

四天成渝行 南企带回促消费金点子

南海组织区内商业综合体、酒店、餐饮、文旅等企业代表,赴成都、重庆开展考察,寻找消费升级的解题思路

“这一趟来得太值了!”“这次取到‘真经’了,回去要立刻研究落地事宜!”这是南海企业代表在成都、重庆考察如何提升城市消费能级时,考察团成员说得最多的两句话。

在全国扩内需、促消费的大背景下,南海区工商联(总商会)贯彻落实党中央关于在全党大兴调查研究的重部署,组织南海区内大型商业综合体、酒店、餐饮、文旅等相关企业代表,于4月25日~28日赴成都、重庆两座消费驱动型城市开展考察,寻找消费升级的解题思路。

4天时间里,考察团成员一路看、一路问、一路交流、一路思考,不仅深入了解了成渝两市消费升级的成功密码,还积极谋划在南海落地新消费场景,同时也期望与政府共同携手,提升城市消费能级。

一起参与考察的南海区委常委、统战部部长乔吉飞表示,政府、企业家、市场三者要形成合力,要调到同一频道,因为同频才能共振,共振才能共鸣,共鸣才能共赢,才能推动南海的消费再上一层楼。

取经问计

将“他山之石”化作琢玉之功

此次考察活动是4月2日召开的南海区消费能级提升研讨工作会议的延续活动。南海区工商联党组书记、常务副主席梁耀智表示,希望南海企业能够主动抢抓新消费、新科技带来的历史机遇,顺应消费升级的新趋势,用文化、科技赋能产品制造,让南海制造焕发新活力,并在此基础上发展适应新消费需求的内容产业。

四天,两城,10多个考察点位,行程密集且丰富。这些考察点位中既有成都SKP、COSMO、太古里、IFS国际金融中心等商业综合体;东郊记忆、玉林西路、重庆弹子石长嘉汇老街等城市更新项目;交子大道WED Coffee&bar、人民公园鹤鸣茶社、重庆山城袍哥红茶火锅等餐饮项目,还有339天府熊猫塔夜市、故宫文物南迁纪念馆、龙门浩老街、洪崖洞、鹅岭贰厂等文旅项目。

一路上,一幕幕场景轮流转换:有时尚的地方,有充满烟火气的地方,还有充满文艺气息的地方。但是,考察团成员的热情却是一天比一天高涨,讨论越来越热烈,碰撞出的火花越来越灿烂。

从三个场景能感受到考察团成员的变化。第一天在成都考察项目时,考察团成员更多是在看、在听、在观察,只有在参观成都COSMO这个集合了青年文化、生活美学、年轻潮流时尚、艺术超市等于一体的青年文化地标时,就商场的商品陈设进行了短暂讨论。

变化出现在第二天考察东郊记忆时。东郊记忆是在成都国营红光电子管厂旧址上改建而成,2011年对外开放,目前已经成为成都的一大文化休闲旅游地标。考察过程中,最触动考察团成员的是园区内的一面墙,墙上一幅画

大小的位置,却能有上百万元广告费的创收。

“一块墙面是如何赚到100万元的广告费?”现场抓住机会,考察团成员主动抛出问题,与园区负责人进行交流,在离开时,还互相留了联系方式,约定进行深入交流,广东海逸房地产集团有限公司董事长兼总裁潘志勇便是其中之一。

“这一旧改项目对我的触动很大,同时也有一个宝贵的经验可借鉴,就是在推动城市更新项目时,要找到一个市民、商家、消费者共同认可的切入点,让大家产生共鸣,才能将项目打造成人人认可的项目。”潘志勇说,公司正在建设夏南一社区整村改造项目,未来将把此次考察的经验融入项目建设当中。

时间来到第三天,考察团转道重庆,了解到考察团里的企业家——佛山市威陵斯娱乐有限公司董事长尤辉宜在该地的地标洪崖洞投资了一家火锅店,便主动要求将这一项目加入到考察行程中。令人意想不到的,针对这一个火锅店的项目,考察团成员进行了四个多小时的交流,探讨的问题包括粤川渝菜系融合、火锅文化的引进、网红打卡点的打造等。另外记者现场了解到,这一连锁火锅店的广东首店已于2022年落户桂城。

