

张园东区开启“组团式平移”，为新建超8万m²地下空间腾出空间

32、33号楼，正以0.01米/秒移动

张园“长脚”走路了？还是“手拉手一起走”？近日，张园东区开启了国内最大规模的“组团式平移”，不切割破坏老建筑同时也为接下来东园建设地下商业等腾出空间。据了解，移位完成后，东园将建起8万m²的三层地下空间，实现购物、休闲、私家车、行人与公共交通的综合功能。

不切割破坏
让老建筑组团“一起走”

据了解，目前张园东园32号楼、33号楼正以每秒0.01米的速度向前“迈步”。

为什么要组团一起走？原来，张园内部分建筑的二楼是通过连廊和门楣连接着的，为了不对这些老建筑进行切割破坏，这次张园东区一部分建筑平移采用的是“组团式平移”，也就是两两一起，或三个三个一起移动。

这些建筑多建于20世纪20-30年代，均为上海市静安区文物保护单位（三类），房屋多为2层，局部有3层阁楼，屋脊建筑高度多在15米以下，总建筑面积约10020平方米。

首批“组团平移”的就是正在移动的32、33号楼，“先一起向南平移50米左右，旋转30°后，接着再向前平移6-7米”。

整个组团式平移的周期内，一共会对9栋楼分为4个组团分别操作，预计到今年年底，9栋楼将到达预定位置。组团式平移的难点在于整体控制，步履行驶器安装的数量多，一个组团大概有220个，所有步履行驶器的移动方向、反应时间等都要一致，难度很大。

据悉，张园东区组团式平移项目将大规

模、大体量的成片风貌保护区修缮与地下空间更新同步实施的施工方法，在历史建筑风貌区平移及修缮历史上尚属首次。

之所以要对这9栋建筑进行平移，是要腾出施工空间去进行地下空间的建设，预计地下空间建设将在明年一季度开始。在目前所知的规划中，新建的三层地下空间超8万平方米，将实现购物、休闲、私家车、行人与公共交通的综合功能。预计到2026年，张园二期将建成办公、住宅、酒店以及美术馆、文化演艺中心，实现商业与艺术文化片区的相互渗透。

修旧如旧的城市更新理念
让市民心有依托

整个张园的修缮改造都以“修旧如旧，以

存其真”为原则，从一砖一瓦一门窗，到老建筑群墙壁上那些斑驳痕迹，以及屋内原本的布局，甚至每一块特殊花纹的地砖，都尽量予以保留或还原。

去年11月，张园西区与上海市民见面，重现昔日“海上第一名园”的风采，一开放就吸引了不少沪上居民来打卡。

当记者来到张园一带，看到当下东园正在火热施工中，而西园是一派岁月静好的场景，不少打扮精致的阿姨在石库门弄堂里、台阶前、格栅窗边拍照打卡。

“前几天看到张园东园好几栋房子还在平移的消息，我们几个老同学就约了今天一起来张园逛逛，拍拍照。这里的变化很大，但在这里拍照还是很容易地回忆以前小时候住在弄堂里的感觉。”记者采访时，顾思萌和几

个儿时的老朋友、老同学，一行8人一起在张园各处拍照打卡。

“小时候我们几个就喜欢在弄堂里拍照，楼上楼下、弄堂天井到处玩，石库门有不少开放的空间，家家户户的关系也很亲密，我们感到很自由很开心。”顾阿姨说，从小在自由和开放的环境里长大，后来搬去了商品房，虽然有了电梯上下楼方便了，但少了一些自由的感觉。“张园这里保持了原来我们非常熟悉的石库门的味道，广场也是开阔的，刚刚站在石库门前、弄堂里、房间里拍照，小时候那种自在的感觉一下子回来了！”

文/晨报记者 吴琼
图/晨报记者 吴琼 上海静安微信公众号

多层次创新赋能内需新格局

建行信用卡力促消费提质增效

建设银行2023年半年度报告显示，截至6月30日，建行信用卡累计发卡1.37亿张，信用卡客户1.06亿户。上半年信用卡消费交易额1.43万亿元，贷款余额9,395.96亿元，资产质量保持良好水平。

2023年上半年，我国线下消费逐步恢复，消费需求开始全面回暖，促消费政策落地显效，我国消费市场规模稳步扩大，居民消费理念的转变也推动内需结构呈现全新格局。为有效满足日益多元化的居民消费需求，建设银行信用卡坚决贯彻落实中央“恢复和扩大消费”的战略导向，多层次创新服务产品，在实现信用卡贷款规模提升的同时，持续赋能消费市场发展提质增效。

多措并举促消费
场景融合扩内需

针对上半年消费经济发展的新业态、新方向，建设银行主动把握经济复苏趋势，深耕品牌营销、消费生态场景和消费客群，创新开展一系列促消费举措。今年开年以来，居民开展境外消费日益复苏，建设银行积极布局海外市场，开展贯穿全年的境外8%返现活动，全面提升客户境外用卡体验，促进境外消费提升，服务国内国际“双循环”发展格局。围绕“龙卡信用卡 优惠666”品牌，6月，建行信用卡推出第三届“龙卡信用卡66节”，此次“66节”活动商户类型及数量更多，内容形式更丰富，覆盖范围更广，进一步以惠民福利释放消费潜力，促进消费提质升级。

