济、商圈经济、首店经济在蓬江主城区呈“三花并蒂”之势,而且捆绑发展,“你中有我,我中有你”。虽然受开发较早、人口增量有限、空间不足等因素制约,碰到了一些瓶颈,但“三路并进”势头未减。

文/邓少军 任佳燕 图/刘淑君



# 楼宇经济 商圈经济 首店经济 城区经济发展“三花并蒂”

## A 楼宇经济 “上楼强链”,向高空求发展

“一幅楼宇胜似一条街”“一幅楼宇相当于一个工业区”,发展楼宇经济是加速现代服务业发展的必由之路。

市委十四届七次全会报告提出,要完善支持服务业发展政策体系,加快研发设计、信息服务、检测认证等生产性服务业专业化高质量发展,推进生活性服务业多样化高品质发展。

蓬江区是我市主城区,环市街道则是主城区中的主要街区。放眼蓬江区环市街道的迎宾大道,一座座现代化的商务楼宇拔地而起,营造出了浓厚的商务氛围。

作为蓬江区较早建成并投入使用的高端商务写字楼,中信银行大厦在2012年投入使用,承载着城市发展的记忆。江门市营商管理服务有限公司是目前中信银行大厦的管理方,其董事长苏启翔深耕商业管理领域10多年,见证了蓬江区楼宇经济的发展历程。

苏启翔说,楼宇经济发展是一个地区经济发展的印迹。

“投入使用初期阶段,我们精力都集中在发展高端服务业上,主打金融行业,当时对面的广州银行、兴业银行还没有引进,中信银行大厦的建成奠定了这一片区的金融中心地位;第二个阶段是江门进入‘大基建’时代,伴随着江门大道、中开高速等大型基础设施项目的建设,中电建等‘中字头’企业成为写字楼的重要租户,在这里设立总部,进行大基建项目的规划和管理;第三个阶段是国家提出发展互联网经济和大众创业、万众创新时期,写字楼迎来互联网企业及相关融资、小额贷款公司的入驻,包括百度、美团等。”苏启翔说。

据统计,目前,中信银行大厦进驻了中信银行、招商仁和人寿、珠江人寿、中信证券、盈科律所、卡迪共享等70多家企业,写字楼出租率达70%。

四年前,亚太地区最大的律师事务所盈科律师事务所落户江门,在中信银行大厦设立江门分所。“当时总部布局时,考虑到江门有侨乡背景深厚、对外交流活动频繁、外贸企业发展蓬勃等特点,而中信银行大厦位居城市中心,有良好的地理位置和便捷的交通网络,更是当时城市的地标,能为我们提供良好的商务环境。”盈科江门律师事务所执行主任张彤表示,盈科江门还与位于同一大厦的五邑公证处形成资源互补的良好互动,有效整合了海外资源与本地优势,共同推动企业与本地市场的融合发展。

像中信银行大厦一样,蓬江万达广场写字楼、健威广场写字楼、汇悦·大融城办公中心等,都吸引了不少企业入驻。

记者走访了解到,蓬江万达广场目前已有海康威视、大华股份、中国平安、中国人寿、博富控股、美年大健康等行业前沿企业进驻,更有不少制造业企业在此设置直播基地、办事处等;健威广场则以金融、银行、保险等高端服务业为核心,面向中高端商务企业精准招商,其A栋写字楼企业进驻率达90%;汇悦·大融城定位为超甲级商务办公中心,目前已有交通银行、中国石化、AIA保险等多家世界500强企业进驻办公;珠西创谷(江门)科技园为园区企业提供“商务+科技+金融+咨询”的一体化园区服务,2022年至今入驻企业127家(已有12家企业到期退场),其中今年新入驻企业6家,已出租面积13028.4平方米;汇悦·大融城由旧厂房改建而成,是一个集文化创意、休闲娱乐、体育健身、餐饮消费于一体的生活艺术创意园区,目前入驻企业19家。

据统计,目前,蓬江区全区商业楼宇总数不超过100栋,楼宇总建筑面积不超过150万平方米。积极推动楼宇变园区,推动“上楼强链”在蓬江区已经成为共识。

梳理发现,从20世纪90年代至今,我国楼宇经济发展经历了从单纯提供“空间”的1.0版,到“空间+配套+服务”的2.0版,再到“空间+产业+运营”的3.0版三个阶段。目前,蓬江区楼宇经济尚处在2.0版向3.0版的过渡阶段,整体发展水平不高。

据分析,随着近10年的大力开发建设,蓬江区土地存量资源虽有富余,但同时楼宇经济发展结构较为单一,土地、建安收入成为经济收入的主要来源,相应的高新科技、CBD商圈、居民服务、文化创意、数字、电商等产业尚未形成规模。这一现状已经成为楼宇经济发展的瓶颈。

