

上海南京路步行街推进艺术与商业融合——

# 百年商街添了新标签

本报记者 李 景

在商业步行街上盖一层“玻璃穹顶”是种什么体验?“十一”假期,在上海市黄浦区南京东路东拓段外滩中央广场,一座“最美玻璃穹顶”吸引了众多游客围观打卡。

傍晚时分,只见五彩斑斓的灯在数十米高、约4000平方米的穹顶上闪耀,流光溢彩、绚烂夺目。穹顶之下,4幢历史老建筑——中央商场、美伦大楼、新康大楼与华侨大楼既有古朴之感,又具时尚之风,由这4幢建筑组成的十字内街变身成为开放广场,构成了一个充满奇思妙想的穹顶广场景观。

“十一”假期,南京路步行街人气旺。新世界城、新世界大丸百货等百货企业开展“焕购新世界”“硕果红枫焕彩臻年”等营销活动,7天假期销售均超过9000万元,同比增幅分别为10.7%、7.1%;“进博集市”7天销售额达238万元,比节前一周提高1.6倍;上海世茂广场“PRAYTY朴荔”全球美妆集合店等10多家新锐潮流品牌新店、首入店齐聚。

光与影交错,现代与古典嫁接,艺术与商业融合,百年南京路重获新生。

## 基础改造换新颜

事实上,“最美玻璃穹顶”是南京路步行街近年来改造提升的缩影。作为上海开埠后最早建立的一条商业街,被誉为“中华商业第一街”的南京路步行街不断突破边界,将历史元素与现代潮流相融合,兼顾城市更新与历史建筑保护改造,为这座国际化大都市构建了新的商业文化地标。

改造提升绝不止穹顶景观,沿街面的商业内容及公共空间始终在不断变化升级。以穹顶所在的外滩中央广场项目为例,2017年9月,沿南京东路的一期工程美伦大楼、中央大楼完成修缮改造,而沿九江路的二期工程华侨大楼、新康新建大楼将于今年底完成。随着改造持续深入,外滩中央广场的功能也将进一步满足商务、休闲及文化需求,打造一个“商旅文生活秀”的体验综合体。

世纪广场位于南京路步行街的核心位置,也是市中心难得的开放式广场,贝壳形状的演出舞台以及两旁的超大屏幕,深深镌刻在市民的记忆中。如今,世纪广场也在进行改造升级。黄浦区商务委主任金韶靖说,将该广场打造成为“珍珠万花筒、城市会客厅”。具体来看,将拆除世纪广场现有本体,将主体构筑物置于场地南侧边界,形成面向南京路步行街开放的半环抱空间,重新建立视觉轴线。

“更新后的世纪广场对东西北界面进行融合,继续为各类活动提供演绎平台,同时还



图为改造提升后的南京路步行街。

本报记者 李 景摄

将引入‘新品首秀场,网红打卡地’这一新功能。”金韶靖表示,世纪广场将与南京路上的老店、名店、新店、潮店一起,共同推动步行街业态提质更新。

## 优化结构促消费

随着商业结构调整力度不断升级,南京路步行街正焕发新生。黄浦区副区长王贇说,随着华为全球旗舰店、欧莱雅全球旗舰店、KakaoFriends内地首家旗舰店等越来越多国内外知名品牌的首入店、旗舰店、体验店在南京路上相继开业,南京路步行街的商业结构不断优化,吸引力也越来越强。

不久前,中商数据发布的《南京路步行街商业数据研究报告》也验证了老商业街的新变化。目前,南京路步行街总计4600个品牌,2014年至2019年期间,南京东路步行街品牌进行了大幅度更新,品牌替换率接近70%,其中首进上海及南京东路商圈的品牌商户占比约达30%,引进热门国际化品牌以及旗舰店、首入店、概念店以迎合消费者需求,引领消费潮流。

南京路步行街的客群也出现较大变化。报告显示,“80后”“90后”逐渐成为消费主力军,“00后”消费也在逐渐增长,本地客群占比不断提升,由2019年的37%上升至去年的近半数。

南京路耐克旗舰店销售位居全球第一,阿迪达斯、周大福、丝芙兰、ZARA、乐高、斐乐等品牌销售位居全国前三位,还有众多品牌单店、单柜销售额位居上海市首位。可以说,“年

南京路始于1851年,是上海开埠后最早建立的一条商业街。长期以来,南京路始终是上海乃至全国商业现代化潮流的代表,是上海繁荣繁华的集中体现,享有“中华商业第一街”的美誉。

1999年,南京路步行街建成开业,在上海市委、市政府的悉心指导以及黄浦区区委政府的直接支持下,南京路开展了一轮又一轮商业结构调整和建设,并助力上海成为名副其实的购物天堂。2020年9月,南京路步行街完成了开街以来最大规模的升级改造

