

## 斗门区多举措推动消费提质扩容

## “暑期消费”新业态点燃新活力

90后“养殖户”阿光把旧仓库爆改成慕野营地餐吧，“废土”流行元素营造新的消费方式；

暑假期间，大画西游梦工厂的西瓜狂欢艺术节，以“瓜”为媒、以“瓜”会友，清凉来袭；岭南大地百草园新建成的33万平方米星空露营地，赏景、露营、野餐、遛娃，一次满足。不断创新思路和举措为市民朋友带来新体验；

白藤头水产批发市场开展软硬件提升工程，一年来接待港澳游客逾40万人次，年营业额逾60亿元，同比增长20%。进一步深化市场改革赢得消费新天地；

开业6年的斗门大信·新都汇举办多种营销活动集聚人流；珠海斗门招商花园城8月2日试营业期间各种折扣及抽奖福利诱人；计划今年年底开业的珠海·世荣万达广场，构建三足鼎立的斗门大商圈，必将吸引主城区、江门、中山、港澳等地客流；

……

大暑时节，热气袭人。“暑期经济”同样热力十足，是消费潜力、活力的直观体现。

消费对经济发展具有持久拉动力。党的二十届三中全会明确：完善扩大消费长效机制。从消费层面看，消费长效机制就是“使居民有稳定收入能消费、没有后顾之忧敢消费、消费环境优获得感强愿消费”的机制，可以更好发挥消费拉动经济增长的基础性作用。

7月25日，《2024年珠海市暑期文旅惠民促消费工作方案》印发实施，明确要通过创新消费场景、打造消费热点、培育消费品牌、营造消费氛围、改善消费体验、释放消费潜力，让市场“热起来”，消费“火起来”。眼下，斗门区正坚持以高质量发展为主题，加快建立和完善扩大居民消费长效机制，引导以商品消费为主向商品消费、服务消费并重转变，推动服务消费提质扩容，更好地满足人们对美好生活的向往。

采写：本报记者 张帆

摄影：本报记者 张帆 通讯员 斗宣



斗门招商花园城效果图。

## 斗门大信·新都汇 多种营销活动集聚人流

在斗门大信·新都汇4楼的非玩不可运动馆内，一群中学生正在玩高空拓展项目，孩子们的欢呼声、欢笑声、鼓励声不断响起来，大家沉浸在释放压力后的快乐之中。

这是非玩不可运动馆(大信店)在珠海的第一家运动馆。“我们是6月1日开业的，正处于体验尝试阶段，目前已有会员2000多名。”非玩不可运动馆(大信店)负责人葛欣果介绍，他在2022年就开始关注这个场地，上一个项目在去年到期后，他就签约入驻了。

据介绍，非玩不可运动馆(大信店)硬件条件优势明显：面积有2100平方米，层高达10米，空间跨度大中间没有立柱。“馆内项目众多，有专业的成人蹦床，不同材

质、坡度、高度和角度的滑梯，高空攀岩以及高空拓展、射箭等。”葛欣果表示，这些项目适合大中小学学生等青少年群体，通过在运动中释放压力，做到劳逸结合，“玩出智商，悟出情商”，这就是非玩不可运动馆(大信店)的发展愿景。

包括非玩不可运动馆(大信店)在内，集零售、餐饮、文化休闲、运动娱乐等于一体的斗门大信·新都汇，经过6年发展，已成为斗门区第一个现代城市生活广场。

斗门大信·新都汇东临黄杨河，占地面积约4万平方米，建筑面积近17万平方米，地下停车位1200个，现有200余家商家进驻，已引入天面摩天轮和卡丁车、大型连锁超市大润发、巨幕影院、王者健身、

皇唱KTV、热带雨林和非玩不可等大型娱乐品牌；信轩酒楼、威尼斯、菜湘饭香、海底捞、大家乐、达美乐、蛙小侠等餐饮品牌；星巴克、霸王茶姬、瑞幸咖啡、喜茶、茶理宜世等茶饮品牌；优衣库、爱婴岛、NIKE、Adidas、李宁、VERO MODA等零售品牌，周六福、六福珠宝、老凤祥等珠宝品牌。

“初步统计，今年暑假期间，每天的人流量达到3.6万人次左右，周末多一些，达到5.5万人次。”珠海市斗门大信新都汇商业管理有限公司副总经理龙博表示，人流同比去年暑假略有上涨。

