

长江日报3月24日讯

从拿地到开业，8年磨一剑。3月25日，香港高端商业开发龙头企业——恒隆在武汉硚口区京汉大道正式亮相。其中，110家首店随之落地武汉，其中不乏一线国际名品首次进入武汉市场。

武汉复苏后，商业彰显出强大的活力和爆发力。武汉这座城市的厚积薄发、与时俱进让重量级的全球连锁零售商纷至沓来，而武汉国际化能级也随着众多新晋商业体的全球视野而突飞猛进。



武汉核心商圈迎来新成员。长江日报记者刘雍涛 摄

据介绍，武汉恒隆广场商场总面积17.7万平方米，约300个商铺，目标锁定“武汉新晋的高端消费目的地”。截至目前，已引进约110家武汉首店、独家及旗舰店，刷新首店进汉纪录。其中，首次进入华中的旗舰店有26家。长江日报记者探访现场看到，一线国际名品中，巴黎世家、CELINE等均为武汉首店，Gucci、Dior、LV都是双层店。此外，亲子业态、超市业态等也都引进了华中首家品牌，开创新的生活方式。

叶沛能表示，无论从武汉经济恢复的良好态势，还是商业氛围和经营状况来考虑，武汉恒隆广场选择在今年3月开业是最佳之举。在这个万象更新的春季开业，蕴含恒隆为武汉注入新活力的美好愿景，希望与武汉一起“一切从新”，向美好生活出发。他还表示，8年前，恒隆承诺将带给武汉“世界级的购物中心”，正从蓝图变为现实。

这几年，“首店”是消费领域的高频热点和创新重点，无论是从消费端还是供给端，都具有强大的吸引力和驱动力。全球著名市场调研机构——尼尔森中国发布的《中国首店经济发展报告》指出，首店选址集中在经济较为发达的一线和新一线城市，目前“首店经济”已逐渐成为发达城市商业繁荣的标志之一。

武汉发力“首店经济”势头迅猛，也是成为拉开差异化竞争的途径之一。不完全统计显示，2020年武汉新增首店149家，零售业态占据榜首，70家品牌竞相角逐，占全业态的47%，餐饮业态以62个品牌、42%的比率紧随其后，文体娱、生活服务、超市、儿童亲子等业态合计17家，占比仅有11%。此番，随着恒隆的到来，大批首店进入武汉，创下首店集中入市的纪录。





武汉人的生活方式更加多元化。长江日报记者刘雍涛 摄

众多重量级购物中心看好武汉

专家建言继续优化国际化营商环境

接下来，还有众多重量级的商业体以及品牌来到武汉。4月，K11购物艺术中心I馆将带来全球时尚界最具影响力的五大买手店之一ANTONIA内地首店，多家“华中首店”包括Alexander McQueen、GENTLE MONSTER、O bag等一一亮相。华润万象城预计年底开业，将引进420多个品牌，40%以上都是首进湖北。北京华联旗下的高端百货品牌SKP拟接盘万达集团武汉汉街项目，这家问鼎全球“店王”的高端商业体将以升级改造武汉存量商业地产的方式进军武汉市场。

新一轮的商业竞争“舞台”将更加国际化。中南财经政法大学教授、博士生导师黄漫宇认为，长江经济带、“一带一路”、中部崛起、武汉城市圈、长江中游城市群、湖北自贸试验区、自由贸易港等发展战略和流通改革政策聚焦武汉，多项国家政策叠加，“三化”大武汉建设成效显著。此外，武汉疫后浴火重生、欣欣向荣的城市复兴局面也助力武汉提高了在国际上的知名度和美誉度。

众多商业巨头在汉“碰头”“碰撞”，武汉的商业仍有需要提升的地方。她认为，首先，在市场主体方面，需要培育具有带动性强的贸易型总部企业；其次，在市场客体方面，要注重提升服务贸易规模并推动要素市场的国际化。另外，在市场环境方面，建议持续通过制度创新实现武汉商业的差异化发展，并继续优化国际化营商环境。

（长江日报记者孙珺）

【编辑：付豪】