



信心，来自信念和坚持

孙云

“春江水暖鸭先知”，在上周举行的上海民营经济高质量发展专题宣传座谈会上，上海凯泉泵业(集团)有限公司董事长兼总裁林凯文引用苏轼的名句，为自己的境遇打了一个生动的比方。

的确，正如他所说，“经济形势好不好，企业家的感受是最清晰最直接的”。林凯文用一组数字现身说法：今年1-4月，凯泉业绩平均增长率为20%，5-7月基本与去年持平，但从8月开始出现明显的增长拐点，预计9月同比增长率将达到30%。

拐点缘何出现？他分析，主要是因为，今年以来，尤其是从7月份开始，国家密集出台了一系列支持民营企业发展的政策举措，切实优化民营企业发展环境，建立健全与企业的常态化沟通交流机制，鼓励企业敢闯、敢投、敢担风险，积极创造市场。再加上“一带一路”倡议不断推动企业“走出去”、上海优化营商环境6.0版行动方案公布等一系列利好，让他对未来发展充满信心。

同样对未来发展充满信心的，还有不少民营企业家，他们的乐观，也有足够的数据支撑。

9月12日，全国工商联发布了“2023中国民营企业500强”“2023中国制造业民营企业500强”“2023中国服务业民营企业100强”榜单。今年，500强企业入围门槛继续提高，由上一年度企业年营业收入总额263.67亿元的入围标准提高到275.78亿元，使得去年入围的一些公司跌出了榜单。但是，另一些整体发展向好的企业抢得“入场券”，使得上海入围“2023中国民营企业500强”的企业总数仍与去年保持一致，达到18家，数量在全国省份排名中位列第七，较去年上升一位。

特别值得关注的是，除了去年已经上榜的圆通速递，他们同在青浦的“邻居”加同行申通快递和极兔速递也首次上榜，使得上榜的上海物流企业达到三家，体现出商贸服务型国家物流枢纽建设成果和“大商贸”激发

的巨大活力。

此外，从营业收入总额看，上海位列营业收入总额省份排名第七，18家入围企业2022年营业收入总额为14135.75亿元。从企业资产总额来看，上海位列资产总额省份排名第六，18家企业2022年总资产21413.11亿元。同时，还有7家企业入围“2023中国制造业民营企业500强”，8家企业入围“2023中国服务业民营企业100强”。

信心，来自信念和坚持。

一家生物技术公司的董事长回忆创业路，感慨万千地说，自己在张江扎根生物医药行业10年，其中前8年都是亏损的，因为他做的是最初少为人知的基因治疗领域。虽然经历了艰难的8年，但是，伴随着生物医药特别是基因治疗越来越得到验证和认可，市场前景越来越宽广，近两三年企业获得了爆发式的发展，证明了他的坚守初心是值得的。

类似这样始终抱着信心、揣着信念的民

营企业家还有很多，今年以来快速实现触底反弹乃至逆势增长的企业也有不少。

据统计，截至6月底上海市场主体总数超过300万户，它们的发展增速、出口额占比、规上企业营业收入、高新技术企业占比等数据均十分可观。在上海市百强企业中，民营企业也占到半壁江山，对全市经济和社会发展发挥着重要的推动作用。

近期，政府支持民营经济发展动作频频。5月，上海召开促进民营经济高质量发展大会，发布促进民间投资20条，落实中央《意见》制定7方面的贯彻举措，建立上海市重点企业“服务包”制度，提升企业高水平“走出去”综合服务能力，加大对本市科技型中小微企业金融支持，持续推进“政会银企”“公检法司”“春雨润苗”等服务机制。9月4日，国家发改委设立民营经济发展局的消息更是引起了民营企业家的广泛关注。

春江水暖，千帆竞发。现在，正是强信心、扩投资、谋发展的大好时节！

“中华商业第一街”，又出新鲜事——世纪广场，焕新啦！

世纪广场改造更新项目，是持续深化南京路步行街转型提质战略的重点建设项目，迄今改造雏形初现，堪称“珍珠万花筒，城市会客厅”。昨天下午，南京路世纪广场更新改造项目新闻发布会透露，此处城市新地标将于国庆节全新亮相。那么，新地标，究竟新在哪里？

