

“××里”浓度攀升 商场刮起取名新风



老名承新意,开出商业花。再过不久,经开区又一个新兴商业体“和风里”即将揭开神秘面纱。从“周新里”到“太湖里”,不知不觉间,无锡的“里”字辈商业越来越多,从已经遍地开花的“广场”和“购物中心”,到如今异军突起的“××里”,商业赋名变化的背后,蕴含着怎样的消费新浪潮?

为什么是“里”?

“以‘里’取名的商业空间,不仅承载着江南街巷的集体记忆,更通过文化赋能创造出独特的商业生态。”新泽文商旅公司招商中心负责人熊欢欢介绍,正如以“百年烟火,周而复新”为理念打造的“周新里”,通过举办村上春树作品文学展、人文艺术季等高端文化活动,成功培育出具有鉴赏力的文化社群,形成“精致烟火气”的独特定位。“里”既是年轻人社交磁场的具象化表达——咖啡馆里的闲聊漫谈、市集摊位前的创意碰撞,构筑起Z世代钟爱的“第三空间”;亦是街巷松弛感的诗意表达,绿荫渗透的石板路、小桥流水边的茶摊头、街角书店的暖黄灯光,共同

编织着都市人渴求的慢生活。“太湖里”的名字由来则更有故事感。“在老一辈的记忆里,‘太湖里’就是马山,因此,‘太湖里’代表的是一种地方文化和历史情怀。”马山太湖里睦邻中心(无锡贤荟文化)企划推广部副部长戴冠群解释,马山曾是太湖中的一个岛屿,1969年的围湖造田运动后,马山形成了现在的半岛形态。无锡话说“去太湖里白相相”就跟现在“去马山游玩”是一个意思,延续“太湖里”的叫法,也是让年轻一代能够知道关于马山的故事。

无锡地方历史专家指出,“里”在古代既是行政单位,也是长度单位。《周礼》说:“五家为

邻,五邻为里,二十五家为一里。”《明史》上说:“一百十户为一里。”古代居民居住的地方不少都以“里”为名,无锡就有不少“××里”的老地名。从颇具历史故事的夹城里、尤渡里、大庄里,到如今“熙云里”“风华里”等现代住宅小区也延续着以“里”字取名的传统,“里”,对于无锡人而言,可谓是倍感亲切。

“好的名称首先容易被大众所牢记,朗朗上口并便于传播,如果其取名能结合地方文化元素、历史背景是最好的”,在戴冠群看来,对于商业综合体而言,只有结合地方特色,方能展示其唯一性和不可替代性,给消费者留下更多的记忆点。

进口红酒无中文标识, 法院调解商家担责

本报讯 宜兴法院日前成功调解一起因进口红酒无中文标识引发的消费纠纷案件。今年春节前夕,章某与朋友在饭店用餐时购买了3瓶无中文标识的进口红酒,回家后发现有问题,遂将饭店诉至法院,要求退款并给予十倍赔偿。

据了解,该饭店经营者收到朋友赠送的进口红酒后,将其放置在店内酒品饮料展示柜中。章某用餐时看中这款包装华丽的红酒,饭店经营者虽犹豫,但考虑到顾客需求,经上网查询同款价格后,以每瓶3880元的价格将3瓶红酒卖给章某。章某支付了11640元酒水费和1200元餐费,席间饮用1瓶,将剩余2瓶未开封的红酒带走。回家后,章某发现红酒瓶身无任何中文标识,认为该红酒不符合相关规定且来源不明,于是向宜兴法院提起诉讼。

案件受理后,承办法官组织双方调解。消费者章某强调,发现红酒无中文标识后,怀疑其质量存在问题。而饭店经营者则坚称,酒是朋友所赠,品质有保障。法官向经营者详细解释,食品安全标准涵盖从生产到销售的全过程,未经检验且无中文标识的进口食品,是对消费者安全的忽视。同时,法官也向章某说明,饭店经营者并非故意售卖无中文标识的红酒,且已认识到经营问题并完成整改,希望章某能够理解。最终,在法官的调解下,双方达成一致:饭店经营者退还章某红酒款11640元,并赔偿同等金额,章某拿到赔偿款后撤回起诉。

(何小兵)

企业信息被标记为“风险”? 法院这么做!