“餐饮消费一定要抓住年轻人的喜好,这一火锅店项目就是典型的代表。”南海区餐饮服务行业协会会长、佛山市旺阁控股有限公司董事长吴荣开在交流后感叹,过去对年轻消费群体不够了解,不能精准抓住年轻人的消费需求,这次受到的触动很大,回到南海后,将继续加大研究,打造年轻人真正喜欢的餐饮文化,包括推出川粤融合菜、机车文化咖啡馆等内容。



考察团在成都的东郊记忆考察。

对标学习

抓住年轻人心理制造“消费热点”

不仅仅是吴荣开,考察团里的大多数企业代表在此趟成渝行中深刻感受到“年轻人更愿意、更有能力消费”,他们认为要抓住年轻人的心理,来制造“消费热点”,才能够吸引更多年轻人到南海来消费,为城市发展增添活力。

“重庆的文旅项目给我印象深刻,也不断刷新我对网红城市、潮人打卡地的认知。”九江双蒸博物馆馆长黄泳霞感叹,无论是工业还是服务业其实都经历着从卖方思维到买方思维的转变,作为旅游景区,九江双蒸博物馆必须关注到游客的年龄结构在不断地发生变化,90后、00后这些年轻消费者将成为旅游市场的消费主力军。她说,未来九江双蒸博物馆也会针对年轻人钟爱的文化进行研究与探索,引进更多项目合作,在景区提供更多元的文化体验。

2022年11月,南海在全区文化发展大会上发布了《关于推动文化高质量发展的意见》,提出了构建“三带三区”文化发展新格局。其中一带一区,即郁水官驿文化带和大桃园产城活力区。佛山市南海枫丹白鹭酒店有限公司副总经理罗战敏

说,自从意见发布以来,就在思考如何发挥酒店的优势,助力大桃园产城活力区建设。

“没来考察之前,不太理解什么是活力,想不出要通过什么形式才能呈现活力?”罗战敏说,此次成渝之行,他发现活力可以通过“潮”来吸引年轻人,通过“潮”来停下年轻人的脚步。未来,酒店将研究把多种业态融合在一起,打造综合“潮”玩基地,例如将网球和餐饮项目组合形成城市派对。

佛山市佳林物业管理有限公司(海宜达红木城)总经理梁剑国此次出来考察前,正在研究如何提升年轻人对红木文化的关注度,如何通过提升红木城的人气。他说:“通过这次考察学习后更坚信,通过特色餐饮可带动人气提升。例如红木城可以引进有特色的网红湘菜及有代表性的川菜,火锅+红木,一起红红火火。”

据透露,梁剑国已与此次考察的连锁火锅总店负责人进行了沟通,希望能将项目引到红木城落地,为提振南海地方餐饮文化与红木文化共赢添砖加瓦。

建言献策

让“消费者的脚步”留在南海

在2023年南海企业家大会上,南海区委书记顾耀辉提到,如何衡量消费升级?答案只有一个,那就是“消费者的脚步”。具体来讲三句话:留得住、引得来、出得去。

“留得住”是将南海人的消费特别是高端消费要想方设法留在南海;“引得来”则是吸引周边城市及外地人,特别是一些有消费能力的高端人群来南海消费;“出得去”就是南海的消费品、消费模式要有竞争力,能够走得出去,走向全国、走向世界,甚至是要输出南海的生活方式。

置身成都、重庆这两座“网红城市”,考察团成员不约而同也想到这三方面的内容,并且结合考察内容提出建议。

佛山市南舜新城投资有限公司总经理周汉钊关注到,无论是成都还是重庆的旧改项目,都是“旧+新”结合,例如将锅炉改造成艺术装置,将原来的输气管道改造成连廊,两者完美融合,既复古又新潮,所以会吸引到多方的关注,“这启示南海在推进旧改项目时,要把最吸引人的文化做成IP,这样才能吸引更多人了解本地文化,吸引更多外地朋友前来打卡。”

