

从市井老街到特色街区 重塑商业人气的玉林东路样板

■ 白雪 谢娜

“走到玉林路的尽头,坐在小酒馆的门口。”一首《成都》,让满是烟火气的玉林路火了,成为成都最具 IP 价值的城市重要文化内涵展示窗口。

在广大外地人眼中,玉林路是一条网红街,但在成都人眼中,“玉林路”是个笼统叫法,实际上这里由“5 路 8 街 19 巷”组成。其中爆火的当属“小酒馆”所在的玉林西路,是承接外地来客的“流量洼地”。

玉林西路的强磁力下,以玉林中路为中轴线,与之相望的玉林东路,尽管占尽地利,但“楼上消费楼下”的老社区商业初级模式,让续写“玉林传奇”一度成为棘手问题。

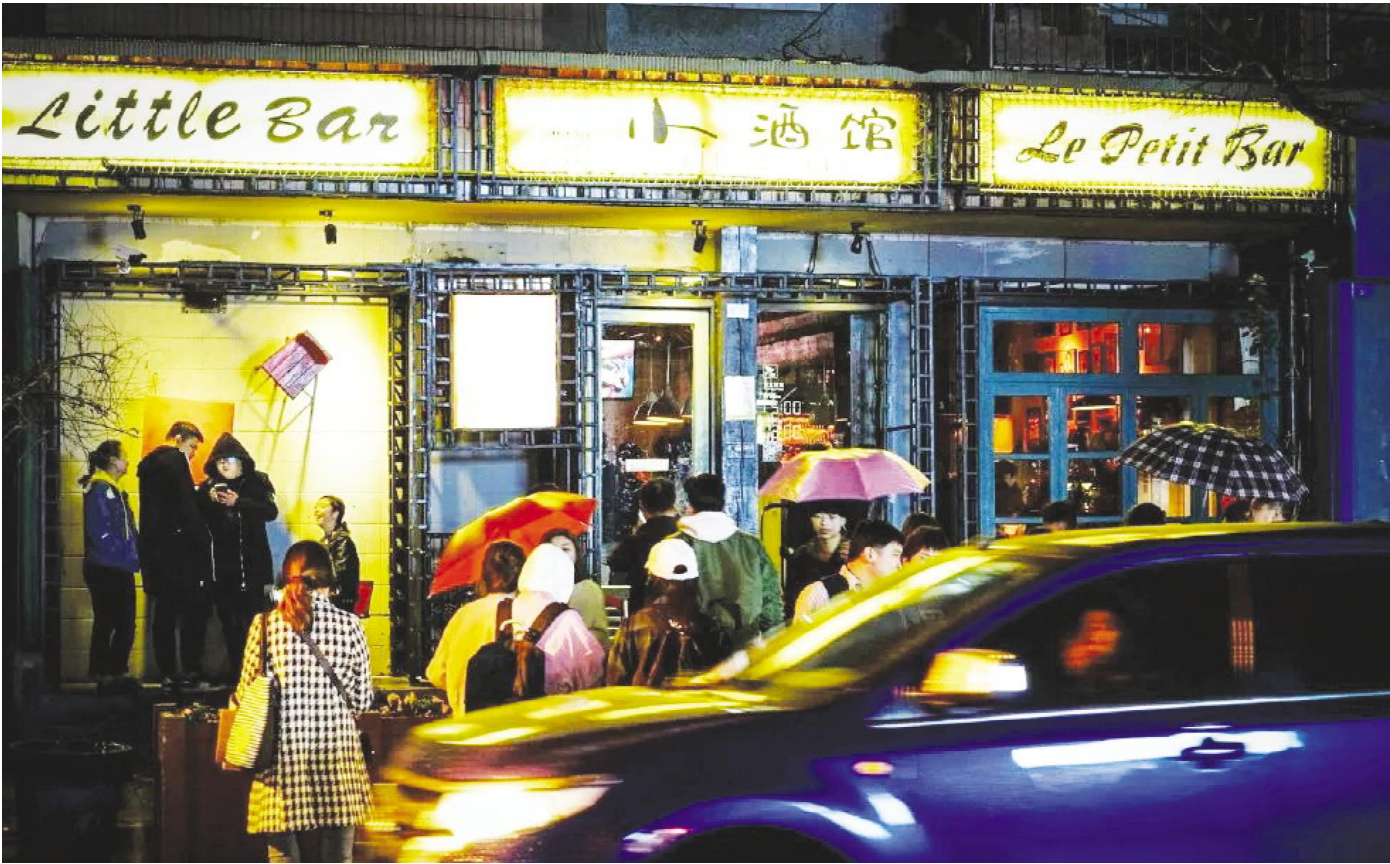
2021 年 11 月,成都确定为住房和城乡建设部公布的第一批城市更新试点城市之一,街道正是城市更新的重要战场。也就在 2021 年的 12 月 28 日,成都玉林东路特色商业街区正式开街。运营了近一年,这里既为在地居民“换”来更新更好的生活体验,也吸引了更多的人到达玉林,“唤”来新的消费人群。它是如何做到的?近日,记者到玉林东路走一走,探究市井街道如何有机更新。