轻时尚”已成为这条老商业街的新标签。

## 加速转型强服务

南京路步行街的改造提升并非一蹴而就。2019年底,为加速转型,上海市商业联合会南京路步行街企业联合会正式揭牌成立,新世界集团、百联集团等41家步行街商业企业“抱团”入会,在街区商业功能、商业氛围、文化气质、服务能级等方面重点推进。

2018年、2019年南京路步行街先后完成了第一百货、世茂广场、新世界城的更新改造,2020年又迎来了“东拓”,连接外滩,实现了商圈品质和活力跃升,成为展现上海国际消费中心城市魅力的新窗口。如今,获评第二批全国示范步行街的南京路步行街也将继续全方位提升服务能力。

比如,利用特色活动提升步行街影响力。去年举办的“哔哩哔哩集势夜”“举杯邀明月中秋主题活动”等24场特色活动成功打造商圈“活动IP”,今年“南步行街IP”将对外发布,后续将通过品牌跨界合作联名、街区布置等运营方式,提升IP知名度和曝光率,打造具有“南步行街”特色的文化品牌,树立商圈新形象。

今年以来,南京路步行街招商平台也正式启动,将政府、市场和社会组织打通,通过平台形成整体招商服务格局,助推南京路发展取得新进展。南京路企业联合会会长陈湧表示,搭建招商服务平台,是南京路步行街建立共建共治共享平台和机制的一个重要组成部分,建立“政府主导、企业参与、社会化治理”的协作平台,将促进商圈整体业态调整,优化公共空间功能配套,规范市场主体行为,加强整体营销,努力提升街区整体品牌效应。

## 打卡步行街

工程——东拓延伸至外滩。

南京路步行街一直是品牌集中的体现。一是老字号传统品牌,二是国产、重要民族品牌,三是网红创新店,四是国际品牌首入店。近两年,南京路的很多商厦也开始改造,政府将助推完善,体现其品牌价值。

南京路步行街是创新品牌价值的绝佳场景,也是中外合作商品销售的重要渠道,在新一轮改造中步行街将继续发挥好这样的场景,成为上海购物“皇冠上的璀璨明珠”。

## 地方观察

无论是振兴乡村产业,还是发展乡村文化,乡村振兴归根结底需要一批愿意扎根乡村的人才,需要留住农村的青壮年劳力。然而现实状况是,即使是在环珠三角经济带上的一些乡村,青壮年人口大量外出打工,留在村里的多数是老人与孩子,不论是知识型人才或劳动力都严重不足。

如今,广东一些县市区正在开展村干部培育、储备工程,对一些愿意回乡发展的青年大中专毕业生,吸收进村两委班子,或者由乡镇政府发工资安排为各类乡村指导员等。但乡村吸引人才、留住人才的就业创业空间与发展机会仍十分有限。

乡村振兴是乡村振兴的一大难题,一些地方乡村人才流失严重,村里主要留下的是“夕阳红”“童子军”群体,留村的青壮年极少。如果想吸引青年回乡,大学生回村,如何让他们留下来,要有事业有平台。

乡村振兴靠人,尤其是靠乡村干部,这是组织振兴的重要性。现在村干部多数是转业军人,还有部分是在外经商的成功人士,也有回乡青年、回村大学生。但据笔者的观察,有的人是带着试一试的态度,随时有往城市流动的冲动。我们要做的是让返乡人才回得来、留得住、有奔头,实现乡村人才与乡镇人才、县市人才的流动与平等,搭好返乡人才干事创业的平台。

乡村振兴需要人才,也需要优化人口结构。要使进城务工并落户的青壮年有携家带口扎根城市的能力与保障,使返乡青年能获得与城市相比接近或者性价比相当的收益。只有解决了乡村人口结构不平衡的问题,实现乡村与城市在就业、收入上的平衡,乡村才能留住人才,乡村振兴才能有切实保障。

## 收割晚稻保丰收

10月28日,江苏兴化粮食产业园区的农民在收割水稻。时下,泰州市区域内的晚稻进入收获期,当地农民趁着晴好天气抓紧收割稻谷,确保颗粒归仓。

汤德宏摄(中经视觉)

茶乡传来好消息。日前,在广西举行的第十七届中国茶业经济年会上发布了2021年度全国茶业百强县榜单,陕西平利县跻身其中。

近年来,平利县围绕“全面+特色”“中心+协会”“线下+线上”“理论+实践”,按照突出精品建基地、规模经营壮龙头、围绕绿色创品牌、科学管理提效益、加强营销扩市场的总体要求持续发力,茶饮产业的发展活力不断增强。

“生态茶园绿了青山、美了景致、富了日子,我们的生活日新月异。”平利县老县镇蒋家坪村原党支部书记罗显平经常向参观者讲述村子的变迁,讲述“绿叶子”变成“金叶子”的故事。

