



和传统商场并无二致的“盒式”建筑内,顾客从扶梯一层层上去如同打卡“格子间”:负一楼餐饮,一楼美妆珠宝,二楼三楼服装,四
楼五楼培训、健身、影院……这是商业综合体长期给人留下的刻板印象。

为了营造更丰富的消费体验,南京商业综合体正在悄然“变脸”。近日,南京万象天地和金象城购物中心两家商业综合体开
业,以“Mall+开放街区”的鲜明形象,双双新晋网红打卡地。与此同时,南京一批既有商业综合体为招揽客源,也纷纷改造环
境、设计空间、植入文化。

商业综合体,正经历一场消费场景再造的变革。



建邺吾悦广场“秦淮水街” 丁茜茜 摄

万象天地综合体内的云章公所 赵明玲 摄

既要买买买,
也要阳光与星辉

□ 本报记者 丁茜茜 洪叶 叶真 顾巍钟

走进三山街万象天地,如同拆开一只“盲盒”:被三面时尚街区合围的,是修旧如日的文保古建筑“云章公所”,青砖小瓦的屋顶上空,盘旋着几只五彩斑斓的巨大蝴蝶造型。沿街店家摆出一排排座椅,坐在这里,背靠现代商业的繁华与璀璨,面对的是白墙、灰瓦的古建筑,感受一种古今交融、时光轮回的氛围。

万象天地所在地块,过去是城南危旧房片区,“云章公所”曾是旧时南京云锦织造业的行会,在十几年前的拆迁中刻意保留下来。为把这座古建筑“融入”综合体内,设计团队特邀国际知名艺术家Patrick Shearn从南京云锦蝶纹中汲取灵感,结合中华虎凤蝶与云锦之蓝,在“云章公所”上空设计了这群凌空飞舞的蝴蝶,取名“永恒的震颤”。步行街保留弓箭坊、黑簪巷等历史街巷肌理,街心拼出“绛云楼”印章。绛云楼过去是钱谦益、柳如是夫妻居所,清朝时毁于一场大火,如今楼没了,留下“印章”保存记忆。

这个融合历史和现代的开放式商业综合体一经面世,立即成为南京商界网红。步行街上人来人往,顾客纷纷在“云章公所”前拍照留念,一楼的奶茶店、手工坊、餐饮点排成长队。“一刷到开业的消息就来了,这里有种种时空交错的感觉。”喜欢尝鲜的南京市民张馨和朋友这个周末一同来逛街,“这里不仅能买到颜值颜值,更重要的是消费体验,在顶楼露台上发个呆,晚风中啾啾咖啡,到‘云章公所’里看看展览,要是夜晚来,还能看到古建筑和彩蝶上空的星空,感觉更好!”

位于江北的金象城购物中心,同样是“Mall+开放街区”的组合,一半室内,一半露天。喷泉下、水池边,围坐一群人,看着小朋友们玩水,听着潺潺流水声,享受着秋日暖阳一寸一寸铺在身上的感觉。“家里宅完,再商场宅,有什么意思?这里既能购物消费,又能接触自然。”前来遛娃的市民王乐来说,中午一家人在商场内吃饭,从阶梯走上便是露天区,一玩大半天。

“场内是欢乐场,场外是乌托邦。”两家商业综合体负责人把“Mall+开放街区”叫作新一代综合体,这种复合空间带来的休闲、舒缓,以及延时经营、空间场景、沉浸式快闪等体验,是一种难得的“慢生活”,有一种“隐于都市”的感觉。

营建开放式综合体,不只是这些龙头企业,不少社区型商业综合体,也在打开封闭建设街区。位于所街的乐基广场地处江东商贸区,经营面积仅2万平方米,附近分布金鹰世界、河西万达广场等商业大鳄,曾一度淡出人们视野,如今通过挖掘开放式空间得以突围出圈。“我们后街有一条河,有开阔的户外区域,打开门面建成露天餐饮广场,增加餐吧、轻食、酒吧等,人气很火,带动了室内消费,经营整个活过来了。”乐基广场副总经理柏正春说。

“商业综合体经历了传统零售、功能性购物中心,现在进入到‘购物+街区’新阶段。”柏正春说,打造街区场景,吸引目标人群,不只是超级综合体,对乐基这样的社区综合体一样重要,他们瞄准周边1.5公里内目标人群,注重人群细分,在引进潮品店、知名餐饮外,还引进美容、健身、奢侈品养护店、咖啡店、奶茶店、宠物店等业态,每种业态都有1到2家店,求精不求全,分列河边街区,到这里消费休闲,已是附近居民的生活日常。

