

东风里招商启动 预计年内试营业

项目位于东风广场地下地铁层,建成以后将有州市风味、特色餐饮、手工非遗、民族好物等业态

都市时报讯(全媒体记者 杜晓霞)7月20日,东风里地铁商业招商运营中心正式开放,标志着昆明又将迎来一个商业新地标。运营方透露,东风里项目一、二期将于今年内试营业。

东风里项目位于东风广场地下地铁层。云南浩温商业管理有限公司总经理沈艳琴介绍:“东风里广场项目总共分4期。首批东风里地铁商业一期项目以东风广场地铁站为核心,南向延展至东风广场地下,西向延展到盘龙江边地下,预计将于10月份试营业。东风里地铁商业项

目总体量约5.7万平方米,一期体量约1.7万平方米。”

据悉,东风里重点招设州市风味、特色餐饮、手工非遗、民族好物等业态,为消费者提供一站式多元文化体验。值得一提的是,东风里将打造昆明又一个城市值机厅,提供值机、行李托运、安检预检、机票改签等便捷服务。

沈艳琴表示:“东风里项目不仅赋予了人防工程全新的商业价值和属性,更肩负着打造昆明城市会客厅的重要使命,将成为展示城市魅力、连接城市活力的新窗口。”



东风里项目招商启动现场 供图

以咖啡文化点亮暑期旅途

星巴克“第三空间”融入中国文旅版图

都市时报全媒体记者 郑荣行

随着暑期文旅热潮涌动,星巴克在九寨沟、张掖、敦煌三大世界级旅游目的地同步开设门店,将独特的“第三空间”体验延伸至文旅场景。这一布局不仅呼应当下国内文旅市场火热、文旅消费升级的浪潮,更通过在地文化与咖啡文化的深度融合,为全球游客提供一如既往的高品质咖啡体验与惊喜十足的文化探索之旅。



星巴克玉龙雪山店



星巴克将在地文化注入饮品风味设计中

本组图片 供图

与文旅产业同频共振 构筑咖啡休憩驿站

据介绍,截至今年第二季度末,星巴克中国门店总数达7758家,覆盖全国超1000个县级市场,构建起涵盖核心商圈、社区、写字楼、交通枢纽及大学校园等多场景门店布局。星巴克相关负责人表示,一直以来,星巴克始终以顾客需求为中心,持续通过在地化空间创新与产品革新,优化顾客的星巴克体验。在持续扩大业务版图的同时,品牌聚焦文旅消费新势能,其景区门店的拓展轨迹,恰似中国文旅业高水平发展的生动缩影。随着文旅产业从规模优势向质量优势跨越,星巴克又以不断创新的“第三空间”,为文旅产业注入独特的消费活力。在敦煌莫高窟、张掖七彩丹霞、九寨沟等世界级文旅地标的观光动线中,星巴克门店以“咖啡休憩驿站”的角色,成为当地文旅生态的一部分。

如今,星巴克的绿色标识已深度融入AAAAA级景区及世界遗产的风景区。在自然山河场景,海拔3050米的玉龙雪山店以及九寨沟店、三亚蜈支洲岛店以空间设计与地貌呼应;于历史古镇中,敦煌店以飞天图腾重绘丝路,景德镇陶溪川店融入陶瓷艺术,深圳南头古城店用色彩叙事演绎岭南变迁;在奇幻乐园,上海迪士尼小镇旗舰店以“咖啡剧

院”营造童话体验氛围,上海烘焙工坊以铜罐交响乐打造沉浸式咖啡空间。这些精心构筑的“第三空间”精准响应游客核心需求,以可感知的文化符号形态,让顾客在自然奇观、历史遗迹与星巴克体验的碰撞中收获惊喜。

从咖啡驿站到文化地标 特色门店融入文旅生态

随着暑期旅游旺季来临,星巴克特色门店正成为文旅消费重要打卡地之一。如融合浙东渔村民俗的宁波东钱湖陶麓街市店、活化百年历史建筑的星巴克臻选天津恒隆广场旗舰店、诠释老汉口风情的武汉巴公房子臻选店等,门店空间已成为在地文化的转译载体和文旅体验的有机组成部分。

南京颐和路店、北京华贸店、上海慎余里店、苏州仁恒仓街店等非遗概念店更持续释放文化价值。这些各具特色的星巴克非遗概念店,不仅探索出商业力量守护非遗瑰宝的可持续路径,并为消费者提供文化旅行的沉浸式场景。

在文旅产业加速迭代的当下,星巴克以咖啡文化与在地文化融合的范式,将咖啡场景转化为兼具社交属性、文化体验与地域记忆的复合型场景,成为“文旅+商业”融合发展的鲜活注脚。当咖啡香与千年文脉在门店内共生,游客的休憩时刻便成为文化感知的延伸。

“咖啡+非咖”全覆盖 500种风味组合随心定制

除了空间体验创新,星巴克不断以创新产品方案回应顾客多元需求。在敦煌益旺国际购物广场店和九寨沟藏王广场店,星巴克将在地文化注入风味设计,分别以“大漠金沙”和“九寨四季”为灵感,推出多款特别推荐饮品,搭配特别设计的杯套、透卡和明信片,让一杯饮品化身可携带的旅行记忆。

值得一提的是,针对分时段、多场景的顾客需求,星巴克建立“咖啡+非咖”产品生态,全天候产品矩阵精准匹配多元化消费场景。针对旅途能量补充或长途自驾场景,一杯醇香咖啡可唤醒活力;面向家庭客群及非咖啡因需求时段,星冰乐、冰摇茶等非咖啡饮品以清爽口感为身体补充元气。“真味无糖”创新体系,则为注重体重管理和个性化需求的游客解锁超500种风味组合,使其在旅途中也能随心定制专属咖啡体验。

当咖啡香漫过雪山之巅、滨海之畔、古城巷陌,星巴克“第三空间”正成为中国文旅版图的人文坐标。每一处融合地域文化的设计,都在践行对顾客深层需求的洞察。相关负责人表示,在中国文旅产业高质量发展的澎湃浪潮中,星巴克将继续以顾客为中心,持续创新升级,为旅途注入温暖。