

从长江北岸到时尚潮头： 一家奥莱与一座新城的“共进”三年

2022年底,南京长江北岸,一艘以红色陶板为“船身”的商业新地标——砂之船(南京江北新区)奥莱扬帆起航。它的出现,不仅填补了区域大型商业综合体的空白,更标志着南京“拥江发展”战略下,城市商业格局重构进入了新阶段。三年来,这座商业体以令人瞩目的速度融入城市肌理:从满足基础购物需求,到成为承载文化、艺术与社交体验的公共空间,再到成长为引领区域时尚活力的重要引擎。其发展历程,生动展现了一个现代商业项目如何通过持续自我革新,完成从“区域配套”到“跨江引力场”的价值跃迁,成为观察国家级新区产城融合与消费升级的鲜活样本。

吴迪



从商场秀场到行业主场：

城市级事件的“造浪”效应

从年味墨香到潮流现场：

一座商场的“城市融入”答卷

如何让一座崭新的商场快速获得市民的情感认同?2023年春节前夕,开业仅月余的砂之船(南京江北新区)奥莱举办了一场别开生面的“新春送福”活动,给出了自己的答案。

2023年1月15日,谢少承、朱敏等书法名家在商场中庭现场挥毫,将传统年味以笔墨形式带入现代商业空间。这场由扬子晚报策划并联合主办的活动,为商场注入了第一缕深刻的人文温度。“这比买的印刷品更有意义,是带着温度的文化。”市民杨女士的感叹,道出了活动超越商业本身的价值。砂之船集团南京城市公司常务副总经理曹凌燕在回顾这一起点时表示:“我们从不希望它只是一个消费场所。从第一天起,我们就希望它能成为连接人与人、人与文化的生活枢纽,成为一个有温度的‘城市公共客厅’。”这标志着砂之船开始从单纯的“购物场所”,向一个愿意并能够承载市民情感与文化需求的“城市公共客厅”转型。

这一转型在其后续的自我革新中不断深化。从春季购物嘉年华,到盛夏引爆全城的“桥洞音乐节”,再到其自创的“无乐不造,石榴ONE岁”主题时尚活动IP,砂之船(南京江北新区)奥莱通过一系列“破圈”尝试,持续为城市商业注入新话题。这些实践背后,是其“1+N”商业模式

2024年秋天,砂之船(南京江北新区)奥莱的“破圈”尝试迎来了一个标志性节点。其开放式的商业空间,首次作为“主舞台”,完整承载了“2024南京国际时尚周闭幕式暨颁奖典礼”。这一创举,将专业时尚盛典的舞台嵌入日常消费场景,本身就是一次理念的突破。而扬子晚报在其中扮演了关键的平台搭建者角色,通过策划与资源整合,助力这一城市级时尚事件成功落地。

傅素琴的“中国红”高定大秀、“宁派服饰”品牌的集体亮相、+39意大利空间的沉浸式展演,让前沿时尚真正“零距离”触达普通市民。对于这一突破,曹凌燕阐释了其核心理念:“时尚不应该束之高阁。我们与扬子晚报、时尚周的合作,核心就是要打破这种距离感,让高定秀场走下神坛,让普通消费者在逛街时就能邂逅、触摸并拥有时尚。这正是‘超级奥莱’从‘购物中心’迭代为‘艺术商业体’的路径探索。”她的这一理念,通过扬子晚报全媒体平台的传播引发了广泛共鸣。活动现场举办的圆桌论坛,汇聚业界智慧探讨时尚与城市发展,将商业实践提升到城市文化建构的讨论层面。这次成功实践,不仅将砂之船(南京江北新区)奥莱推向

了南京时尚版图的中心,也成就了媒体与商业空间共同服务城市文化的一次典范。

这一创新范式的影响力持续扩散。2025年,全国奥莱行业的顶尖盛会“2025中国奥莱时尚节”选址于此,标志着其模式创新获得了全国性的行业认可。扬子晚报作为重要共建方参与其中,并在盛会上见证了由其参与发起的“中国奥特莱斯绿色媒体联盟”启航,展现了推动行业健康发展的媒体责任。连续48小时、融合建筑光影的时尚大秀,通过媒体的专业镜头与全媒体传播,向全国清晰地宣告了新一代奥莱作为“时尚生活策演中心”的无限可能。

基于一次次成功合作积累的信任与默契,砂之船(南京江北新区)奥莱三周年庆典暨“时尚新航线”系列活动在2025年10月再度成为城市焦点,并作为2025南京国际时尚周的重要分会场。从品牌大秀到明星互动,商场化身全民参与的时尚舞台。随后,在南京国际时尚周闭幕式上,砂之船(南京江北新区)奥莱荣膺“时尚产业推动奖”。这份荣誉,是对其作为时尚周分会场的出色表现及三年来推动本土时尚产业的直接肯定。



砂之船集团南京城市公司常务副总经理曹凌燕

见证商业创新，

与城市活力共进

近三年时间,砂之船(南京江北新区)奥莱完成了从区域商业配套到时尚生活枢纽的跨越式成长。它的故事,是江北新区城市功能日趋完善、消费能级不断提升的缩影,也是南京商业不断创新、勇于突破的例证。

回顾这段历程,曹凌燕认为其成功关键在于“与城市发展同频共振”。“我们不仅是江北新区的商业配套,更希望成为区域活力的催化剂。从引入首店矩阵到打造时尚事件,每一步都着眼于提升整个板块的商业气质和市民的生活品质。未来,我们将继续深化‘艺术商业’的内核,探索更多跨界的可能,让这里持续生长为令人向往的‘城市目的地’。”

商业体的成长需要沃土,其价值创新也需要被准确观察和广泛传播。从开业时对区域消费格局改变的捕捉,到对其“1+N”模式的深度解读,再到助力其成为城市级时尚事件的主场,扬子晚报以记录者、传播者和平台搭建者的身份,见证并参与了这段“破圈”之旅。媒体的价值在于发现趋势、阐释价值、连接资源,而砂之船(南京江北新区)奥莱的三年历程,正是这座城市通过具体商业创新项目,为市民创造更丰富生活体验的生动实践。

未来,南京还将涌现更多创新商业实践。砂之船(南京江北新区)奥莱的三年航程,为城市商业发展提供了有价值的参考。其与城市共同成长脚步仍在继续,更多精彩值得期待。