

山姆布局“一城三店”，奥乐齐连开十店一仓，莲花跑车正式进驻——

国际品牌为何加速“重仓”无锡？



□本报记者 祝雯隽、龚燕

4月9日，无锡第二家山姆会员商店开门迎客；4月25日，奥乐齐无锡茂业天地店与江阴八百伴店两店齐开；5月中旬，世界三大跑车制造商之一LOTUS莲花无锡首店即将亮相；6月底，无锡万象城西店将携一大批国际品牌开业……短短数月之间，从会员制仓储折扣零售，到豪华跑车到大型商业综合体，国际品牌与重磅项目在无锡密集落地、加速深耕，折射出无锡作为消费高地的强大引力与城市国际化的加速演进。一场重塑城市商业版图与消费气质的浪潮，正在悄然上演。



(敖翔 摄)

多点开花

国际含量持续提升

纵观近期国际品牌的在锡布局，其广度与深度均超越了简单的数量叠加，多点开花、梯次配置的系统性格局丰富着无锡的国际化消费图谱。

这份“无锡信任”，首先体现在密度上。作为无锡第二家山姆会员商店，惠山店的投用标志着无锡成为全国少数拥有两家山姆会员店的地级市。与此同时，第三家山姆江阴店主体结构已顺利封顶，计划年内开业。一年之内、同一城市连开两家门店，在山姆全国布局中尚属首次。德国折扣零售巨头奥乐齐同样“攻势迅猛”，自去年4月首家门店开业以来，一年间已先后开出10家门店。

频频“加仓”的远不止商超，更延伸至餐饮服务、汽车消费等多元业态。3月，麦当劳全国首家“欢趣层景”风格餐厅落户无锡百乐广场，“深耕锡城、升级消费体验”收获实质性成果；星巴克3年间在锡新增26家，门店总数增至126家；与保时捷、法拉利齐名的世界三大跑车制造商之一LOTUS莲花将打造集展示、试驾、体验于一体的城市旗舰空间……“紧凑的布点节奏，透露出国际品牌对无锡市场消费纵深的一致看好。

在满足日常家庭消费和品质生活需求的同时，更多潮品奢品也不断落地，以集群效应打造无锡消费能级跃升的坚实基础。

前不久，无锡万象城举办品牌开放日。从活动中获悉，一大批国际市场知名品牌借助西区开业叩开无锡大门：西班牙知名鞋履品牌CAMPER、韩国国民级潮牌Mmlg开出无锡首店，美国街头潮流品牌UNDEFEATED、韩国设计师墨镜品牌FAKEME落子区域首店，打造国际品牌“超级入口”。聚集250余家全球高端品牌，坐拥Hermès、Dior、LV等五大顶级奢侈品牌的无锡恒隆广场，近期也迎来一批品牌调性独特的国际“新品面孔”。拥有百年历史的美国保温杯品

牌Stanley、英国经典户外品牌Barbour等相继入驻，为高端消费市场带来多元选择。

密集加仓

“全域认可”赢得投注

国际品牌的密集落地，是无锡长期致力于优化消费环境、提升城市能级的必然结果。

城市与资本的双向奔赴，首先源自顶层设计释放的清晰信号。无锡市“十五”规划纲要明确提出，构建“两圈+四带+X”主题街区“总体商业发展格局，打造国际级中山路商圈与城市级太湖新城商圈，同时“扩大优质消费供给”，强化品牌引领，推动商品消费扩容提质。

层次分明的商业发展蓝图，让更多品牌看到了可预期的增长空间，从而毫不犹豫地投下深度远超以往的“信任票”。山姆“一城三店”重磅投建的同时，奥乐齐选址无锡建设其第二个华东配送中心。作为奥乐齐首个上海外设大仓，无锡大仓全面支持江苏地区所有奥乐齐门店的配送，产品配送到店车程缩短至

1小时内。从门店扩张到仓配扎根，无锡区域供应链枢纽的地位再获提升，国际品牌对无锡的倚重不仅局限于市场前端，更朝着产业后端持续延伸。

新面孔持续涌入、新业态推陈出新，进一步彰显了无锡市场的独特吸引力。2月上旬，英国零售巨头Iceland签约落户梁溪区，打造中国首个全能力店Iceland英伦购物公园。不同于传统超市的单一业态，该项目计划打破传统超市概念，以“线下供应链+线上MCN直播+AI赋能”的三核融合模式，构建智能化新型商超生态，推动无锡在国际零售版图上的坐标更加醒目。