场景巧设计,
400米水街藏身时尚Mall

城市见证着新晋“人气王”的高光时刻,也经历了传统综合体的黯然失色。

河西某商场,地处河西中央商务区,距地铁二号线出口仅两三分,区位不可谓不佳,负一楼也搜罗了不少当下的网红品牌,可欠缺体验空间,又没有新街口商场的人气号召力,开业以来一直不温不火。

在许多城市新区,综合体曾是引领片区开发的“神器”。但浦口区南大旁的慕斯荟购物中心、城北红山新城的常发广场,远未达到预期效果。这其中,慕斯荟购物中心已于去年闭店,眼下仅沿街店铺汉堡王、便利蜂、

南京商业综合体场景再造引领消费变革

「封闭」变「开放」,「变脸」又变「心」

星巴克等店仍正常开放。业内人士分析,商业综合体本以传统商场的革新者面貌出现:应对网络冲击、主动调整业态、注重体验消费,但是近年来模式相近、业态趋同,已成为现实瓶颈。多数综合体商业布局、招商店铺、知名品牌趋于雷同,部分业态如影院、亲子空间,以及餐饮服饰品牌,几乎成了行业标配,甚至连灯光色温、香氛味道都相似,很容易让人产生审美疲劳。加上商业综合体越开越多,去年一年南京共有18家商业综合体开张,今年下半年又将开业14家,城市商业综合体存量将突破1000万平方米大关,竞争加剧而体验感悬殊,市场分化是必然的。

眼看开放式综合体带来的人气,既有综合体纷纷“变局”,在建筑设计、环境布置、文化植入上大做文章,营造一个丰富多彩“室内场景”。

去年底开业的江北虹悦城,虽然还是单体建筑,却一改江南虹悦城的“商场形象”,外墙用的是南京明城墙的肌理语言与充满参数化的设计,设置2000平方米下沉式广场和4000平方米穹顶,瀑布从穹顶垂落,阳光从顶棚洒落,辉映整个中庭。中庭上空的玻璃栈道既是网红打卡点,也连接不同的商业空间。

这个由全球知名建筑设计公司CallisonRTKL担纲设计的半开放场景,为虹悦城带来了大客流。去年12月31日开业,正逢元旦小长假,虹悦城吸引76万客流量,营业额达到5700万元。轻食店豆库和火锅店捞王一直保持很热人气,很重要原因是借景了“中庭空间”:坐在“阳光房”里,喝着咖啡吃着甜品看着喷泉是一种享受,在露台上吃火锅更是全新体验。总经理韩琰说,“这一设计充分利用景观空间,打破室内外界限,结合‘餐吧+轻吧’的全天候运营,为城市轻中产人群提供了释放压力、放松心情的好去处,今年9月获得2022缪斯设计奖金奖。”

更有将“秦淮河”直接搬进商场的场景设计,建邺吾悦广场在商场负一层挖出一条长400米的“秦淮水街”,一泓流水带着秦淮意韵,穿堂而过秦淮市井、时尚Mall、逛吃中心,沿河布置亭、台、阁、廊、轩等秦淮元素,打造魔扇亭、曲溪轩流、船坞灯市三大主题场景。虽然室外场景欠缺,但商场内依然别有洞天,顾客在玲珑水景、江南园林恣意流连、消费体验。

龙湖河西天街联合南京博物院打造《天街博物志》展览,南博镇院十八宝尽数参展,现场另设文物市集、非遗现场展示等活动。对此龙湖集团有关负责人解释说,随着Z世代成长为消费主力,潮玩、国货等成为流量密码,与传统文化、文创产品有天然的亲近性。他们通过文化艺术展、主题讲座、非遗传承人展演等形式,将城市的变迁、往事的浮生在商场娓娓道来,很受顾客欢迎。

和顾客“共情”,
综合体要有“独特表达”

从万象天地、建邺吾悦广场到江北虹悦城,网红综合体虽然风格各异、经营有别,一个共同点是通过设计营造地标建筑和特定场景,植入文化元素和社区功能,综合体变得更可逛、更好玩了。