营造“景观”,安逸生活的开端

10 月 21 日,从人民南路端来到玉林东路,全新打造的街区小品、街区景观,让街道“颜值”大提升。移步异景,艺术橱窗、画墙等散发出浓浓的艺术气息,建筑外立面小阳台、鲜花增加了街道浪漫之感。

在这些设计元素中,一只伫立在屋檐下的虚拟 IP——玉林幸福猫“安逸·Chill”引人注目。“猫”的形象之所以运用到街道打造中,负责项目实施的武侯发展公司委托运营管理的成都锦绣润城商业管理有限公司向记者介绍,“在玉林街头巷尾,时常可以看到遍地跑着家猫、野猫,这一日常细节正体现了成都的和谐共处和惬意闲适。所以,在此次街道更新中,我们注意留下这些城市特有的印记。”

朝西步入街区,新老同框的社区商业长卷展开,更多的生活气息扑面而来。70 多岁的大爷坐在花台边的长椅上,等待老伴在街对面买



水果;头发花白的优雅老太太,在自家楼下新开的咖啡馆里坐着喝咖啡;三两个穿着时髦的年轻人,闲适地坐在路边遮阳伞下撸猫、聊天……重新整治后的街面环境为人们美好生活提供了承载地。

玉林东路两边都是小区居民楼,居住密度大。在这次街道更新中,有意考虑到城市老龄化现状,以及服务好居民、游人,沿街增加了各式各样的座椅,几乎每走几步就有一个座椅。

而重新划分了道路界面的路面,清除路障,平整马路与沿街面的梯坎,使得路面视觉上更为宽阔、整洁;以“整合交通”为核心,通过部分单行交通组织,出门不堵车了;改造后的公交站台更漂亮,能遮阳挡雨,也能坐下休息,更加人性化……这些变化,使得玉林的温度和人文关怀增加了。

共融共生,新生长出的场景消费力

街道作为重要的城市空间,承载着人们日常生活的方方面面。在这全长 770 米的玉林东路上,新潮与传统在这里共融共生。

更新后的玉林东路,经营了十几、二十年的老生意换上新的外衣,但是餐馆味道依旧不变,客人不再只是周边小区居民;一批有创新活力和新鲜想法的商家纷纷入驻,满足更多元、年轻化的消费需求。

融合了户外露营风和金属工业风的“酒辻商店”,是一家新饮品零售体验店。去年在玉林东路开设了首店以来,吸引追求新生活方式的年轻人纷至沓来。主理人胖虎说道:“我们希望创造更多新的玩法,不仅有饮品,还有周边文

创、户外游戏,倡导一种轻松自在的生活方式,我想这与成都这座城市的气质是一致的。”店铺地处居民区,胖虎说为了不扰民,每晚 9 点半前就要关门窗、调低音量分贝,与周边居民和谐共处。

