

重构城市消费及公共服务空间

分析

生态场景成为引流的“钩子”

事实上,以“公园式”商场为代表的多元化体验,正在推动城市的消费升级。戴德梁行研究报告指出,76%的消费者愿意为具备疗愈属性的空间支付20%的溢价。

在广州,“公园化”模式的效果是显著的。生态场景成为引流的“钩子”,这种模式不仅带来人气,更重构了消费逻辑——过去消费者主要为购物而来,现在许多人重要目的是在城市中心亲近自然、实现城市微度假,随着逗留时间增多,也因此推动着相关业态经济与商圈消费双增长。

“过去商场的核心是‘货与场’,而现在我们更关注‘人与体验’。”正佳广场方面回复新快报记者时表示,看似“非传统消费空间”的雨林、喷泉、冰雪世界,反而带动着周边餐饮、零售等业态的销售增长。2024年,正佳广场全年客流超5000万,单日最高客流量突破22万,其中,春节假期总体客流超100万。而今年春节假期,整体客流同比2024年春节假期继续增长

3%,正佳星球畅玩卡会员年度复游次数最高超200次,真正

把“流量”做了“留量”。

通过空间连通与消费者的社交价值链,对商业体而言,是抢占流量先机的必然探索。而在引流之外,此类“公园化”实践的尝试与升级,本质上也是商业体主动参与城市公共文化服务供给的创新探索,将商场从消费空间升级为公共文化空间,成为了城市生态系统的有机组成部分,不断突破着传统的商场价值。

正佳广场公园化改造以“自然科普+场景共创”为核心,正佳极地海洋世界被评为首批“全国科普教育基地”,正佳自然科学博物馆升级为国家二级博物馆,正佳科学馆·正佳天文馆获批为“广东省科普教育基地”,让其获得了远超商业范畴的社会认同。“正佳广场将超越传统物理空间的界定,成为一座城市生态系统的关键节点和精神地标——既是构建和推动生活方式进步的策源地,更是促进城市居民始终保持思考的精神聚集地,在钢筋水泥中滋养着持续生长的城市文明。”谢萌说。

在广州太古汇项目规划设计之初,屋顶花园便被设计成面向居民开放的公共空间。开业十多年来,除该层的餐

饮业态因独特的“天台”体验而备受消费者追捧外,这一方天地更被培育成为CBD中难得的“小微生境”。“小微生境”是指生态系统中的小型局部栖息地,具备了生态系统中的所有组成成分,更是人类和各种动植物共同生存的家园。去年8月,华南农业大学潘新园博士及其团队形成的《广州太古汇三楼平台小微生境动植物调研报告》显示,调查共记录到鸟类20种、植物108种,其中更发现国家II级重点保护野生动物画眉。

“‘社区营造’是太古地产‘2030可持续发展’策略的核心内容之一。我们对社区营造的定义,超脱了物理空间,更是一种能够帮助同一地理范围内的居民与居民、居民与社区环境之间建立紧密社会联系的过程。”太古汇(广州)发展有限公司总经理黄瑛表示,广州太古汇希望通过构建一个能够把大家汇聚起来,让艺术界、文化界、建筑界等各个领域的专家都能够发挥其积极作用,为社区居民带来正向影响的平台,让空间更容易和人们产生互动,让他们停留驻足并产生情感连接,成为一种线下目的地。

前瞻

多个重磅“公园化”商业项目将亮相

近日印发的《提振消费专项行动方案》中明确提出,积极发展智慧商圈、沉浸式体验空间等,推动传统百货等实体店改造成为新型商业场所。

新快报记者梳理发现,接下来广州即将亮相的多个重磅商业项目中,“公园化”不约而同成为最吸睛的推介亮点,尤其集中在坐拥天然资源禀赋的白鹅潭、长隆万博等两大片区项目。

备受瞩目的广州聚龙湾太古里是太古地产在粤港澳大湾区的首个太古里项目,也是首个临江而建的太古里项目。作为广州珠江沿岸高质量发展的12个滨江高端产业园之一,聚龙湾拥有5公里超长滨水岸线和30多处历史文化遗存。

坐拥得天独厚珠江滨水景观资源的聚龙湾太古里,预计总楼面面积约15万平方米,将秉承太古里品牌标志性的低密度、开放式、街区型设计理念,巧妙地融合零售、滨水自然景观、休闲娱乐及文化体验,将宁静幽雅的河涌和榕树点缀其中,构建“文商旅创居”有机融合的世界级滨水魅力区。

项目计划于2027年上半年起分阶段落成。从2025年年底开始,将陆续举办展览、大型活动、快闪店及其他精彩体验,提前激活片区商业氛围及连接社区。

同样以滨水景观为特色的还有广州白鹅潭万象城,商业建筑面积26.9万m²,规划店铺数量超过500个,预计于2026年开业销售。项目串联鹅潭坊、滨水广场到白鹅潭大湾区艺术中心、沙面,联动珠江南、北两岸,自然、人文、风尚融入其中,将广府人文风情游览动线完美延续,打造链接“历史与未来”的新文化地标,构筑白鹅潭世界级旅游目的地。

位于番禺长隆万博商圈中心双地铁上盖的广州K11 Select为大湾区首个K11 Select,项目建筑面积为8.1万平方米,在商业空间上注重开放性,采用多层半户外设计,打造四大主题露台公园——森林市集、鲸鱼花园、野餐营地及屋顶花园,营造可呼吸的空间。同时,项目将打造宠物友好型购物中心,引入宠物友好设施、宠物友好餐厅及相关特色商户。同时携手集团旗下致力保育传统手工艺的艺术及文化慈善机构——K11 Craft & Guild Foundation,倾力呈现全国首个HERITAGE by K11,以岭南文化沉浸式体验街区的形式,激发产业新活力,致力将长隆万博商圈建造成文化商圈,成为向来自全国的游客展示岭南文化旧艺新造的窗口。

广州国际金融城也将迎来公园式商业。去年国庆假期期间,金融城广场亮灯,预计2025年开业。广场融合金融城“方城、曲苑、翠岛、玉带”的空间格局,以晶莹的玉帛造型,诠释鱼与玉的灵动关系,取名“锦鲤馔玉”,传承岭南文化精粹。

值得关注的是,本次规划地块与南方面粉厂地块仅一路之隔,规划集商业综合体、高端办公、精品酒店、宜居社区、优质学校及生态公园于一体的连续商业界面,衔接地铁站点与滨江景观带,提供了立体多层次的商业动线及慢行体验;公园绿地结合体育运动场地复合布局,充分考虑到居民、游客及就业人群的休闲运动需求,提供了绿色、生态的高品质公共开放空间,打造集“产、城、文、商、旅、园”于一体的复合城市中心。

观点

“公园式”商业满足了生活社交需求

对于“公园化”商业的崛起之源,广东白云学院应用经济学院院长、广东省商业经济学会会长王先庆接受新快报记者采访时谈到:“随着中国数字经济的发展,商贸流通体系和消费模式正在发生重构。人们的消费越来越不单纯地购物,而是一个综合消费活动,包含旅游休闲文化娱乐社交体育等各方面,进一步说是将生活方式与消费方式融为一体。”

在这样的背景下,传统商场的功能正在发生变化。原来单纯的购物场所变成一种生活社交场所,“公园式”商业满足了这种需求,应运而生。

王先庆认为,传统的商业形态应尽快转型升级,以适应新需求,正佳广场为自然资源匮乏的传统封闭“盒子”式购物中心提供了“公园化”转型的探索与范本。