“走进‘盒子式’传统商场,坐电梯,逐层扫过一个一个的‘格子间’,购物、吃饭、看电影,是一种被安排好的消费。”南京大学城市规划与设计研究院城乡分院院长张川说,新生代设计注重人的感受,强调互动感与参与性,可流动的空间更丰富,消费者感到更加舒适放松。

“只有让消费者逛起来、玩起来、买起来,而不是宅在家里刷手机网购,才能振兴实体经济,复兴街区经济。”韩琰说,新生代商业综合体通过线下场景设计,利用社交媒体平台,打通线上线下,是实体经济对网络经济的突围。

对此江南大学市场营销系副教授孟繁博解释说,新生代综合体通过网红场景,实现从线上种草到线下拔草,从“人”(顾客)、“货”(品牌)到“场”(场景)的闭环营销。因为对年轻人来说,打开手机刷到周边有哪些网红餐馆,哪些街区值得逛逛,哪些商家得“避雷”,已成为他们的消费攻略。经由流量人气,社交媒体平台能够帮助综合体将“人”带到线下,通过“货”集聚知名网红品牌,带动消费者线下体验,最后由商业综合体通过“场”打造体验式场景,吸引线上到线下的大客流。

“消费者在综合体内购物休闲、吃喝游乐,不只是消费行为,还是社交体验。”韩琰说,年轻人可能为买一杯奶茶排队一小时,在很多人看来很浪费时间,但对于一些刚开始恋爱的年轻人来说,却是一个交流的好时机;同事或闺蜜约到商业综合体逛街和吃饭,也不只是购物和享用美食,还是在大家都喜爱的环境里聚会的机会。因此作为商业地标,综合体必须有自己的独特表达,通过独特场景“黏”住消费者,与文化、社区、自然产生更紧密的联系,增强消费的体验感、参与感和沉浸感。

这对商业综合体设计运营提出高要求。“每一座万象天地作品,都注重对所在城市与片区的深刻解读。”南京万象天地有关负责人说,打造“好玩”的商业综合体,优秀的建筑设计和精心的活动展陈是基础,环境营造要和顾客“共情”,唤起人群的集体记忆和共同兴趣。而为了实现“好逛”,运营上会紧抓“首发、体验、旅游”三个标签,打造社群文化,形成场域文化。

位于江北新区产业技术研创园的“砂之船”奥莱,也改变其江宁砂之船奥莱的封闭城堡形象,利用近江临河、片区城南河与南农河交汇的地理优势,抓住研创园年轻人多的特点,建设我省首个由河谷与绿洲结合的“轻奢”奥莱。建成后,顾客将吹着江风、赏着河景休闲消费。

商业综合体的建设改造,不但丰富了市民的消费选择,还推动南京的商圈布局调整。南京三山街还是传统商业街区,后来一度沉寂,如今随着水游城、茂业天地、万象天地等一批新生代商业综合体落户,这一商业街区又复活了,其低密度、开放式的街区面貌,和老城南融为一体。在江宁百家湖片区,商业综合体景观和百家湖1912街区、金鹰购物广场连成一片,崛起为南京“第三商圈”。江东商贸区由于万达、金鹰、建邺吾悦广场等商业综合体建成开放,也逐步成型。

“所以商业综合体升级发展,不只是商业领域的调整,它事关实体经济发展,关乎城市更新,还凝结人们的情感和交往。”张川深有感触地说。

►上接1版 对于全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴具有十分重大的意义,对于如期实现建军一百年奋斗目标、加快把我军建成世界一流军队也具有十分重大的意义。当前和今后一个时期,学习宣传贯彻党的二十大精神是全党全国全军的首要政治任务。全军要认真贯彻党中央部署,精心筹划组织,把学习宣传贯彻党的二十大精神这件大事抓紧抓好抓出成效。要紧紧围绕党的二十大精神,深入学习贯彻党中央部署,精心筹划组织,把学习宣传贯彻党的二十大精神这件大事抓紧抓好抓出成效。要紧紧围绕党的二十大精神,深入学习贯彻党中央部署,精心筹划组织,把学习宣传贯彻党的二十大精神这件大事抓紧抓好抓出成效。

