

以商业之力筑城市之魂

——潘州广场三载践行社会责任纪实

文/图 记者 李仁娟 莫积均

7月12日晚,高州城东片区桂圆东路与笔架山路交会处,灯光璀璨,人声鼎沸。潘州广场迎来了它的三周岁生日。广场上,掌声与喝彩此起彼伏,舞台上演员在方寸之间完成惊险托举,台下老人仰头屏息,孩童兴奋拍手。

这座约18万平方米的城市旗舰级商业综合体,三年前在一片期待中拔地而起,三年后交出了一份沉甸甸的社会责任答卷:落地80家区域首店、集聚超200家优质入驻品牌,创造超2000个直接就业岗位、带动3000余个间接就业岗位,常态化开展多场非遗文化展演。当晚晚会融合杂技表演,以传统文艺致敬本土匠心,同步助力省运会城市氛围营造。记者专访了潘州广场总经理邓广建先生,听他讲述这座商业巨舰如何以商业之力筑城市之魂。



▲潘州广场总经理邓广建



1 首店破局: 从“外出消费”到“家门口一站式体验”

高州是千年古郡,岭南文化底蕴深厚,但过去商业业态相对单一,市民优质消费需求得不到满足。“我们开业之初就定下走首店经济的路子,核心是希望依托商业载体助力高州商贸升级,补齐城市消费配套短板。”邓广建开门见山。

然而,说服品牌进驻一个县级市并非易事。“既要引进新鲜业态,又要贴合高州百姓日常消费需求”——这是招商过程中最大的挑战。招商团队需要让品牌方看到高州市场的潜力与潘州广场作为区域商业中心的辐射能力,精心准备分析报告,反复沟通,让决策者看到这座城市的商业前景。

功夫不负有心人。三年累计落地80家区域首店、高州独家特色品牌。从大润发、星巴克到霸王茶姬,从巴拉巴拉、百丽、卡宾,超级安路到山麦贝可、茶月山、茉莉奶白,“首店矩阵”不断扩容,覆盖休闲、餐饮、零售、文体、亲子等多元业态,入驻商家超200家,形成完整丰富的品牌矩阵。

“首店经济重塑了本地市民消费习惯。”邓广建说。从前不少居民会前往外地逛街消费,如今本地就能体验差异化、高品质品牌服务,消费本地化趋势明显;同时多元业态也培养了市民休闲、文体、社交一体化的新型消费模式,成为群众日常休闲的核心选择。

三年实践,潘州广场以首店经济实实在在改变了高州商业格局——聚拢全城消费客流,完整拉动上下游供货、配送、配套服务整条产业链发展,从根本上升级了城市商业能级,助推商圈整体繁荣。

2 就业筑基: 直接间接岗位双轮驱动夯实民生基本盘

“稳就业、保民生是商贸企业最重要的属地社会责任。”邓广建的话语朴素而有力。

作为高州首个城市旗舰级商业综合体,潘州广场连同场内超200家商家,三年来为本地群众创造超2000个场内直接就业岗位;同时依托商圈客流和完整产业链辐射,带动周边餐饮、物流、零售等行业衍生3000多个间接就业岗位,全方位拓宽了本地居民增收渠道。

“我们始终将践行企业社会责任放在运营首位,主动依托自身平台吸纳本地群众就业,用实实在在的岗位夯实城市民生根基,配合高州市落实以人民为中心的发展思想,完善城区公共服务配套,提升群众幸福感。”邓广建说。

就业不只是“量”的积累,更有“质”的提升。潘州广场联动各入驻商户搭建常态化综合培训机制,内容覆盖零售服务、门店运营等专业技能;定期组织全体员工和商户从业人员开展系统消防培训,包含消防器材实操、火情应急疏散等实操课程,筑牢商场安全经营底线。借助广场常态化公益展演、主题晚会等活动,为工作人员和商户从业者提供实践展示、交流学习的平台。“让大家在经营服务、活动筹办中持续提升综合能力,实现个人成长与商圈发展双向共赢。”