生机勃勃 彰显海派商业文化

2019年12月，世纪广场改造概念方案设计工作启动后，经多方比选和审定，最终确定由同济大学建筑设计研究院(集团)有限公司和西班牙EMBT建筑事务所联手打造的设计方案，主题就是——“珍珠万花筒，城市会客厅”。

根据方案，项目将通过不锈钢镜面主体建筑、绿色山丘、珍珠贝母形广场铺地，将世纪广场打造为城市的魔力万花筒，广场北侧建筑立面则是百变取景框，两处交相呼应。建筑物、构筑物、广场铺地，将世纪广场形象地打造成一枚闪亮的贝壳，彰显上海作为滨水城市典范的地域特征、历史特色。

“世纪广场建成使用以来，这是脱胎换骨的大改造。”黄浦区重大办杨明珏介绍说，世纪广场改造更新项目是上海市、黄浦区重点建设项目，竣工后将发挥牵引作用，带动广场周边特别是南京路步行街转型提质；改造项目包括世纪广场改造更新和广场周边商业体功能转型、业态提升及形态改造。

作为南京路步行街上唯一巨大的户外广场空间，世纪广场自建成以来一直承担着南步街的商演、公演、节日庆典等重要活动举办场地的功能。

2020年10月，新世界集团作为项目建设主体，承接世纪广场改造更新项目概念设计方案的落地工作，并同步实施集团所属世纪广场北侧商业体形态改造、功能转型和业态提升。改造后，世纪广场将提供大面积开敞空间，更加注重标志性、多功能性和便利性，既可承担不同类型的活动，也可作为南京路步行街客流驻足停留休憩放松之地，成为生机勃勃的“城市会客厅”。

“焕新后，世纪广场及其北侧商业体项目将努力打造彰显海派商业文化、引领城市时尚消费的新地标，有效辐射南京路步行街东、西两端，持续助推中华商业第一街迈向世界级一流商街。”新世界集团党委书记、董事长陈湧说。

精工细作

“星云浩瀚”“明珠万象”

迄今，世界上面积最大、光洁度最高的连续不锈钢平面幕墙，在哪里？据国务院突出贡献专家、世纪广场镜面不锈钢幕墙首席专家席时霞教授介绍，就在世纪广场。广场上，将有一个巨大的镜面不锈钢幕墙，面积为1200平方米，由191块不锈钢板组成，模拟“珍珠万花筒”中的明珠效果。

南京路世纪广场国庆前将全新亮相——

珍珠万花筒，城市会客厅



南京路世纪广场更新改造项目基本完成，将在国庆节前焕新亮相 杨建正摄

此外，即将焕新的世纪广场，拥有多个特色景观。广场砖铺地，是本次改造的另一大特色。广场砖总计3553平方米，被划分为34518块小砖，每块砖都有不同颜色与形状，拼成一幅珍珠贝母画卷。为了呈现出最佳效果，在数百种蓝色调中经过层层归纳筛选以及釉色样烧制，负责铺装色彩设计的中国美术学院宋建明教授工作室团队最终确定了12块不同色度及光泽度的蓝调色谱砖。“这12块基色色谱砖，经过不同色度和色量的排列组合，形成一组具有‘星云浩瀚’意蕴的基本块面调式单元。”设计师代表章鸿寅说，再由这些不同调式单元，根据广场整体图案布局拼图成为“明珠万象”的大气象。

但是，将“星云浩瀚”意象图案落在广场上，会形成大面积的白色调片区；因此，要烧制不同比例的釉质面，来克服日光下釉面砖耀眼的反光问题。

同时，为了保证地砖的质量和耐久性，团队还进行了多次实验，最终选择了——高品质彩釉材料、75%光泽度、先进的生产工艺，确保地砖在长时间使用后仍然能够保持良好的外观和性能。这样的选择，使得铺地釉面色彩既明亮纯净，又柔和舒适，较好地解决了反光问题。

