



# “单点集聚”到“遍地开花” 家门口拉满“消费幸福感”

记者 沈娟娟 通讯员 孙雨静



不出合肥就能逛到潮流首店，家门口就能拉满“消费幸福感”，吃饭、遛娃、休闲一站式搞定……随着城市发展脚步加快，合肥的商业格局已经悄然迭代升级，早已打破之前“单点集聚”的老模式，商圈“遍地开花”，首店经济持续升温。如今的合肥，无论是老城的烟火市井，还是新城的潮流时尚，无论是高端商圈的轻奢质感，还是社区邻里的便民温情，都能找到属于自己的消费乐趣。

## 家门口的“消费幸福感”拉满

1959年，位于四牌楼东北角的合肥百货大楼正式开业，标志着合肥迈入现代商业发展时代。进入20世纪90年代，商之都、乐普生等百货商场相继进驻，进一步强化了四牌楼商圈的主导地位。

在老合肥人的心中，逛街就认准河路、四牌楼。随着合肥不断向西和向南发展，合肥形成了四牌楼、三孝口、黄潜望、马鞍山路等4大传统商圈，三里庵、政务区、滨湖、高新区、环天鹤湖等新兴商圈也快速崛起，成为合肥商业新版图中的重要力量。

除此之外，县域便民商圈、城郊邻里商业也在同步提质，小区楼下的邻里中心、近郊的奥特莱斯集群，让“日常消费不出社区、休闲消费不出片区”成为现实，全域商业“核心引领、片区赋能、社区兜底”的格局已然成型。

## 首店经济成消费“流量密码”

对于很多赶时尚的合肥人来说，近年来最直观的感受是：越来越多的“首店”落户合肥，不用跑一线城市，就能解锁最新潮的品牌、最具特色的体验。作为安徽首店集聚的首选地，合肥首店经济持续升温，成为拉动消费、提升商业能级的重要动力。

数据显示，2025年合肥全年落地各类品牌首店221家，其中安徽省级首店179家、市级标杆首店42家，数量、能级均领跑全省，从国际轻奢品牌到网红餐饮、户外潮玩、原创文创等特色品牌，首店品类覆盖全消费赛道，既满足了市民对高端消费的需求，也丰富了日常消费的选择。

## “3815N”，商圈遍地开花

今年，合肥商业版图还将继续扩容升级，据不完全统计，蜀山区、包河区、高新区、新站区、经开区等区域的商业综合体都将有新鲜血液加入，高新区、经开区、新站区等新兴区域商业供给加速补齐，蜀山区、包河区等核心城区则在存量更新和品质升级上下功夫。

比如，建筑面积11万平方米的京东MALL今年落户，将是京东全国体量最大的综合消费场景项目，也是全国首个京东全业态融合消费场景项目，引入超200个知名品牌、打造30余个沉浸式主题体验区，实现线上线下千万级商品同款同价同服务；位于经开区的银泰inPARK作为安徽首家景观地标型高端商业综合体，计划今年下半年投入运营，弥补南艳湖板块大型商业空白；位于新站区的龙湖天街今年开工，建成后极大填补少荃湖片区大型商业空白，为合肥东北部区域注入商业活力。

在合肥市城市商业网点专项规划

记者了解到，今年一季度，国际连锁便利店品牌全家FamilyMart签约落户肥西县桃溪里商业街，长丰县下塘镇夏塘里商业街引入全季酒店等乡镇首店，永辉“胖东来模式”升级店落地庐江方圆荟……合肥各大县城正迎来一批首店落地开花，填补业态空白，让市民的“消费幸福感”在家门口也能触手可及。

如今，去合肥的商圈，“逛街”早已不是唯一目的。从单一零售到全场景体验，合肥商业载体正加速“跨界融合”，让商圈成为市民休闲社交、亲子欢聚、潮流打卡的首选地。走进各大综合体，传统零售店铺占比不断缩减，主题餐饮、亲子乐园、高端健身、沉浸式电竞、院线剧场等体验业态纷纷入驻，覆盖全年龄段消费需求，市民的消费幸福感持续提升。

以蜀山区为例，2025年，安徽首家泡泡玛特城市旗舰店、源自江西的黑珍珠餐厅“啄春泥”安徽首店、美团旗下即时零售品牌“小象超市”安徽首店、羊肉串界明星品牌“很久以前”安徽首店等93家，首店纷纷入驻，涵盖高端零售、主题餐饮、潮玩娱乐等多种业态，成为推动区域消费升级的重要引擎。