3 文化铸魂: 让千年非遗“活”在当下

“商业综合体的灵魂在于文化。”邓广建多次强调这句话。

三年来,潘州广场持续深耕本土文脉、活化非遗民俗,主动承接城市公共文化服务职能,常态化搭建公益文化展演平台,举办醒狮、高州木偶戏、粤剧等本土特色非遗项目展演,杂技演出也是推广传统文化的重要载体。高州木偶戏源于明朝万历年间,是集唱、做、念、打和奏乐于一身的传统文艺瑰宝。在潘州广场,木偶艺人们用灵巧的双手操控木偶演绎经典剧目,传统唱腔与现代舞台灯光相得益彰。此外,还有洗夫人巡游、飘色表演、舞狮等文化活动,广受市民好评。

“平日里举办非遗活动时,现场常常座无虚席,老人带着小孩驻足观看,热闹温馨的氛围十分触动我。”邓广建回忆道。各类传统文艺演出开展期间,不少市民主动咨询活动信息、自发转发宣传,参与热情极高。“各类文化活动把千年高州文化从展馆、传统节庆延伸到日常商圈,覆盖老中青全年龄段群众,大家对本土历史、非遗民俗的自豪感显著提升,城市文化认同感不断增强,真正实现本土文化活态传承。”

最为人称道的是“游神菩萨进商场”——将传统民俗引入现代商业空间,这一创新尝试受到众多市民的喜爱。庄重的仪式感与商场的现代氛围碰撞在一起,奇妙又和谐。

“核心是打通传统民俗与现代生活场景的隔阂。”邓广建解释,“高州本土民俗底蕴深厚,醒狮、高州木偶戏、传统游神等民俗资源丰富,但以往展示场景较为单一。我们希望借助商业综合体开放、大众化的空间优势,为传统民俗搭建全新展示窗口,让民俗走出街巷,融入市民日常消费场景;用商业流量反哺文化传播,吸引年轻群体了解本土民俗、爱上醒狮与木偶戏,推动传统文化长效可持续传承。”

4 公益反哺: 从商业地标到城市客厅

“企业依托城市与市民发展壮大,理应主动反哺地方。”这是邓广建一以贯之的理念。

在他看来,商业综合体的社会责任包含三层:一是经济责任,以首店经济、全业态商业带动区域商贸升级;二是民生责任,创造大量就业岗位,稳住本地民生基本盘;三是文化公共服务责任,承接城市文化供给,常态化开展非遗展演,助力城乡精神文明建设提质,持续拉高群众幸福指数。

为支持高州教育事业,潘州广场捐赠1800万元;组织环卫工人免费看电影;开展大型义诊活动;爱心公益队前往云潭镇走访慰问困难群众,送上面、大米、花生油等慰问品和慰问金;向泗水中学捐赠乒乓球台;茂名日报社全媒体小记者工作总结会、荔枝文化形象大使选拔赛等活动也落地潘州广场。2026年,“健康夜市”名医义诊火热开诊,省级中医名家和高州市中医院专家现场坐诊,把优质医疗服务送到市民身边。全民阅读活动周在潘州广场正式启动,营造了浓厚的书香氛围。这些活动让商业空间真正成为服务社区的公共平台。

“公益服务和商业运营相辅相成、双向赋能。”邓广建说。丰富的公益文化活动能够聚拢人气、拉近商场与市民的距离,强化公共服务属性;而商场稳定运营带来的场地、客流、资源,又能支撑更多公益、文化活动常态化落地。三年持续耕耘,让潘州广场跳出单纯购物中心的定位,成为高州市民认可的城市文化活动阵地,大众口碑与认可度持续提升;各类非遗、文体活动也打造出商圈差异化特色,塑造出有温度、有本土文化底蕴的商业形象。

站在三周年节点,邓广建对潘州广场的未来有着清晰规划:首店经济层面,持续精准招商,引进更多差异化特色区域首店,不断丰富业态布局,持续激活本地消费市场,助力高州商贸高质量升级;就业带动层面,持续优化商户经营环境,挖掘更多优质直接、间接就业岗位,完善常态化人才培养、安全消防培训体系,持续拓宽本地群众就业增收渠道;文化传承层面,常态化开展非遗展演、传统文艺主题活动,持续创新民俗进商场的活动模式,深挖本土文化内涵,以优秀传统文化滋养城市人文底蕴。

三年前,潘州广场以“城市繁华的推动者”为己任;三年后,它用实实在在的担当诠释了这句话的分量。从首店经济到就业筑基,从非遗传承到公益反哺,潘州广场证明了一个道理:商业的力量,可以成为城市向上生长最坚实的力量。