



焕新商业形态 迭代都市生活

漳州T·ONE持续释放新活力

南街航拍

A 以餐饮、休闲社交为锚 打造全维全时消费业态

漳州T·ONE整体定位“漫享生活悦聚场”，立足“塑造餐酒咖氛围”和“以聚会为核心的消费场景”两大消费需求。漳州T·ONE以餐饮、社交为锚点，打造以聚会、社交、潮流、休闲、体验为一体的自由空间，满足高净值人群私享、漫步的生活需求，进一步放大“小微醺”“夜经济”氛围，创造更多消费者欢聚、社交、互动场景。值得一提的是，目前不论是北街还是南街的招商率均超过了95%，足见漳州T·ONE的潜力。

在招商理念上，漳州T·ONE一方面着重引入一些体验感强、极具特色、能够自带流量和IP的品牌，充分发挥街区适宜“漫步”“游逛”的特性，为周边年轻人打造社交根据地；另一方面，重点甄别品牌是否契合未来消费趋势，品牌生命力是否强劲，是否有长久的增长潜力。

漳州T·ONE南街在漳州T·ONE北街定位上的品牌级次有所拔高，从业态丰富度、品牌级次、消费场景等多个维度提升，与漳州T·ONE北街形成差异化的业态互补，以满足

商务客群的社交需求。漳州T·ONE南街重点引入了40多家品牌，尽管品牌数量精简，但新开品牌丰富了整个项目的业态特色。在漳州T·ONE北街已有的如元初食品、广临楼、诚东餐饮、金逸影城、魅KTV等在内的百余家品牌的基础上，漳州T·ONE南街进一步丰富了商务生活氛围，引入了希尔顿品牌酒店、味友·闽宴(漳州首店)、索非克战斧牛排(漳州首店)、萧一锅(漳州首店)、TA说民谣音乐酒馆等多家特色餐饮品牌。

在娱乐业态方面，漳州T·ONE南街引入了万悦汇、闪电电竞、sweet滑板公园等年轻力品牌，共同形成了“微醺、社交、商务”三大特色标签，为消费者创造了更多元、更丰富的新消费场景，为漫步式城市休闲生活增添了一抹精彩的一笔。

此外，针对周边众多家庭客群的核心需求，漳州T·ONE还重点引进了近20家教培品牌，涵盖了舞蹈、音乐、美术、口才、篮球、乐器、亲子阅读、托辅等细分品类，多元化满足家庭客群需求。



2024年11月22日，南街正式开业。

南街夜景引人入胜

B 聚焦精细化运营 漫享生活悦聚场成形

2023年9月28日，由厦门轨道集团与建发商管倾力合作的商业项目——漳州T·ONE北街正式开业。北街实现了开业9天客流量达42万人次、总销售额1250万元的佳绩。经过一年多的精细化运营，漳州T·ONE以其独特的餐酒氛围和悠闲自在的街区环境，完美诠释了“漫步”与“游逛”的街区特性。伴随着Citywalk的兴起，漳州T·ONE迅速成为漳州市民热门的网红打卡漫步路线。凭借出色的运营实力，漳州T·ONE火速出圈，在第19届中国商业地产节上荣获了“年度优秀商业地标街区”的殊荣。

据了解，首次进入漳州的元初食品和广临楼月均销售额高达300万元，本地知名品牌诚东餐饮月均销售额也达到200万元。在漳州T·ONE，月均销售额超百万元的品牌已多达5家，充分显示了消费者对这些品牌的喜爱以及项目运营团队在品牌选择上的精准眼光。

此外，开放式的街区形态为品牌展示提供了更多可能性，特别是那些具有社交属性的品牌。2024年，漳州T·ONE街区从美陈布置到主题活动，进行了全方位的破圈式营销，共

组织了超过110场活动，日均客流量达到2万人次，单日客流量更是创下了5.5万人次的新高。

得益于丰富的户外空间，漳州T·ONE街区还非常适合举办各类主题活动，满足了市民“消费+户外生活”的多元化需求。例如，与政企联动的“全闽乐购·福聚龙文”新春嘉年华开幕式、2024年龙文区楼宇党建邻里节等活动，不仅助力活动期间项目客流量再创新高，还进一步提升了项目的销售业绩和影响力。同时，漳州T·ONE北街不断推出具有强烈互动体验的节日活动，如青年生活季、造悦节·河畔酒市、音乐节、创意集市等，成功吸引了年轻人的关注，为他们营造出所喜爱和向往的轻松愉悦氛围，从而形成了强大的吸引力，实现了聚客的目标。

在场景方面，漳州T·ONE南街则是多资源联动，跨界联名IP，打造超500平方米南法普罗旺斯薰衣草花园、神龙迎客IP春节美陈、灵龙春风集、内心小孩IP展、20米热气球艺术装置等高能级美陈，创造了城市级话题。这不仅引发全城、全客群的关注与参与，也为漳州T·ONE南街形成更多元的影响力。

2024年龙文区楼宇党建邻里节活动现场

微醺young街烟火气十足

蜀九鼎人气爆棚



造悦节·河畔酒市热闹非凡

灵龙春风集悠然自得

“全闽乐购·福聚龙文”新春嘉年华开幕式

C 开放式街区 营造拥江揽湖的空间松弛感

除了品牌和营销之外，漳州T·ONE在空间塑造上也花费了不少心思。

根植于“生活”二字，漳州T·ONE围绕6万平方米商业街区空间，将闽南深厚文化底蕴与国际前沿理念标准相结合，强调水、花园和文化的诗意融合。

漳州T·ONE积极探索新型商业街区形式，以“畅快、慢享、欢聚”为理念，打造了由自然绿廊、休闲广场、步行街道构成的漫游式街区，通过合理的动线设置，串联起南北街，并与江边兰亭相呼应，借此巧妙地营造出户外

通透感。

自然、水景与商业的结合，将为漳州T·ONE带来更多无形效益。自然空间兼具生态性、社交性、开放性等多重特征，负责为大众提供生态价值，商业负责提供消费价值。两者间形成的奇妙关系，将社交、潮流、烟火气、艺术性等客流虹吸元素集中在一起，为商业空间提供更多松弛感，显然其意在为城市建造一座具备“生活感”的街区项目。

当然，完整呈现的漳州T·ONE并不孤

立存在，而是与特房锦绣碧湖项目的住宅、写字楼、希尔顿品牌酒店相连，形成了集商、住、行于一体的“滨江之城”。目前，锦绣碧湖B-3项目已盛大交付，88—199平方米精装现房，即买即住。

漳州T·ONE作为一条和城市共生的商业街区，将满足区域升级中人们对消费更新的需求，构建人与城市、商业与城市的连接。未来，在建发商管的精细化、专业化运营下，漳州T·ONE将助力碧湖商圈成为主城区活跃的消费板块。



俯瞰北街