而楼宇经济作为以集约化为本质的经济形态,有利于蓬江区服务业特别是现代服务业的发展,符合全市金融、科技、文化等相关产业向楼宇区转移的趋势。向空间求发展,向楼宇要效益,可以促使蓬江区经济进一步可持续发展。

为了加快楼宇经济发展,蓬江区正致力于盘活存量资源,提升楼宇品质、增强运营能力;创新招商方式,精准谋划开展楼宇招商;坚持规划先行,优化楼宇经济发展格局;打造特色楼宇,谋划重点项目,加快产业集聚;优化配套服务,增强楼宇经济竞争力;完善支持政策,引导楼宇经济持续发展。

## B 商圈经济 北移之势造就商圈顶流

11月20日,人人乐江门店发出歇业清仓告示,定于11月30日歇业。记者实地探访发现,在人人乐江门店一楼,许多商家已经撤离,显得空空荡荡,有一家卖床上用品的商家正在降价甩卖。人人乐超市则是大门紧闭。

这家开业23年的江门老牌商场位于江会路,地处蓬江、新会、江海三区的交会处,是许多江门人的童年回忆。它的歇业,一方面是因为互联网经济对传统实体店的冲击,另一方面也与主城区商圈北移有关。

江门健威商业管理有限公司总经理肖涛于2005年来到江门发展,一定程度上见证了城区商圈的发展变迁:“据我观察,江门商圈转移基本以10年为一个周期,最早是港口路的优越美莎商圈、胜利路的地王商圈,之后是迎宾大道的益华商圈,再到如今白石大道的环五邑华侨广场商圈,未来更有望向北新区、滨江新区拓展。”

目前,在主城区中心街区环市街道,已经形成了商圈顶流:汇悦·大融城和兴广场—万达广场—健威广场—环五邑华侨广场商圈。

每当夜幕降临,华灯初上,该商圈人流如鲫,热闹非凡,“烟火气”十足。据分析,商圈作为商业活动的集中区域,集中了各类商业机构、服务机构、金融机构、餐饮娱乐场所等。

以汇悦·大融城项目为例,该项目于2014年开业,聚合了写字楼、公寓、购物中心三种业态,总体量21万平方米,购物中心体量达12万平方米,已成为江门时尚标杆及潮流领地。汇悦·大融城2023年总销售额超13亿元,今年前10月实现销售额超8.02亿元。

尽管如此,汇悦·大融城负责人程亿沧也“喊难”。他认为,品牌招商的一大难点在于江门的人口基数相对较小,投资风险感知较高,导致许多品牌望而却步。同时,消费者变得“精明”,线下消费更为谨慎。

程亿沧说,今年消费端下潜明显,环五邑华侨广场商圈作为江门的中心商圈,整体销售额和经济指标面临压力。“高端消费和大额消费持续下降,消费者更加倾向于选择物美价廉的商品。黄金销售因价格上涨而下滑近40%,需要从其他业态补充销售额。电子产品和年轻人情绪价值消费方面略有增长,但体量比较小。”他说。

汇悦·大融城正在调整新业态规划,以满足消费者需求,确保现金流;同时,引进高端化妆品等偏高端的消费,希望留住本地高端消费。接受采访时,程亿沧提到需要政府加强引导和支持。

肖涛也认为,当前江门商圈竞争已趋于白热化,部分同质化。

面对经济放缓、消费疲弱及线上电商的冲击,线下商圈面临重重挑战。为此,环五邑华侨广场商圈各个商场奇招频出。比如汇悦·大融城拥有多家主力商户品牌,已成功打造多个主题街区,其中“茶饮街区”“江门新能源汽车集聚区”“潮流街区”“蜜语园女性街区”等多个主题街区,成为江门年轻潮人时尚聚集地及休闲中心,形成差异化的竞争优势。健威广场则以活动驱动业态发展,将“小众文化”聚成“大众客流”。市民陈丽是二次元爱好者,今年因在健威广场举办的一场动漫活动,开始成为健威广场的常客。“从装饰、活动内容上都能感受到这里二次元氛围比较浓厚,更符合年轻人对于活力的追求。”陈丽说。

“我们招商组经常外出考察周边城市的优秀做法,江门本身有发展动漫的渊源,年轻的消费者也愿意为情绪价值‘买单’,但尚未有商场专注于动漫主题,所以我们因地制宜,打造了江门首创的动漫主题商场。”健威广场董事长助理赵凯说,通过快速考察周边城市的二次元园区,健威广场3个月内有4家二次元店铺成功开业,还成功举办江门首届次元mini动漫盛典,吸引众多二次元爱好者前来“吃谷”“打卡”。针对年轻客群的需求,健威广场还相继举办宠物嘉年华、非遗火舞剧、承办蓬江区首届中医药文化夜市等特色活动,并致力于做有人情有温度有态度的本土商场。

据悉,为推动商圈持续健康发展,蓬江区在蓬江万达广场成立了商圈党委,建成环五邑华侨广场商圈党群服务中心。环市街道还在商圈周边打造了茶饮、民宿、文创工作室等新的网红店以及簪花仁寿一桂芳夜宵经济街区等新的“打卡”热点。