诸多国际品牌对无锡的特别青睐，更体现在对全域市场的高度认可。山姆、奥乐齐选址江阴，目光越过主城核心商圈直抵县域腹地。有业内人士解释，无锡广阔的县域市场孕育了一批高净值、年轻态的消费群体，充分接受各类高阶业态，消费升级意愿强烈。“既具备成熟市场的消费实力，又拥有增量市场的成长潜力，两者共同构成了国际品牌下沉的核心吸引力。”计划于今年6月开业的江阴城发湾悦中心引入Marie Elie、

COSCIA 蔻莎等轻奢高定集合店及JOSEPH ABOUD、KELME等潮奢运动店铺，同样印证着这份“双重力”。

谋求共生

深度适配“无锡制造”

与以往单纯布局门店，将城市视为销售终端不同，本轮国际化浪潮中，一个新趋势越来越突出：国际品牌正顺应市场变化，更加聚焦供给侧与需求侧的“深度适配”，从“把全球好物卖到无锡”转变为“在无锡发现好物”，国际品牌与城市的关系重获定义，也推动着无锡在全球供应链中的角色更新。

进入江苏市场一周年之际，奥乐齐上新超200款低价好物，除高话题度的人气爆款外，更结合市场需求，精选多款贴合各城市饮食偏好的优选食品，百年老字号三凤桥成功入选。“我们供应了酱排骨、咸草鸡、盐水猪肚三款特色产品，仅一周便获得热烈反响。”品牌营销负责人介绍，此前三凤桥相关产品已入选M会员商店，此次进一步进入国际品牌采购体系，再度为企业打开了新渠道，老字号的匠人滋味借助全球网络走向更广阔的市场。

“全球供应链”与“本地制造”的双向奔赴在越来越多的场合接续上演。新开业的山姆惠山店内，瑰夏挂耳咖啡、鲜橙汁等多款“无锡造”产品一经亮相广受关注。这并非无锡制造首次赢得山姆认可。2024年5月，无锡万斯家居科技股份有限公司首次中标，成为山姆一款澳洲羊毛被的供应商，以高质量交付赢得充分肯定；去年，企业再度中标两种规格产品，并深入参与产品升级开发，进一步巩固了羊毛被产品研发与制造领域的行业领先优势，获得更多国内外客户的认可。山姆方面透露，目前已与多家无锡优质企业建立深度合作，涵盖生鲜、家居、家电、服饰等品类，助力长三角“好产品”进入更广阔的市场。“买全球、卖全球”的格局，让无锡不仅成为全球品牌的目的，更成为本土制造链接全球的枢纽。



“天地图·无锡”上线“苏超”专题板块 实景三维“锡”心服务球迷

本报讯 近日，无锡球迷小张打开“天地图·无锡”网站，惊喜地发现主页多了一个醒目的“苏超”专题入口。点进去，宜兴市体育中心三维模型清晰可见——手指旋转、放大、拖动，场馆周边的停车场位置、接驳站点、安检入口等标得清清楚楚。

城市数字底座正从“后台安保”走向“前台宠粉”。据介绍，在4月11日的无锡首场主场比赛中，我市首次将实景三维技术应用大型足球赛事安保，融合低空无人机与地面监控视频，构建了“及时感知、立体可视、协同预警”的智慧安保新模式。

“天地图·无锡”自2012年上线以来，年均更新各类地理要素超10万条，实现电子地图“月月更新”、影像地图“季季更新”。市自然资源规划局人士说，正是凭借如此扎实的数据家底，“苏超”专题板块除了利用实景三维技术让球迷能够“云”上探馆外，还同步上线了便民信息服务矩阵。赛事场馆周

边停车点、交通管制区域动态信息，以及餐饮、住宿、景点等设施信息均能在地图上实现“一键查询”。

更令人期待的是，接下来还有两项球迷专属服务：“天地图·无锡”手机端三维导览小程序即将上线，届时球迷扫码或从公众号菜单点击，即可在手机上畅快体验高精度三维漫游，实现“掌上探馆、随身随行”；“AI智能观赛助手”在加速开发中，能帮助球迷自动匹配三维地图数据，规划最佳出行路线。

