

勾勒“潮流、文韵、烟火”交织的消费新图景

崇川:聚力打造区域性现代消费中心

江海交汇处,消费热潮涌。作为南通主城区核心区,崇川区锚定“区域性现代消费中心”建设目标,以首发经济为引擎、文体旅融合为纽带、特色活动为载体,勾勒出一幅“潮流、文韵、烟火”交织的消费新图景。2025年,全区重点商圈销售额同比增长超25%,旅游综合收入达124.8亿元、同比增长18.5%。

“聚力打造区域性现代消费中心,持续擦亮‘灵山秀水 福地崇川’品牌,不断提升崇川的知名度和美誉度。”崇川区委书记胡拥军说,要打造更多消费新场景,释放商品消费、服务业消费活力,加快培育文旅新业态、新场景,更好满足游客多元化、个性化文旅消费需求,提升崇川消费吸引力与城市能级,奋力谱写“强富美高”新崇川现代化建设新篇章。

扬子晚报/紫牛新闻记者 朱亚运 通讯员 黄琳丽 陈馨



崇川区会景图 张进祥 摄

◆ 首发经济破局 ◆

全业态首店集群点燃消费新引擎

“从看车、订车到提车全程不到一个月,还享受到崇川专属购车补贴8000元,家门口的交付中心太方便了!”2025年初冬,市民王先生在城港路小米汽车交付中心接过新车钥匙时难掩兴奋。该店仅用6个月便完成从选址到运营的全流程落地,开业至今交付量持续攀升,成为区域新能源汽车消费的热门地标。这背后,是崇川区“首店服务绿色通道”的全链条保障,也是该区首发经济蓬勃发展的缩影。

近年来,崇川以每年60家以上的首店增速,构建起覆盖高端奢品、潮流零售、特色餐饮、智能汽车、社区便民的多元品牌矩阵。南大街商圈内,文峰大世界集结古驰、普拉达等国际一线品牌,八厂九街“轻奢钟表群”中劳力士单店单日销售额曾达296万元;南通万象城近三年引进首店超100家,年品牌更新率超30%。

潮流消费出圈,民生消费更暖。每逢周末,圆融购物中心山缓缓火锅座无虚席,“山系美学”设计搭配云南菌菇锅底,让九秒牛肉、土红糖酒糟冰豆花成为社交平台爆款。“约朋友一起来打卡,人均百元,性价比高,还能拍照晒‘漂亮饭’。”市民周女士说。店长兰海波介绍,门店周末上座率几乎100%,年轻消费者占比超七成。

首店的能级,直接映射城市的品质高度、时尚程度。崇川区深谙此道,通过精准招引与政策扶持,让一个个首店成为展示城市魅力的窗口,将首店经济打造成亮眼的城市“金名片”。该区重点打造南大街、商务区、市北、工农路沿线等核心商圈,吸引如茶颜悦色、皮爷咖啡、好利来、全家便利店、盒马NB店等一批高能级首店落户。

在政策引导下,首店经济从单一品牌引入向“首店+首发+首展”的生态化发展演进,南大街二次元首店、万象城首展联动、商务区跨界融合店不断涌现,让首店经济成为商业业态革新的核心动力,为区域性现代消费中心建设注入潮流活力。崇川区商务局相关负责人表示:“我们将吸引更多优质首店资源落地,推动首店经济与城市发展深度融合,让首店成为业态升级的‘催化剂’,为崇川经济高质量发展提供不竭动力。”

◆ 文体旅融合 ◆

千年文脉赋能消费新场景

“白天逛老街、晚上赏夜画,这样的文旅体验太丰富了!”元旦假期,来自上海的游客李女士在社交平台分享了她的崇川之旅。她的行程中,寺街西南营历史文化街区与“濠河夜画”两大地标必不可少,这正是崇川以文塑旅、以旅兴商的生动实践。近年来,崇川区推动文化、体育、旅游与消费深度融合,让历史街巷、自然景观成为消费升级载体,实现文旅消费从“打卡式”向“沉浸式”转变。