## C 首店经济 品牌与城市的“双向奔赴”

2020年,LV集团旗下的化妆品品牌丝芙兰在健威广场开设了江门的门店,成为当时较早进驻江门的高端化妆品品牌之一。

“选择落户健威广场主要是看中商面向中高端客户,与我们的品牌特性相符合;同时当时江门在高端化妆品市场方面存在空白。”丝芙兰健威广场负责人卢婉莹说。

首店经济是一个区域利用特有的资源优势,吸引国内外品牌在区域首次开设门店,使品牌价值与区域资源实现最优耦合,以及由此对该区域经济发展产生积极影响的一种经济形态。据统计,环五邑华侨广场商圈作为江门市的商业核心区域,品牌数量多达480余个,其中旗舰店与“首店”的占比约15%,年度客流量超过3000万人次。

程亿沧介绍,汇悦·大融城凭借完善的商业体系和活跃的业态,成功吸引了30多家“江门首店”入驻。比如去年底,汇悦·大融城通过打造美妆一条街,成功吸引兰蔻、YSL、阿玛尼等高端化妆品品牌进驻,使客流量大幅提升。2024年,汇悦·大融城继续发力,引入了欧莱雅、浪琴等国际知名品牌以及安踏、特步等国潮品牌。多家“江门首店”相关负责人表示,环五邑华侨广场商圈位于市区中心,商业体系相对完善,城市综合业态成熟且活跃,拥有基数庞大的新消费人群,对于时尚潮流的诉求较为强烈,更容易接受新鲜事物,为首店经济提供了肥沃的天然孵化土壤,降低了新品牌的渠道拓展及获客成本。

对于汇悦·大融城美妆一条街布局,程亿沧表示,“从消费者视角出发,首店经济能够引入众多新品牌,激发消费潮流与活力;而从城市发展的维度来看,这些品牌则为城市带来了发展的‘流量’,在一定程度上体现了商圈的发展定位与独特魅力,实现了品牌与城市的‘双向奔赴’。”

除了引进“首店”,江门的商圈还积极培育扶持有创意、有想法的本土品牌,从喜茶到臻享無招牌芝士烤蛙,再到婆婆那辈的酸菜鱼,不少“首店”从江门走出,辐射全国。在走访中,记者了解到,以茶饮品牌为例,江门地区孕育了喜茶、烧柠、布织记等一批本土原创品牌,这些品牌依托江门丰富的物产资源,推出了融合五邑特色的“首发产品”,研发出了超过1000款的火爆饮品。

程亿沧表示:“江门商圈在推动本土品牌发展及扶持青年创业方面成效显著,通过强化本土品牌的孵化工作,成功推出了如‘赵记传承’‘爱上小时候’和‘纳罗烘焙’等本土品牌,并助力它们积极开拓外地市场。然而,‘首店’在运营过程中常面临成本高昂等挑战,因此,商圈需要在物业管理、宣传推广及市场营销等多个环节提供全方位的支持,包括为入驻商家提供营销策略、资源对接、宣传培训等服务,不断升级功能,以满足商家的多样化需求。”



汇悦·大融城已成为江门时尚标杆及潮流领地。



环五邑华侨广场商圈已成为江门商圈顶流。

### 专家声音

江门经济研究中心原主任、五邑大学教授刘志坚:  
大品牌“首店”进驻对地方商业发展有积极影响

楼宇经济是近年来中国经济发展中涌现的一种新型经济形态。城市市场发展水平越高、交通区位优势越好、人口集聚程度越高、第三产业越发达的地方,楼宇经济发展的机会就越大。在江门各县(市、区)中,蓬江区的条件好些。

商圈经济是指大型商业综合体及其周边地区形成的商业功能圈,如江门最典型的是包括蓬江万达广场在内的环五邑华侨广场商圈。商圈是一个城市CBD的重要组成部分,商圈的更好发展需要该商圈各区域、各功能的有机融合和优势互补,这必然需要各部分既要差异化特色化,又要密切地互联互通,特别是交通慢行的互联互通。从这个角度看,环五邑华侨广场商圈的慢行系统优化建设我认为就很重要了。

首店经济是指一个区域利用特有的资源优势,吸引国内外著名品牌在该区域首次开设门店,由此对该区域经济发展产生积极影响的一种经济形态。根据区域不同,“首店”可有全球首店、亚洲首店、中国首店、大湾区首店甚至江门首店之分。大品牌“首店”的进入是对该地区营商环境特别是商贸环境的充分肯定,它的进入会对地方商业发展带来积极影响。所以,积极发展首店经济是没有问题的。但是,作为第一个进入该区域的品牌,它一定会审慎决策,尽量避免品牌在该区域“折戟沉沙”甚至是“两败俱伤”。