五一、暑假、国庆、春节……这些节假日都是商圈经济的黄金时段。今年的暑

期也不例外。为聚集人气、促进消费，珠海市斗门大信新都汇商业管理有限公司采取了多种举措。“一是做一些人气类活动，把周边的人气吸引过来；二是举办营销类活动。”龙博表示，比如，在大信·新都汇外广场做了一个市集业态，将持续到9月9日；在大信·新都汇4楼，做了与奥运会有关的内容；三人篮球赛已经举办了5年，今年还将在8月份继续举办，中庭计划举办非洲动物大迁徙仿真展，以吸引亲子参与，增加人流量。“现在的消费者更理性，开始注重‘内在舒适度’，年轻消费者也不再执着于为不切实际的‘面子’买单，他们希望每一分钱都花得舒心。”龙博表示。

## 珠海斗门招商花园城 B1层明日试营业送福利

项目收尾冲刺、140+品牌、近8成以上商家火热装修……8月2日，珠海斗门招商花园城·鹏泰超市携手B1层整体品牌试营业，试营业期间举办各种折扣活动及抽奖福利。当晚8时外广场将举办亮灯仪式，500米烟花瀑布闪耀夜空，并同期举办品牌招聘会，100余个品牌将在试营业期间招聘活动，招贤纳士，为8月30日开业做好准备。

珠海斗门招商花园城项目位于白蕉大

道与禾益北路交会处，目前项目整体进入收尾冲刺阶段：建筑外立面幕墙安装、泛光照明、广告灯箱已完工；广场地面铺装、园林造型及绿化种植基本完成。

截至7月底，项目整体招商率已达到96%，招商工作接近尾声。

主力品牌包含鹏泰超市、悦海SPA、大渔运动馆、新海利酒楼、引力矩阵、探险阳光乐园、莎啦啦KTV、横店影城、星巴克、必胜客、奈雪的茶、麦当劳、六福珠宝、Nike、阿

迪达斯、屈臣氏、爱婴岛、蛙小侠、非烤勿扰、芹菜好相等等140余个品牌，其中首店品牌占比达45%，涵盖零售、餐饮、体验等业态。

本次试营业的主力店品牌是在全国拥有38家连锁的鹏泰超市，超市位于珠海斗门招商花园城B1层，经营面积达4300平方米，设计风格以时尚、现代、舒适为主，将结合当地消费习惯引进进口商品、网红商品，结合丰富的蔬菜、水果、肉类、海鲜等生鲜产品，主打价格亲民、品质优良。

试营业期间，鹏泰超市除了开展近千款商品惊爆折扣外，超市购物满88元即可参与抽奖，电动摩托车、电饭煲、购物卡、抽纸、饮料等好礼100%中奖。外广场更有民生市集，近百家品牌限时大促，礼惠全城。

珠海斗门招商花园城的建成开业，不仅填补白蕉东湖新城片区的商业空白，拓展消费空间，满足不同人群的消费需求，还将带动斗门商圈商业档次、商业业态的转型升级，提供更好的营商环境。

## 慕野营地餐吧 “废土”营地元素让人解压

除了商业综合体不断打造消费新体验，有头脑的年轻人也在探讨新的消费方式。

90后“养殖户”阿光想着要换一下生活环境，遂盘下斗门一家旧仓库，爆改成慕野营地餐吧，吸引本地、中山、江门，甚至香港、澳门等地游客前来打卡。

这家营地餐吧到底有什么吸引力？  
纯原木打造的门脸、通透的落地玻璃门、斑驳的墙面、粗糙的肌理……在栋栋居民楼中，这间“废土”气息十足的建筑，十分显眼。红砖墙上，“做个闲人”“陪你去热爱这个世界”等标语，让整个空间松弛有度。

餐吧面积约400平方米，分室内外两个空间。整体呈现出别具一格的“废土”露营风。室内光线通透，超5米高的棚顶，做

了特殊化处理，自然光能照射进来，正下方种有两棵大树，迎光生长，充满了蓬勃生命力。地上铺满了灰黑色砾石，折叠桌椅错落有致地摆放着，周围绿植点缀其中，为这片区域注入了自然的活力与清新。