寺街西南营历史文化街区的蝶变,是崇川文旅消费融合的经典样本。历经8年精心修缮,这座“江海第一街”在保留千年文脉的同时焕发全新商业活力。青石板路上,红灯笼点缀青砖黛瓦,胡家园巷的臭豆腐摊飘着烟火气,七七文创、三三书店摆满南通元素创意好物,山麦蓝蓝染工坊里,手作爱好者体验传统蓝染技艺,咖啡的咖啡香与寺街烧饼的芝麻香交织成老街独有的味道。

“这里不仅是游客打卡的网红地标,更是市民的生活消费空间。”南通寺街西南营保护利用工作专班负责人介绍,“寺街七点半”文化沙龙每晚点亮,主理人分享会、侨晋社读诗会轮番上演,让人文气息与商业活力碰撞交融,老街的年味与烟火气交织,实现“网红”变“长红”的文旅消费升级。

如果说寺街是崇川的“文脉根脉”,“濠河夜画”则是城市的“夜游名片”。今年元旦前夕,该项目启动运营,以“千年濠河·百年好合”为主题,融合投影、智能灯光、水秀等六大系统,打造八大叙事篇章、二十处观赏场景。游船行至和平桥,雾森与激光营造出浪漫光影隧道;城南别业的百年老墙上,张謇兄弟振兴实业的往事通过3D秀跃然呈现。该项目推动游客体验从“过境游”向“深度游”升级,提升濠河夜景的品牌传播力与消费带动力。

文旅融合的深度延伸,让消费场景不断丰富。南通森林野生动物园夜公园活动,接待游客达10.5万人次;国家级非遗传承保护基地南通蓝印花布博物馆建成开放,推出“蓝白相印”苏超主题应援帆布包,火遍线上线下,吸引万名球迷关注;南通偶来蜂巢花园民宿成功获评国家级乙级民宿,实现区域高等级民宿“零的突破”。从老街漫步到滨江骑行,从非遗体验到文创消费,崇川以丰富的文旅场景,推动文旅消费从“打卡式”向“沉浸式”转变,让消费成为感受城市文化、体验城市生活的重要方式。

◆ 特色活动搭台 ◆

全域联动掀起消费新热潮

“一场苏超球赛,让整个崇川都燃起来了!”2025年8月31日,南通市体育会展中心内3万余名球迷见证南通队对阵苏州队,赛场外消费热潮同步上演:中央商务区客流量增长近50%,万象城“苏超第二现场”超20家商户让利,10家餐饮延时营业至凌晨2点,单日客流量超10万人次、零售额达1050万元。

“现场氛围太燃了,看完球和朋友吃夜宵还能享优惠,消费体验拉满。”南通大学学生李佳豪说。万象城运营负责人介绍,商场设置足球主题打卡点、推出球迷礼包,“体育+消费”模式既提升销售额,更集聚了人气。崇川还推出“凭苏超票根免费游览11家A级景区”政策,主场比赛日前后三天吸引外地游客来崇旅游达16.8万人次、同比增长287%,绿洲国际假日酒店客房出租率提高32%。

民俗活动同样释放烟火气。今年的唐闸年货大集,云集了具有地方传统特色的、品类众多的年货产品,商铺进驻第一天,就迎来了13000多名市民的光临,蒸糕、蒸馒头、灌香肠、腌猪头、唐闸牛肉等产品备受市民朋友喜爱,当天销售额达到了23.5万元。另外,市集发放30万元满减消费券,市民游客可通过指定平台便捷领取满减券,在购物时直接抵扣,享受实实在在的优惠,轻松欢喜置办年货。

以“燃情四季·乐享崇川”为核心品牌,崇川构建起“四季有主题、月月有活动”的促消费格局。春季踏青消费季推出亲子采摘套餐,夏季夜间经济节打造学田肆集等网红市集,带动夜间消费占比达35%;秋季金秋欢乐购发放千万元消费券,冬季新春消费季整合年货大集、民俗活动,形成全域热潮。

如今的崇川,多维度、全业态消费新生态已然形成。崇川区委副书记、区长吴佳华说,下一步将持续深耕首发经济、做优文体旅融合、创新促消费模式,推动消费市场量质齐升,努力将崇川打造成为长三角北翼的区域性现代消费中心,以消费之活绘就高质量发展新篇。



“苏超”南通主场



唐闸年货大集 许丛军 摄



茶颜悦色排队长队