潘志勇对南海推动消费升级也提出了两方面建议,一是以文化为桥

梁,来推广南海的泛家居行业;二是凝聚平洲玉器街的年轻商户,凝聚年轻的力量,共同在街区里打造新的消费场景——复古文化街区。

佛山市海映商业管理有限公司(环宇城)策划经理邹易说,成都非标项目的打造给他留下深刻的印象,“这座城市有策展型、公园型、地下型、旧改街区型非标商业,不仅诠释了全新的商业理念,还给城市带来更多的想象力。”

在他看来,南海不缺具有想象力的单位,但是上下游生态需要成长的土壤,也需要时间来扶持、培育、沉淀,希望回到南海,再一起共同探讨如何结合南海的特点,打造本土基因的优秀项目。

“这趟考察来得非常及时而且收获很大。”佛山市南海梦里水乡旅游开发有限公司总经理助理韩鹏在了解玉林路的改造和鹅岭贰厂运营模式之后表示,玉林路对两边的商户经营的业态进行统筹这一经验,对里水的艺术河畔商户的盘活有极大的借鉴意义;鹅岭贰厂创新思路拥抱新经济,对里水河夜游持续保持热力有极大的榜样作用,接下来将思考,如何推进商户盘活工作和如何接续打造里水河夜游项目。



在重庆弹子石长嘉汇老街,考察团走进网红店,研究里面售卖的物品。

政企同心

推动南海消费再上一层楼

走出去、带回来,人人都有收获,有启发是此次考察活动最大的特点,不少考察团成员积极准备将想法落地转化。

其中,南海区餐饮服务行业协会副会长、佛山市南海区雍景湾大酒楼总经理伍小梨在考察过程中观察到,成都这座城市里,无论是景区的垃圾桶还是商家门前的路牌,都被包装成了艺术品,为整个街道添彩,她呼吁南海餐饮界要共同努力,将门前三尺的艺术氛围营造好,造出更多打卡点。

佛山市南海区双溪酒楼总经理张建彬则是发现,在成都,不少潮流品牌店在店面的打造上舍得投入,也因此带来比较好的传播效果,所以他也在思考,要在店面打造上做文章,让自家的百年老店能够引领新潮流。

众所周知,消费升级是一篇大文章,所以不仅是单靠企业一方来推动,还需要政企同心、政企合力。

佛山致越房地产有限公司(致越优城)董事长林峰建议,由政府牵头,组织有意向又有实力的企业家,共同打造一个特别的消费场景,打造一个珠三角地区绝无仅有的打卡点。

南海区委(区府)办副主任陈清现场分享说,在成都看到的项目,大多定位清晰,建议企业在打造项目时,也要精准定位,同时成都地方政府的服务意识也值得自己再去学习、研究,未来也将做好“店小二”,为

企业提供更好的服务。

对于考察团的意见、建议,乔吉飞一一记下,并就南海城市消费能级的提升与他们展开探讨。在乔吉飞看来,推动消费升级,南海有一定的优势。首先是截至3月末,全区本外币存款余额达到9270.54亿元,其中住户存款占比近50%以上,说明南海有消费基础。其次,经过四十多年的发展,南海拥有一批优秀的企业家,能够在打造消费场景中起到引领作用。最后,南海的产业链配套完整,能为新消费场景打造提供更加便利服务,甚至能在一定程度上降低商业成本。

未来,南海要如何去推动消费升级?乔吉飞表示,要解放思想,开阔视野,拥抱新经济;要通过以点带面,打造区域消费中心;要挖掘城市文化新元素;要讲好城市升级的新故事;要利用高科技为商业赋能;要打造城市IP。

乔吉飞表示,南海会继续提升营商环境,为企业创新、提升提供更好的服务和助力。

南海区工商联党组成员、副主席许伟强表示,此次“沉浸式”考察虽然已经结束,但是企业代表表示意犹未尽,后续将会根据企业的需求,举行交流会,再次为企业搭建一个交流平台,并且也会将企业的意见、建议收集好并提交区委区政府,为南海出台相应的政策提供参考。



考察团在成都合影。