离酒辻商店不远的“喵多喜”日式和牛火锅料理店老板也告诉记者,之前该品牌所开门店均在商场里布局,这次是其成都首家社区店。正是看中了这里相对比较成熟的商业氛围,发展潜力大。

据了解,目前玉林东路引进全国首店 2 家、西南首店 6 家,连锁品牌共计 37 家,同时,孵化出一片在地主理人品牌,形成了“传统时尚混搭、新旧业态并存”的新局面,以适应消费升级的需要。

而在街道店铺的设计规划上,大部分的店

洋河股份缘何加冕“国家工业旅游示范基地”？

最近,国家文化和旅游部发布《关于推出北京市 751 园区等 53 个国家工业旅游示范基地的公示》,根据《国家工业旅游示范基地规范与评价》行业标准,经各省(区、市)文化和旅游行政部门推荐,以及文化和旅游部按程序组织专家评审,拟推出洋河股份等 53 个国家工业旅游示范基地。

“诗画中国”的缩影

2021 年 12 月,国务院印发的《“十四五”旅游业发展规划》提出,发挥旅游市场优势,推进旅游与科技、教育、交通、体育、工业、农业、林草、卫生健康、中医药等领域相加相融、协同发展,延伸产业链、创造新价值、催生新业态,形成多产业融合发展新局面。鼓励依托工业生产场所、生产工艺和工业遗产开展工业旅游,建设一批国家工业旅游示范基地。

据了解,在“国家工业旅游示范基地”建设

上,洋河股份在行业可谓先行一步,早在 4A 景区批复之前,“洋河酒文化旅游区”每年就有 10 万人次的旅游者,现在更是吸引了大批的白酒消费者前来参观,“陶坛库、白酒银行、美人泉、罗家古宅、百年酒窖”等景点使得大家流连忘返。此外,悠久的酿酒历史也为洋河股份提供了强大的白酒文化背书。

作为国家 4A 级旅游景区,“洋河酒厂文化旅游区”位于中国白酒之都宿迁,占地面积 10 平方公里,是目前全球规模最大、生态环境最优、文化底蕴深厚、古老与现代完美结合的生态酿酒基地,被行业专家赞为“规模一流、技术一流、品质一流、创新一流”,被游客称为“诗画中国”的缩影。

游客来到“洋河酒厂文化旅游区”,最直观的感觉是“大”,最常用的词是“震撼”。来自南京书法协会的李先生表示,这是自己见过最壮观的现代化企业,即便是花一天的时间,也只

能是走马观花。

据统计,洋河酒厂拥有 7 万多个名优酒窖池,窖池各种微生物经过遗传、变异和衍化等微生物群落演替,已经形成了酿造优质白酒所需的微生态环境。随着产能的不断扩张,洋河的酿酒池口总数在全国同行也是位居前茅。

窖池多少衡量产酒能力,酒库容量则体现储酒能力。多年来,洋河股份先后投巨资用于原酒库扩容扩充,并建造多座现代化巨型立体储酒库,公司目前储酒能力达 100 万吨,储酒量 60 多万吨,用以保证原酒贮存周期,游客们参观过后,无不竖起大拇指。

让工业遗产大放异彩

工业旅游的意义仅仅在于“旅游”吗?对此,洋河股份的答案是否定的。据悉,洋河工业旅游的初衷更多是为了保护工业遗产,并使其所具有的历史价值、技术价值、社会意义、建筑

或科研价值,让消费者看到、体验到,产生较强的文化认同感。

据了解,聚焦“工业旅游”主题,洋河股份还充分围绕生产过程,整合开放酿酒车间、酒库、包装车间等生产参观点,近距离让游客了解洋河酒的生产工艺及流程。“一幢幢拔地而起、鳞次栉比的新厂房,一排排高大整齐、气势宏伟的储酒罐,一条条技术先进、高效快捷的现代化包装流水生产线,一座座代表行业最高水平的智能化立体仓库,无不展现着企业强大的生产和后勤保障实力。”观光游客感叹道。