平利县位于陕、鄂、渝三省市交界处,种茶始于唐代、兴于明清,清代享有“贡茶之乡”美誉。但由于城乡收入差距大,农民一度纷纷外出打工,蒋家坪村1000多亩茶园就被撂荒几十年,曾是平利县8个深度贫困村之一,全村394户1216人建档立卡贫困户曾有199户541人。近年来,该村抓住脱贫攻坚和乡村振兴机遇增收致富,利用高山、绿色、富硒、无污染的独特优势,以“茶旅融合”为突破点打造旅游观光示范村,正在积极申报4A级景区。

“我们的茶叶有品牌、质量高,很好卖,往年300元一斤,今年能卖到400元。”茶企股东罗延会是本村人,他参与经营的农家乐生意也越来越红火,其子罗永远也从广东回村开起农副产品生态直营店。游客直购、网络营销扩大了销路,蒋

陕西平利人均茶园

## 『绿叶子』

## 『变成』

## 『金叶子』

人均1亩园

户均1万元

今年,该村新种植“陕茶一号”350亩,茶园面积达2700亩。村民丁国全以前是贫困户,如今在茶园务工一年能挣2万多元,还成了制茶行家。通过茶园务工、土地流转、茶叶回购、旅游增收、特产变现等方式,已有106户农民因茶致富告别贫困。一条游茶山、品香茗、住民宿的富民之路徐徐展开,蒋家坪村在美丽茶园里实现了小康梦想。

其实,蒋家坪村一片茶叶点绿成金的背后,是平利县20年来持续打造富民茶饮产业,实现“因茶致富、因茶兴业”的缩影。据罗显平介绍,平利县先后建成茶叶学校股蓝基地21万亩,培育省市级现代农业园区33个、农业龙头企业31家,在各地开设茶叶专卖店300余家。平利女媧茶获得国家地理标志证明商标,平利绞股蓝获得国家原产地域产品保护认证和中国驰名商标,7家茶饮企业获得欧盟认证、15家茶业企业获得有机认证。

2020年,平利县跻身“中国茶业百强县”、全国第四批“绿水青山就是金山银山”实践创新基地。按照“一村一企一园”与“龙头企业+合作社+农户”的模式,实现了“人均一亩园、户均一万元”的发展目标,茶产业已成为该县最具活力的振兴产业、民生产业和生态产业,绿水青山正在成为金山银山。今年,平利县积极整合乡村振兴各项资源,通过菜单式的高标准谋划、订单式的高起点开局、一站式的高质量推进,不断增强茶饮产业发展活力。平利茶越来越香,百姓的日子越过越美。



## 科技创新支撑县域特色产业转型

本报记者 陈发明

前不久,河北省科技厅公布了2021年新建30个省级产业技术研究院名单,依托邢台市南和区的华兴宠物食品有限公司建设的河北省宠物食品产业技术研究院位列其中。至此,河北邢台市已有17家省级产业技术研究院,其中,大部分是围绕当地县域特色产业集群建设,惠及近千家企业。

“做宠物食品,像开饭店一样,既要有招牌菜,也得推出新菜品。”华兴宠物食品有限公司行政经理刘东方告诉记者,一款产品两三年就得更换,有时候发现新原料,一年也会调整好几次,“我们80%的销售收入来自新研发产品,目前已有400多个品种”。

在刘东方看来,河北省宠物食品产业技术研究院落户华兴公司,对整个产业和企业自身都是

一次提升,“全省一个细分领域只有一个产业技术研究院,研发力量的聚集,将为宠物食品产业注入新动力”。

据了解,目前南和区宠物食品产销量占据全国市场份额60%以上,是全国最大的宠物食品生产基地,年产值约170亿元,带动6万多人实现就业。像这样形成一定规模的县域特色产业集群,邢台市共有46个,其中列入河北省重点支持的产业集群16个,营业收入占全市民营经济总量的近50%。

“规模大、数量多,是邢台县域特色产业的优势,全市特色产业集群营业收入总量和上缴税金总量居河北全省前列。”邢台市科技局相关负责人分析认为,全市县域特色产业同时也面临着转型

升级步伐慢、龙头骨干企业少、产业链条较短、核心竞争力弱、总体发展速度不快等问题。

为此,邢台市把科技创新作为特色产业转型升级的核心支撑,坚持走“政校企、产学研”合作之路,破解单个企业科研力量薄弱的难题,加快推进产业提档升级。几年来,邢台市先后建设了平乡自行车、清河汽车、清河羊绒、临西轴承、宁晋电线电缆、临城水泵等省级产业技术研究院。同时,先后柔性引进院士35名及其创新团队150余人,仅2020年就与院士开展项目合作18项,直接经济效益达4800万元。

数据显示,近3年来,邢台市增加各类省级以上科技创新平台210个,总数达到430个。特别是产业技术研究院的建设,为县域特色产业集群提供有力的科技研发支撑。今年上半年,邢台市46个特色产业集群实现营业收入2005.8亿元,同比增长17%;上缴税金45.2亿元,同比增长32.7%。