首店的集聚，也让各大商圈形成了差异化特色。如今，“首店”已成为合肥商业的“流量密码”，不仅吸引市民打卡消费，更彰显了合肥商业的吸引力与竞争力，2026年以来，首店开业热潮持续升温，为合肥消费市场注入新活力。

(2021-2035年)(草案公示稿)中，合肥将以国际化消费中心城市、安徽消费枢纽为目标愿景，规划至2035年，建成智慧型产品的全球首创地、首发地；具有全球消费吸引力、商业品牌竞争力的特色化国际消费中心城市。

据悉，至2035年，合肥将构建“3815N”商圈体系：3个市级商圈、8个副市级商圈、15个地区级商圈、N个社区生活圈和邻里商业。此外，建设500亿级商圈1处，百亿级以上商圈2处，百亿商业综合体、商场1家以上，规划城市商业综合体96座，重点结合轨道交通站点，在市级商圈、副市级商圈、地区级商圈内布局，并规划特色商业街区68处。

未来，随着合肥商业布局的持续优化，商圈载体的不断升级，首店资源的持续集聚，更多元的消费场景、更丰富的品牌选择、更便捷的消费体验将持续落地，合肥将继续打造长三角区域特色消费枢纽，让每一位市民都能在逛街消费中感受城市发展的美好。



2026年4月11日，参赛运动员在竞走比赛中。当日，2026年全国竞走大奖赛暨全国竞走单项赛(第2站)在安徽省黄山市徽州区鸣枪开赛。来自全国21个省市247人报名参赛，展开速度与耐力的巅峰对决。

施亚磊

## 低碳市集进公园，环保新风入校园



4月10日上午，合肥滨湖世纪社区天山公园人头攒动、热闹非凡。一场由滨湖世纪社区城市管理部联合清枫居委会及辖区企

业共同举办的“低碳环保市集”拉开帷幕。为提升居民环保意识、推动垃圾分类走深走实，社区创新宣传载体，将环保知识融入春日市集，通过“闲置换鲜”“环保手作”“知识宣讲”等形式，让低碳理念在欢声笑语中走进千家万户。

上午9时，市集三大区域同步开放。在闲置物品置换区，新鲜时令蔬菜整齐摆放，居民们用提前分拣好的旧书、闲置家居等物品兑换蔬菜，形成独特的绿色“交易”场景。“以物换菜，既给家里腾出空间，又为环保出力，太实在了！”一位阿姨笑着说。环保手作展区，辖区商户与居民利用废弃纸盒制作四色分类垃圾桶模型，并绘制环保主题画卷，生动诠释“垃圾是放错位置的资源”，吸引众多居民拍照。知识宣讲区，工作人员借助实物模型和展板讲解分类技巧，随后进行的有奖问答将气氛推向高潮，居民踊跃抢答，纸巾、环保钥匙扣等小礼品不断送出，分类知识悄然入心。

同日，绿色新风也吹进青苗荟徽昌苑幼儿园。城管部门联合昌贵居委会开展“有邻绿分”邻里赞，垃圾分类“幼”我担主题活动。工作人员结合幼儿认知特点，用通俗语言和趣味互动游戏讲解垃圾分类基础知识，引导孩子们认识四色垃圾桶的“专属职责”。随后，孩子们化身“环保小画家”，用画笔描绘垃圾分类愿景。这种“科普+绘画”的寓教于乐形式，在幼小心田播下“垃圾分类从小做起”的文明种子。

包河区城管局相关负责人表示：我们将以多元化、接地气的宣传形式，推动垃圾分类从“口号”变为“行动”，从“要求”转为“习惯”，让文明新风浸润辖区每个角落。

沈文娟 余方华 记者 王珊珊

## 悦书房

### 春天品读会

3月29日，高新区兴园中心悦书房修远小驿开展“经典名著里的春天”品读会。活动选取《红楼梦》《西游记》春日片段，带领读者赏析经典春景，品读文学意象与文字之美。现场读者积极交流分享，在共读中感受古典文学魅力。活动以书会友，传承经典名著，让传统文化在阅读中焕新活力。

曹茜