年轻活力

购物空间成社交空间

百年南京路，也曾面临存量商业体老旧的困扰。但作为百年商街，南京路的迭代更新进化之路始终站在潮流。

此次，世纪广场北侧商业体开启集中改

造，界面整体以“百变取景框”为设计理念进行形态更新，与世纪广场“魔力万花筒”形成交融呼应，体现历史感、多变性、时代性。

在业态提升上，立足于世纪广场周边整体业态布局，营造充满生机与魅力的都市引力场，成为上海新的商业地标和城市会客厅，凸显南京路步行街“品牌国际化、业态潮流化、客群年轻化”的显著特征。

上海南京路步行街商业经营管理有限公司常务副总经理王纲介绍，南京东路626-636号项目更名为“春申好市”，将打造成“沉浸式商综合体”，引进特色餐饮、主题餐厅等沉浸式食集，更有博物馆等文化体验；南京东路558号项目将以打造成“策展型综合商业体”为目标，打造“策展空间”“艺术空间”，将原本封闭式建筑改变为半敞开式，展示全新商业模式，用于品牌发布、潮流展示、快闪活动等。

“南京路商圈不缺商业，但这里的商业更需与文化、科技结合。”王纲说，此番调整将不再引入欧美快时尚、黄金珠宝、传统运动等同质化业态，而是以国际化、年轻化、数字化、新国潮等关键词，将购物空间转化成社交空间，为南京路商业街不断注入焕新活力。

标杆价值

首店旗舰店纷至沓来

客流量“爆表”，是南京路步行街的常态，这也让众多国内外知名品牌，将这里作为最具标杆价值的首选入驻地。

漫步南京路，华为旗舰店、耐克上海001旗舰店、乐高中国首家城市中心旗舰店、古驰Gucci高级珠宝店亚洲首店……众多首店、旗

舰店不胜枚举。

在本轮调整中，哈根达斯全球概念创新店、大陆首家“变形金刚之方舟”主题餐厅、沉浸式文化商业创新引领品牌THE BOXX、进博集市等，都将陆续亮相南京路。

爱讯集团专利事务主管张晶说，“变形金刚之方舟”主题餐厅的设计根据变形金刚故事情节中的博派飞船打造而成，为变形金刚IP爱好者和家庭、情侣、青少年等提供沉浸式餐饮购物体验。

再续经典

“老字号”奔向“新国潮”

老字号，经营的是中华品牌，传播的是中华文化。作为沪上老字号最集聚的商街之一，南京路上一家家老字号，见证了这座城市的繁荣、希冀与梦想。此番，三阳南货店、真老大房、沈大成、黄隆泰等一批老字号焕新升级，成为“新国潮”。

9月8日，中华老字号三阳南货店南京东路旗舰店正式回归。这家153岁的中华老字号为消费者带来独具一格的商品、服务和文化，持续助力品牌升级。

据上海邵万生商贸有限公司执行董事、总经理葛颀介绍，此次升级项目涵盖经营面积扩大、空间体验焕新、自有品牌提升、特色产品升级、包装风格新颖，全方位提升购物体验。其中，建筑面积由800平方米拓展至1108平方米，经营面积扩大四分之一，为顾客提供更舒适和宽敞的消费环境；自营品牌商品明显提升，在商场内的占比从五成不到提升至七成；将三阳苔菜特色做大做强，不仅有苔菜月饼、苔菜蟹壳黄、苔菜袜底酥等中西式糕点，更新推苔菜大虾、苔菜里脊肉、苔菜鸡柳、苔菜鱼块等特色熟食。

值得一提的是，为吸引年轻消费者，三阳南货店还携手华东理工大学“老字号焕新”团队为三阳产品进行焕新升级，以三阳“苔菜绿”和“中国红”为主基调，凸显海派国潮风格，彰显三阳南货店海派仪式感开山鼻祖地位。

焕新后的沈大成，不仅仅是门店形象上的美化，更是在内部做了巨大提升。仔细看看，店面保持原有老字号的传统风格，融入海派格调，门店形象更加精致化。至于产品，沈大成的糕团类代表产品，在升级中糅合时尚概念，把传统糕点文化与时尚潮流搭配，非常海派。

此外，正在焕新的中华老字号真老大房，将于9月28日回归。泰康食品有限公司总经理沈民介绍，本次品牌升级改造，重点考量了文化传承，最终确定的概念设计方案是镜像千姿，海纳百川，再续经典！ 本报记者 姚丽萍