“查天气、找车位、看路线、搜美食，能不能在一个页面里全搞定？AED急救设备的位置，能不能在三维场馆里一键导航？这些球迷关心的事，我们都记下来了。”相关负责人透露，后续还将推出更多服务新功能，包括促进文旅深度融合，推出“看一场球、游一座城”精品主题导览，并联动周边商户为球迷提供专属消费优惠等，以数字技术助力“赛事流量”加速转化为“经济增量”。（王怡敏）

草根的舞台



穿得够粉，踢得够狠。

5月9日晚，无锡队主场3比1完胜上届冠军泰州队，3粒进球分别在门前的左、中、右区域完成，可谓火力全开。很多人认为，无锡队的胜利很大程度上在于有了目前领跑射手榜的锋线“大杀器”刘宇豪。

其实，本场比赛的关键因素还在于22岁以下的年轻草根球员，无锡队的3粒进球都与他们有关：第一粒进球来自对手的“见面大礼”，而造成对手乌龙球的正是就读于南京航空航天大学会计专业的卢则灵，当时他在禁区外抢点，对手不敢怠慢，抡起一脚解围，结果球砸在同伴身上折射入网；第二粒进球是去年全运会后刚成为大一新生的许亚辉用头球实现的；第三粒进球还是与卢则灵有关，他回防中后场断了对方的球，又凭借灵动的脚法，摆脱了对方4名球员的防守，为前锋刘宇豪送出一记精准直传球，助力他单刀破门，这也是无锡队今年“苏超”首个运动战进球。

要论本场的最有价值球员，非守门员陈立群莫属。比赛中，他成功扑出了对手的点球，并在最后时刻多次封堵了对手的危险射门，和队友们一起众志成城击溃了客队的疯狂反扑。去年10月9日，陈立群在“苏超”赛场度过了18岁生日。球迷们现场齐声高唱生日快乐歌，成为首届“苏超”的名场面之一。今年，仍是高中生的他在“苏超”的前三场比赛中均首发出场，是球队毫无疑问的主力门将。赛后，他谦虚地为自己本场比赛的表现打了9分：“毕竟丢了一个球，回去要好好总结。”

可以说，这场胜利的背后，一群穿着“蜜桃粉”球衣的学生球员，成了最耀眼的主角。他们用课本里学不来的战术、课堂外练出来的脚法，完美诠释了什么叫“草根球员也能顶起半边天”。

学生球员卢则灵、许亚辉、邓

让群众在艺术中“听见”道理

梅村创新基层理论传播新路径



本报讯 从讲台到舞台，从真鸭到沉浸，从听道理到赏艺术，5月10日，梅村二胡文化园的梅里学堂和梅里小剧场同时“开张”。台上演的是音乐，台下听的是理论，群众在家门口一边赏艺术，一边受教育。

活动伊始，梅里小剧场的大屏幕上，播放起关于梅村的二胡与音乐的文化宣讲片。“中国二胡之乡”的文化根脉、二胡制作技艺的匠心传承、中外音乐交流的故事……一幅幅画面随着旋律铺展开来，把观众带进了音乐的语境。“宣讲”结束，走秀登场。百灵时装艺术团的《苍穹唤》率先开场，模特们步履从容、气韵不凡，把艺术的美感直接送到

观众眼前；在《战马》大气磅礴的音乐声中，银发模特们走出别样风采，赢得满堂喝彩。一方舞台，两种表达，文化的温度在画面与步履间悄然传递。

走秀刚歇，梅里学堂开讲。江南大学人文学院音乐系副教授、硕士生导师管乐应邀主讲。她从西方交响乐的发展脉络切入，不讲干巴巴的教条，而是掰开揉碎地讲，“柴可夫斯基的《悲怆》里藏着什么时代情绪”“肖斯塔科维奇在《第十交响曲》中如何用音符代替呐喊”……一个个大师、一段段旋律，被她讲成了故事。观众听得入神，那些原本觉得遥远的交响乐，突然有了温度；那