室外则为全透光顶棚，夜幕降临，星光从屋顶洒落下来，微风吹过，舒适惬意。黝黑的肌肤、不善言辞的表达、年轻的样貌……阿光今年32岁，是斗门井岸人，此前主业为鱼虾养殖。因为工作性质，使他日夜颠倒，加班到第二天清晨是常有的事。“我厌倦了整天和鱼虾打交道的生活，就想着开一个能让大家休闲放松的店。”阿光笑称。

2022年，在一次偶然的聚会中，阿光与两位相识多年、志同道合的挚友一拍即

合，决定共同踏上充满挑战与机遇的创业之路，慕野营地餐吧的构想由此而生。

经过一段时间的外出调研、学习，阿光在井岸找到了一个旧仓库，决定盘下这里开店。时下“废土”“露营”成为新的消费潮流，是年轻人解压的一种方式。“我们尝试将两种元素融合，希望客人来到这里能够放松心情，暂时忘却烦恼。”阿光说。

2022年11月，慕野营地餐吧开业，很快就吸引了来自四面八方的目光。除了珠海本地，还有来自中山、江门乃至香港、澳门等地的游客，纷纷被其独特的魅力所吸引，前来打卡留念。

店长名叫杰哥，是阿光的多年好友。得知阿光要开店，杰哥毫不犹豫地从店里帮他打理。拥有丰富餐饮经验的杰哥，一

下子成为了店里的“主心骨”，从食材采购，到忙碌时段的顾客接待，再到账目清算和店铺整理，杰哥的身影无处不在。

杰哥深知，餐吧长期运营仅仅依靠环境是不够的。因此，要在饮品和菜品上下足功夫。

打开菜单，醇厚的咖啡、清新的柠檬茶、香甜的奶茶、缤纷的水果茶、爽口的啤酒……各种口味的饮品，搭配丰富的美食小吃，可满足不同顾客的味蕾需求。“我们团队会定期培训，调研哪些饮品是受欢迎的，在原有的基础上做创新，力求人无我有，人有我优。”杰哥透露。

店铺已经走过两个多来年，曾经合力种下的大树，犹如他们的梦想一样，向阳而生，茁壮成长。

## 记者手记 构建斗门大商圈格局

一标段T2塔楼幕墙安装，二标段T1塔楼及金街形象推进，三标段幕墙石材及龙鳞板安装……位于珠峰大道与水郡二路交界处的万荣商业中心(含珠海·世荣万达广场)项目，7月份平稳推进，目前已完成总工程进度69%，其主要施工内容为外立面幕墙、屋面工程、管网综合、设备安装、公区精装施工、市政景观等。

项目建设“落地有声”，另一边招商工作“乘风破浪”。珠海·世荣万达广场

目前最新官宣的入驻品牌有万达影城、八合里甄选店、名创优品、绿茶餐厅、星巴克、肯德基、探鱼、啫火等，均为深受消费者喜欢的知名连锁品牌，其中体验业态将达到80%。比如，整体面积超6000平方米的综合运动体验馆，将涵盖卡丁车、保龄球、射击、骑行、游戏VR、数字体验、棋牌桌游、电子竞技等多元业态，满足全城全客层全时段休闲娱乐体验需求。

项目由世荣兆业与万达集团强强联合打造，总建筑面积约25万平方米。整体设计亮点十足，结合斗门区“鱼米之乡”之内涵，提取锦鲤和山谷的美好寓意，取意于“锦山鲤谷”。项目计划今年12月20日开业，通过打造体验型“微旅游”目的地，为消费者提供多重感官体验场景，满足一站式吃、喝、玩、乐、购等需求，将打造成为斗门区辖内规模大、业态全、品质高的商业综合体项目。

业内人士认为，开业6年的斗门大信·新都汇，集聚井岸城区及斗门镇等地人气；8月2日试营业的珠海斗门招商花园城，将填补白蕉东湖新城片区的商业空白；而今年年底开业的珠海·世荣万达广场项目，将面向尖峰南片区。三足鼎立，将支撑起斗门大商圈格局，助力斗门区打造商贸新格局，发挥消费拉动经济增长的“主引擎”作用，为珠海增添新的经济活力和社会效益。



世荣万达广场计划年底开业。



慕野营地餐吧打造新的消费方式。



白藤头水产批发市场海鲜夜市。



斗门大信·新都汇举办营销活动吸引人气。