习近平强调,我军学习宣传贯彻党的二十大精神,要把焦点和着力点放在实现建军一百年奋斗目标上,这是未来5年我军建设的中心任务,必须全力以赴、务期必成。要深化对新时代党的强军思想理解认识,切实学懂弄通做实,转化为推进强军事业的强大力量。要强化进取意识,坚持问题导向,在勇于变革、攻坚克难中开拓前进。要真抓实干、埋头苦干,把担负的任务不折不扣落到实处,确保如期实现建军一百年奋斗目标。

习近平指出,党的二十届一中全会决定了新一届中央军委组成人员,这是党中央从党、国家、军队事业全局出发作出的重大政治安排。军委一班人要牢记党和人民重托,牢记全军官兵期望,兢兢业业做好军委工作。全军高级干部要讲政治、能打仗、善创新、重实干、严自律,履行好担负的职责。

习近平强调,全军各级要按照军委既定部署,做好今年年底前各项工作,确保年度任务收好官。要把握新的形势和任务要求,搞好新年工作筹划,确保明年全军工作开好局、起好步。

会议召开前,习近平亲切接见出席党的二十大解放军和武警部队全体代表、特邀代表、列席人员,同大家合影留念。

国务委员兼国防部长魏凤和,中央军委委员李尚福、刘振立、苗华、张升民,以及李作华同志出席会议。军委机关各部委、军委各直属机构、军委联指中心、各战区、各军兵种、军委各直属单位、武警部队主要负责同志等参加会议。

中共中央致各民主党派中央、
全国工商联的感谢信

►上接1版 继续扎实推进全体人民共同富裕,继续有力推进党的建设新的伟大工程,继续积极推动构建人类命运共同体,为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴而团结奋斗。大会圆满完成了各项任务,开得十分成功,对团结和激励全国各族人民为夺取中国特色社会主义新胜利而奋斗具有重大意义。

今年是统一战线政策提出100周年,中国共产党始终从全局和战略高度重视统一战线工作。统一战线作为中国共产党百年奋斗的历史经验之一,是克敌制胜、执政兴国的重要法宝,是团结海内外全体中华儿女实现中华民族伟大复兴的重要法宝。巩固和发展最广泛的爱国统一战线,团结各民主党派、工商联和无党派人士和衷共济、并肩奋斗,共同致力于中国特色社会主义伟大事业,是中国共产党始终不渝的战略方针。随着中国特色社会主义进入新时代,中国共产党团结带领全国各族人民全面建成小康社会,开启了实现第二个百年奋斗目标新征程。新征程上,我们将坚定不移坚持和完善中国共产党领导的多党合作和政治协商制度,坚定不移贯彻长期共存、互相监督、肝胆相照、荣辱与共的方针,始终高举爱国主义、社会主义伟大旗帜,始终坚持大团结大联合,支持民主党派全面推进思想政治、组织、履职能力、作风和制度建设,彰显我国新型政党制度的优势和特点,进一步发挥好工商联的职能作用,促进非公有制经济健康发展和非公有制经济人士健康成长,为实现中国共产党第二十次全国代表大会确定的宏伟目标凝心聚力,共同谱写统一战线和多党合作事业发展新篇章。

让我们紧密团结在以习近平总书记为核心的中共中央周围,再接再厉、顽强拼搏、攻坚克难,不断开创中国特色社会主义新局面,为把我国建设成为富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的中国梦不懈奋斗!

此致
敬礼!

中国共产党中央委员会
2022年10月24日
(新华社北京10月24日电)

有效解决“最初一公里”和“最后一公里”

无锡滨湖率先实施企业人才服务专员制

致天下之治者在人才,人才兴则城市兴。作为无锡市重要的科创策源地,滨湖区全面布局“543”产业体系,科学谋划“五湾五城”产业空间,聚力创新人才服务举措,助推太湖湾科创引领区建设。为了打通人才服务“最初一公里”,有效解决“最后一公里”问题,滨湖区在全市率先探索实施企业人才服务专员制度,逐步构建覆盖全区、上下贯通、职责明确、精准高效的服务体系,着力打造“科产城人”融合发展的优质生态圈。

38位人才服务专员提供“保姆式”政务服务

“材料提交什么时候截止?”“我的收入证明备案还没有批下来,怎么办?”近期,太湖人才项目“秋收”正忙,滨湖区山水城经发局科技金融科的电话频频响起。电话那头是企业对各种政策以及如何办理的焦急询问。电话这头,企业人才服务专员林晨对咨询问题有条不紊地一一解答,逐项梳理注意事项。在林晨的耐心帮助下,他负责对接的两家企业都已顺利完成申报。