些抽象的文化自信，顺着耳朵落进了心里。

一旁的阅读架上，摆放着音乐艺术的宣讲折页，居民边看边听，在书香与乐声的交织中完成了一次精神滋养。现场穿插的音乐知识问答，更让观众在抢答中加深了对音乐的理解。散场时，有居民感慨：“在家门口听音乐，还能听出道理来。”

把艺术送到基层，把理论送到家门口。“从梅里学堂、梅里小剧场在二胡文化园的这次探索出发，梅村街道已谋划更长远的目标，让这一模式从个案走向常态，使理论宣讲真正成为群众家门口文化生活的“一部分。”梅村街道相关负责人表示，这既是对艺术化宣讲路径的有效验证，也为基层理论传播提供了一种可复制、可推广的新范式。

(杨明洁)

梁溪新添“健康地标” “知重驿站”喊你减肥

本报讯 最近走在梁溪街头，一个个缀满樱花的粉色小装置格外引人注目。这抹温柔的粉色，并非单纯的街头美陈装饰，而是无锡市“市民健康科普活动周”梁溪专场中一项成果落地的真实场景——“健康梁溪 知重驿站”。5月9日，无锡市第四届“市民健康科普活动周”梁溪专场在惠山国家森林公园广场举行。活动以“同创健康体重新风尚，共享健康梁溪新生活”为主题，通过系列举措为健康城市建设和服务民生服务注入具有梁溪特色的新动能。

活动现场，首批“健康梁溪 知重驿站”正式启用。这些驿站以粉色为主色调，搭配灵动樱花与醒目标识，上面写着“喊你减肥的风吹到了梁溪”——一句亲切的标语，迅速拉近了与市民的距离。驿站内不仅配备了智能电子体重秤、卷尺等实用工具，还设有体脂指数大转盘、BMI科普海报等互动内容，将体重指数、健康等级等专

业知识转化为易懂的日常指引，帮助市民“一分钟判断体重是否健康”。

作为梁溪区推进慢性病综合防控、打造“健康梁溪”新范式的全场景和便民服务举措，“知重驿站”真正让健康服务触手可及，在潜移默化中向市民传递科学健康理念，助力市民养成健康文明的生活方式。梁溪区疾控中心主任江月华介绍，目前，梁溪区已规划建设22个标准化服务站点，覆盖商超、地铁、机关、医疗机构等市民常去的公共场所，全程免费开放，为市民提供免费体重脂监测、健康科普、干预指导等贴心便民服务，织密了就近可及、便捷高效的健康服务网络。未来，梁溪还将依托“知重驿站”，延伸开展科普咨询、人体体征监测等多元化服务，致力于将其打造成为守护市民健康体重的专业服务阵地。

除了吸睛的“知重驿站”，一系列亮点纷呈的活动让健康科普“活”了起来。

当天，梁溪区健康减重专科联盟正式成立。该联盟由无锡市第八人民医院牵头，无锡市第二人民医院、无锡市中医医院、无锡市妇幼保健院为指导单位，联合辖区9家社区卫生服务中心等共16家单位组成，打通上下联动服务链条，为市民提供专业化、全流程的体重管理服务。

同日，梁溪区第二届减重减脂大赛正式启动，健康公交专线同步发车，将知识融入出行日常。山北街道“蟹肉换牛肉”优秀代表现场交流经验，联合辖区9家社区卫生服务中心等共16家单位组成，打通上下联动服务链条，为市民提供专业化、全流程的体重管理服务。

据悉，科普周期间，梁溪区9个街道将同步开展系列主题科普活动，通过多样化形式让健康理念深入人心，让健康之花绽满梁溪的每一个角落。（蔡佳、吴玉雯）



中国选手布云朝克特无缘冠军。

韩国选手夺得锡网男单桂冠

本报讯 5月10日，在无锡国际网球中心举行的2026无锡网球公开赛男单决赛中，“韩国一哥”权纯雨以2比0战胜首届冠军布云朝克特，首次捧走锡网冠军奖杯。这是布云朝克特和权纯雨在职业赛场的首次交锋。两人在本赛季分别两次和三

次闯入挑战赛决赛。在9日晚进行的男双决赛中，头号种子让·利安·罗约尔/西奥多·温加以2比0战胜南妮索/帕特里克·尼克拉斯·萨尔米宁，摘得两人搭档以来的首座男双冠军奖杯。（卢勇 文/宗晓东 摄）