为了积极配合消费恢复，保障消费者享受更多便利，建行信用卡围绕客户全生命周期提供数字化服务，常态化开展批量调额，助力市场潜在消费能力得到有效释放。此外，建设银行还深度与头部机构

开展合作，持续优化一键绑卡、静默式绑卡等功能部署，致力打造多方式、多平台、多渠道、全流程的客户绑卡体验。在B端头部场景拓展、C端客户经营促活方面，建设银行信用卡根据客户需求，与淘宝、拼多多、京东、苏宁、宜家、携程、日上、苹果、小米、华为、荣耀等品牌不断更新推出商户分期服务，有效激发消费意愿，挖掘消费潜力。

产品创新强供给
服务升级扩规模

近年来，我国消费市场持续升级，品质消费需求显著增加，乡村县域消费能力持续上涨，绿色化消费成为新趋势，消费结构也呈现出多层次发展的全新特征。在这一背景下，建设银行坚持创新驱动，基于多层次客户需求，积极创新研发信用卡产品和服务体系，为消费市场多元繁荣提供了有力支持。

面向年轻客群，建行深入挖掘“Z世代”年轻客群需求，2023年上半年，陆续推出美团联名卡、正青春卡20周年纪念版、龙卡bilibili

卡三体动画版等新产品，满足年轻客户的多元化需求。此外，针对年轻客群的线上消费、适度超前消费、高质量特惠消费等倾向，建设银行精选多家城市商业综合体以及品牌连锁店开展特惠合作，并将信用卡特惠场景建设与“建行生活”平台深度融合运营，打造形成有效满足年轻客群消费需求的线上线下一体化“特惠商圈品牌”。

伴随乡村振兴取得良好成果，城乡居民消费能力得到显著提升，县域经济发展也迎来了全新机遇。面向县域乡村客群，建行信用卡持续加强顶层布局、加大资源投放，以城带乡促进信用卡业务新发展。建设银行将裕农通信用卡产品服务客群扩大至县域范围，推出数字信用卡版本，设计更加贴合县域乡村客户生活的权益与活动，同时，通过开展“小城热歌会”、“建行家装节”等特色主题活动，紧扣“汽车下乡”、“家电下乡”政策，全面下沉信用卡消费支付服务，持续赋能乡村振兴。

数字经营促便利
绿色金融惠民生

当前，数字经济与传统产业融合度日益提升，产业数字化进程加快，基于数字技术的金融业务创新也在快速涌现。建设银行紧跟数字经济发展势头，深入推进数字信用卡迭代升级。在核心功能建设方面，建设银行推出了支持带会员号功能、附属卡功能的数字信用卡产品

发行；在优化用卡体验方面，建行加强“双子星”平台的数字信用卡功能优化，进一步提升数字信用卡激活、信息查询、申领实体卡等功能使用的便捷程度；在行内外场景发卡方面，建行不断丰富行内员工渠道数字化办卡功能，积极推进云闪付、美团等场景数字信用卡拓展。截至2023年6月底，建设银行数字信用卡累计发行超过800万张。

如今，绿色消费理念日渐深入人心，建设银行此前推出的绿色低碳信用卡有效拓展了居民绿色消费的支付手段，提升信用卡绿色低碳业务线上线下循环消费，激活绿色信贷内需动力。同时，建行持续加大信用卡购车分期产品和服务的创新推广，积极探索新能源车金融产品的流程创新和优化完善，加快新能源车品牌合作优化配套授信策略，运用0分期手续费、分期促销等形式，与头部商户分期合作共同加快绿色节能产品推广。据了解，目前，建设银行信用卡合作汽车品牌已达80家，合作品牌数同业领先。

风控能力全升级
筑牢底线防风险

严控风险是信用卡业务平稳健康发展的生命线。2023年上半年，建行秉持稳健经营理念，不断强化责任意识，深化覆盖客户全生命周期的全流程的风险经营管理机制，积极应对内外部经济环境叠加影响下的信用卡风险趋势，持续提升全面主动风险管理能力，推动业务高质

量发展的同时，保持了资产质量的平稳和同业领先水平。

一方面，建行信用卡坚决筑牢风险合规底线，通过加大综合授信管控力度，防范外部风险向内传导，创新分级分类客户经营模式，提升精细化管理水平，优化不良资产处置模式，提升风险消化能力，深化数据科技手段应用，提升数字化风控能力。另一方面，建行信用卡强化风险管理保障服务功能，运用金融科技手段提升便民惠民服务质效。例如，通过优化人机交互体验，实现线上申请审批处理最快3分钟完成，为客户提供便捷的办卡体验；通过分层分类客群的智能化调额服务，满足不同年龄、不同场景客户用卡用信需求。与此同时，通过升级安全便捷支付体验，保障客户安全用卡。畅通微信、语音机器人等安全用卡客户自助安全服务渠道和自助交互服务，确保7*24小时安全服务窗口不断档；升级跨境线上支付产品，提升客户交易无感体验，降低网络盗刷风险；多措并举切实防控电信诈骗风险，守住客户“钱袋子”，保障客户合法权益。

建设银行信用卡中心负责人介绍，建行信用卡将坚持“以人民为中心”的价值立场，持续提升数字化、专业化和融合化的经营能力，把握国家恢复和扩大消费二十条措施，精准施策多层次创新，持续激发消费潜力，深化科技创新与产品迭代，推动信用卡业务高质量发展再上新台阶。（文力）