像林晨这样的企业人才服务专员在滨湖区总共有38位,分散在全区3个街道4个园区。他们的主要职责是针对企业人才需求反映不畅、政策认识不清等痛点、堵点问题,进行一对一“保姆式”政务服务,帮助企业最大程度享受政府各类政策和保障,进一步加强政府与企业的沟通联系,提升区域内高层次人才服务水平。

在今年首批企业人才服务专员中,60%毕业于“双一流”大学,32%具有政府事务工作经验,63%具有企业工作经历。滨湖区通过公开招聘,择优录取文化水平高、有一定工作经验并且所学专业与区内重点产业对口的人才。同时,在招录过程中除了“笔试+面试+政审”常规环节外,还增加“一对一”面谈,重点了解个性特点、专业背景、工作经历等,起到全面考察人员品行、特长、能力的目的。

“三位一体”培养理论实践相结合的高能级服务专员

“引才”重要,“育才”更重要。为了提供更专业的服务,滨湖区为企业人才服务专员“量身定

制”业务拓展能力套餐,实施“任职培训+跟岗锻炼+专题培训”三位一体培养计划。企业人才服务专员参加以围绕区情区貌、产业体系、科技人才、商务礼仪等内容开展的8天岗前培训。培训采取“理论+实践”“课堂+现场”的方式,开展专题授课14场、座谈交流3次、现场教学4期以及实战模拟,最后需通过结业考试。

理论知识有了,实践也要跟上。在任职培训后,“准”专员们还要进行为期一个月的跟岗锻炼。滨湖区在全区范围内设置基层板块一线岗和机关部门重点岗两类岗位,将大部分缺少基层工作经验的专员分配至基层板块。比如,经开、招商等部门跟岗,将少部分缺少管理岗位经验的人才专员分配至区科技、人才等机关部门,配备导师,实施“一对一”帮带,“靶向式”培养,以此帮助专员尽快熟悉业务,增长见识。

结合人才项目申报、校园招聘等年度阶段性重点工作,滨湖区先后组织人才服务专员参加7场主题培训,补齐业务短板的同时有效提升服务企业的专业化水平。

实施“1+4”入驻挂钩机制赋能城市发展

丰富人才队伍结构,提升人才队伍质量,更要全面激发创新活力,更大程度地为城市高质量发展提供智力支撑。在蠡园开发区服务的浦烨负责挂钩联系5家企业,不亦悦乎是其中一家企业。“专员服务好比送外好,客户既要菜单是否丰富,又要看评价口味好不好,还要看送餐准时不准时,客户体验很重要。”专员赵馨羽表示,他们将努力提高服务效率,让政务服务更精准、更有温度。

和浦烨一样,不少企业专员把自己的专业知识融入服务工作,为服务“菜单”中添了不少新“菜品”。“专员服务好比送外好,客户既要菜单是否丰富,又要看评价口味好不好,还要看送餐准时不准时,客户体验很重要。”专员赵馨羽表示,他们将努力提高服务效率,让政务服务更精准、更有温度。为了让更多企业享受发展红利,人才赋能城市发展,滨湖区实施“1+4”人才服务专员入驻挂钩机制。通过梳理全区198家科技含量高、人才属性

强、成长性好的初创型企业,形成年度服务企业清单,按照专业素养和产业方向相适应、工作经历和企业需求相匹配、个人意愿和组织意图相结合原则,每1名人才服务专员驻点1家企业办公,同时也为其他4家企业提供跟进服务。服务专员们通过主动上门、现场办公、热线沟通、走访调研等方式,搜集企业各类问题和困难清单,提供政策解读、待遇落实、项目申报、问题协调、人文关怀等“专属定制”服务,为企业加速发展注入强劲动力。目前,滨湖区已组织服务专员走访企业23家,宣传人才政策60余次,了解企业问题需求163个,帮助协调解决困难48个,协调人才企业申报事项项目39个。

坚持以企业需求为导向,不断创新服务举措,滨湖区始终瞄准打造长三角、环太湖重要人才高地和创新高地的目标不放松,以“搭桥架、疏堵点”为切入点,推动人才工作微细化、精细化,为“近悦远来”的引才新格局筑牢更加坚实的坚实基础,为“强富美高”新无锡现代化建设注入青春活力,提供更强有力的智力支撑。
李楠 段丽娟 杭韵竹