首创诉讼信用信息披露机制 破解征信困局

本报讯 近日,滨湖法院首创诉讼信用信息披露机制,为涉诉企业破解了征信困局。

市场主体(市场上从事交易活动的组织和个人)因为某个事件或行为已经涉及法律诉讼,相关的信息往往会被第三方征信机构抓取并标注为“风险信息”。由于缺乏具体的案情说明,合作单位当看到“风险信息”后,难以准确判断涉诉主体的实际信用状况,就会导致企业在贷款授信、招投标等活动中受到不必要的限制。

为破解这一难题,近日滨湖法院出台了《关于诉讼信用信息披露的规定(试行)》,明确了涉诉主体有贷款授信、招投标、股权融资等正当需求时,可向法院申请披露其诉讼信用信息,由法院根据其履行诉讼义务的情况出具相关证明,帮助市场主体消除误解、修复信用。

不久前,某科技公司成为该机制的首个受益者。该公司在一起担保合同纠纷案件中主动履行法律义务,促使原告撤诉。为避免涉诉信息影响其正在申请的银行贷款,该公司向滨湖法院金融法庭申请诉讼信用信息披露。法院审核后,当场出具证明,帮助其顺利获得金融机构认可,顺利申请到银行贷款。该公司董事长金某对此连连称赞:“滨湖法院的这项举措既高效又贴心,切实解决了企业的实际困难!”这一创新机制一经推出,便受到市场主体和金融机构的广泛好评。

(王佳)

从“卖商品”到“造场景”

二十年前,步行街人头攒动,鳞次栉比的店铺间升腾着市井烟火气;十年前,一栋栋玻璃幕墙高楼拔地而起,购物中心成为休闲娱乐的核心载体;而如今,退界让绿、街巷织补的开放街区成为了新风尚,商业形态正从“空间提供”向“场景营造”转变,“××里”正是在这样的规划设计中“生长”起来的。

在社交平台“小红书”上,有5000多篇关于“周新里”的笔记

攻略:莺屋书店、无用之物市集、村上春树作品文学展、中国当代作家文学访谈、艺术文创限时快闪……从网友们选取的“切片”中可以看到,浓郁的文化艺术气息是这片街区独特的引流密码。

“现在的消费者偏好从功能消费转向体验消费,所以我们既要延续传统市井烟火气,也要打造沉浸式的文化场景,为消费者创造情绪价值”,熊欢欢透露,即将开业的“和风里”是太湖新城

打造的第二个“里”系商业。“我们原定的名字是震泽睦邻中心,基于当前大家的消费习惯,同时考虑到商业产品的迭代,并结合该项目的区位发展性进行了定位优化,我们将震泽睦邻中心更名为‘和风里’。”从“周新里”到“和风里”,均指向了一条清晰的商业产品线——以开放共享的街区形态为基底,将社交基因深度植入空间肌理,打造出充满人文气息的生活空间。

文化符号需避免“千城一面”

根据《江苏省地名命名更名管理办法》,“里”字作为地名后缀具有严格限定——仅适用于宽度不足10米的道路命名,而商业市场中“××里”的广泛存在,是商家营销推广的一种方式。无锡市住建部门相关人士解析道,这类“里”字取名多为项目推广的创意符号,可以看作是商业体的“小名”。一旦涉及法定命名,则需严

格遵循规范:如“大厦”需满足建筑高度与面积标准,“中心”则需具备特定主导功能及规模要求。“这样既为商业创意留足空间,也通过法定程序维护了城市命名的规范性,体现了文化传承与商业创新之间的巧妙平衡。”

“‘里’字本身承载的文化意象,应与在地文化深度绑定。”无锡学院数字经济与管理学院卢

福东教授提醒,当全国各地的“××里”如雨后春笋般冒出,无锡在抓住这波流量东风的同时,也要警惕文化符号的表层化滥用。他建议通过为商业街区持续注入新鲜文化体验、创新业态组合等方式,打破同质化困局,让“××里”真正成为承载城市记忆、激活空间价值的文化容器。

(晚报记者 陈钰洁)