

# 守住优势，破局成长 龙湖常州龙城天街开业6年 持续焕新商业活力

□周静

在国内商业地产竞争愈发激烈的当下，作为“城市的服务者”的龙湖常州龙城天街，凭借对每一个运营细节的精益求精，将服务触角延伸至消费者生活的方方面面，从“常州首家无人收费停车场”到“常州首家拥有室内香氛系统的商业综合体”，龙湖常州龙城天街始终以优化消费者体验为核心，在开业6年来，算是走出了一条差异化之路。

刚刚过去的中秋节，恰逢龙城天街迎来6周年庆典，此次周年庆，龙城天街联动全场商户，通过强化商品竞争力、洽谈品牌超低折扣、加码商场高额补贴等促销手段，配合极具吸引力的主题活动，9月15日—17日店庆3天，销售额同比上涨35%，客流同比上涨15%，向行业交出了一份满意的答卷。

这几项漂亮的数据，展现了龙城天街从精细化定位到差异化经营商业逻辑的正确性，为城市消费者带来全新消费体验和美好生活方式的同时，也加速了整个钟楼板块商业氛围和城市商业格局的全面升级。



## 服务体验精细化 持续注入发展新动能

6年的时光，对于龙城天街而言，既是一次旅程，也是一场持续的创新。在商业江湖变幻莫测的时代，行业快速迭代洗牌，只有紧随市场步伐积极调整，方可在大浪淘沙的市场中脱颖而出。龙湖商业的优势在于一直保持着危机感，以创新意识 and 精细化运营实现破局蜕变。

一直以来，龙城天街都与市场保持着高度同频，不断深挖在地文化，精心揣摩“人”“空间”与“服务”的关系，在构建标准化、体系化、定制化会员体系的基础上，保持持续的开拓与精细化运营，旨在进一步提升“高频、高销”用户的尊享感和满意度。龙城天街会员中心以“乐享+”为理念，为会员群体配备专属的休憩空间，提供会员咨询及办理、积分兑换等服务；还有专门为家庭客群打造的母婴室、儿童卫生间，另提供免费轮椅、雨伞租借等多种类型服务，为消费者提供360°全方位的人性化贴心体验，真正将服务体系的主导权“归还于人”，让消费粘性在服务场景、服务内涵、空间功能的迭代中自然而然生成。

此外，为破解商业同质化现状，龙城天街从迎合儿童家庭到扩容年轻客群，从丰富业态、引进特色品牌的角度出发，全新差异化布局，针对25—40岁的追求品质和趣味生活的年轻家庭等客群，在品牌选择及品质甄选上都保持高标准，力求为常州市民打造精致丰富的消费体验。

今年，龙城天街已陆续迎来大规模的品牌升级，目前已完成地下商业空间升级，周大福、老凤祥等多家品牌入驻，致力打造黄金珠宝艺术空间；持续通过吸纳市场活跃品牌，引入了好利来、switch、达美乐、李宁、安德玛、匡威等丰富项目消费组合模式，焕新项目面貌，进行空间升级、聚焦首店品牌，拉动项目消费升级的同时，因地制宜的转变“年轻经济”，在品牌引入和场景营造上全方位满足周边客群的消费需求，并为年轻群体提供更多新生代消费场景，致力于成为城市品质潮流生活的领航者。

随着商业进入到了多元化、品质感、体验型的新时代，龙城天街犹如一个“引力场”，依托城西的区位优势，通过多元化的消费业态、创新性的场景体验，推动和引领区域商业价值的不断提升，持续创造并激发出区域商业更多的价值，立志打造“城西品质生活中心”，带领城市商业迈入全新时代。



## 钟楼新城核心商业 打造城市年轻活力新聚场



让顾客享受实实在在的购物乐趣。而贯穿始终的则是不断以创新意识为消费者营造更加充满社交感、松弛感、获得感的体验场景，以紧扣当下热门生活方式的差异化内容，强化核心竞争力。

近年来，龙城天街把“有温度、欢聚舒适、宠爱”作为串联市场策划的线索，通过城市级印记活动、跨界营销，增加项目的标签。针对“Z世代”消费文化，瞄准当下大热的二次元，精准触达消费群体对于新鲜、有趣、互动体验的追求。今年尝试的几次二次元漫展得到了消费者及品牌方的良好反馈，随着后期二次元新兴品牌的引进，也将更加丰富场内的业态及消费者需求。

同时，随着常州“青春乐都”的打造，演唱会、音乐节成为年轻群体不断追求的体验，粉丝经济也日益磅礴，今年已成功策划华晨宇、TF BOYS等多场线下追星活动，同时联动场内品牌挖掘粉丝经济潜力。后期，也将此作为天街与年轻群体的桥梁，以吸引力十足的明星活动持续激发消费者的互动热情，激发城市消费活力。

## 全品牌矩阵引领美好生活 激活城市商业向新生长

龙城天街以强大的品牌号召力引入了200余个时尚品牌进行全业态布局，涵盖运动潮流、国际名品、时尚零售、儿童游乐、特色餐饮等业态，以多元的业态组合为消费者打造多层次的消费新场景，更新周边区域的消费模式，创造城市年轻力磁场。

除了实现消费业态全覆盖，龙城天街还十分重视品牌组合的化学效应。不仅有常州首家拥有ScreenX专利多面投影特效影厅的CGV影城、配置“屋顶泳池”的即刻健身俱乐部，也结合国际快时尚优衣库、家居品牌NITORI、西西弗书店、海底捞、大城小爱、苏宁易购、华为等知名品牌，为常州商业



注入更多新鲜体验。同时，基于项目周边人群的少儿成长培养的刚性需求，龙城天街突破性地将儿童业态占比提升到近20%，拥有孩子王、Asics Kids、Balabala等品牌，打造城西最全的一站式儿童成长天地。

通过培育消费新玩法，挖掘时尚活动新热点，创造消费新场景，吸引更多周边市民和游客前来打卡消费。随着业态和品牌的持续升级，无论是潮流玩物，还是特色文创、美食饮品，在这里都可以被满足。每逢节假日，更有音乐节、街舞大秀等主题活动轮番上演，带给消费者超多惊喜。

在龙城天街营销负责人看来，新消费时代，消费者的需求不再局限于基本的物质满足，而是更加注重品质、体验、情感共鸣以及个性化的表达。这种变化促使商家不得不重新审视自己的产品和服务，从单一的功能性向多元化、个性化、定制化方向转变，而且需要更加深入地理解消费者需求，通过更新的创意、独特的体验、精准的营销等手段，才能与消费者建立更紧密的情感连接，从而赢得市场青睐。

vanke | 常州
理想城 | 臻境

# 万料嘉年华 IDEAL CITY 国庆共欢聚

## 理想好柿购 生活有甜头

**万SHI大吉**  
来访打卡即可领取  
**精品喜柿礼盒**  
(数量有限 先到先得)

**SHI事如意**  
认购即送  
**小米品牌家电**

**好SHI价到**  
清栋钜惠总价8字头  
**抢103m²宽境洋房**

**心想SHI成**  
认购墅居新品  
**即享10年物业费**  
(仅限10席)

**喜SHI相荐**  
老带新享高额佣金  
**+2年物业费**

ACTIVITY TIME  
活动时间  
**即日起-10月7日**