文化、工艺、产品、市场营销,这就是洋河股份工业旅游的核心竞争力,而其中串联一切的是文化。在洋河酒文化馆内陈列着历代酒礼、酒俗、酒技、酒故、酒史、酒文、酒诗及与酒有关的重要人物故事等书画作品、雕塑、匾楹及实物,诉说着洋河股份自远古以来的发明创

铺都是开放式的,沿街窗户大开,让店铺与居民、游客之间从物理上距离拉近,进而到情感上的隔阂消弭。

“现在街面漂亮了,出行方便了,我们购物也更方便,生活更丰富多彩了。”居民李阿娱乐滋滋说道。

多业权联盟,新型邻里关系形成

街区更新下,新型邻里关系在街区内形成。

实际上,多业权结构是玉林东路城市更新的重大难题。如何破题?与开街同步,我国首个多业权街区共发展联盟——成都玉林特色商业街区共发展联盟应运而生。

诞生并扎根玉林东路多年的“唐叔叔的成都麻辣烫”总店见证了城市的更新升级,也享受着城市更新的红利。其运营负责人马勤艺说:“现在的玉林东路更热闹了,以前来光顾的多是附近住户,现在不少游客慕名而来,营业额比以前涨了大概 40%。”不仅如此,马勤艺说,成立的商家盟让邻里之间相处融洽,“不论是老商家,还是新商户,大家互相学习好的经营手段,参加组织的培训,增进沟通,共同提高发展。”

据介绍,目前,该联盟成员数量超过 150 个,通过开展培训、考察,为商家赋能,提升街区活力。在一系列的活动中,不断吸引在地居民、商户,以及市民、游客前往玉林东路打卡、消费、停留。

而跨年派对、紫薇花节、周末市集等活动,也正构筑着玉林专属 IP。“每到开展活动大家都出谋划策,市集活动也为大伙带来了人气、客流量。”攀枝花来的“90”后姑娘梁河豚,在玉林东路上经营着 FUGU 咖啡和古着店。她说,日常中,联盟商家互相关照,让来自攀枝花的她有了更多归属感。

自开街以来街区已相继获得 2021 年“成都市幸福美好生活十大工程”、首届成都 10 条最美“回家的路”、“公园城市 TOP100 最美街巷”、“成都市最具烟火气街区”第二名、“成都市市级文创特色街区”称号并成功入围 RICS 中国奖。

与此同时,洋河股份南北两区总计 10 万吨陶坛库项目正在火热建设中;特殊风味酒 1# 智能化升级改造项目已经上马,实现了从一粒粮到一滴酒的智能化酿造生产,在“智改数转”新赛道上跑在行业前列。

近些年,在工业旅游日益发展的同时,一系列与酒文化相关的活动也随之展开,而洋河股份白酒文化主题活动一般采用“封藏酒、开窖节、绵柔之旅”等形式,来形成足够的影响力,从而吸引到更多的游客,达到弘扬优秀传统文化、产品体验、扩大企业知名度的效果。

作为同时,洋河股份南北两区总计 10 万吨陶坛库项目正在火热建设中;特殊风味酒 1# 智能化升级改造项目已经上马,实现了从一粒粮到一滴酒的智能化酿造生产,在“智改数转”新赛道上跑在行业前列。

经过岁月的积淀,坚守工匠精神的洋河人,目前已将“洋河酒厂文化旅游区”打造成为宿迁酒都的一张飘香名片,中国白酒著名专家沈怡方曾盛赞洋河“将传统工艺与现代科技完美结合……”

(若 尘)

中国歌剧舞剧院与泸州老窖深化战略合作 双方联合出品的音乐诗剧《大河》全球巡演正式开启

编者按:

中国酒城·醉美泸州,一座酿造幸福的城市。泸州是著名的“中国酒城”,地处北纬 28 度酿酒龙脉之上,不仅催生了世界级优质白酒产业集群,更沉淀了独具魅力的诗酒和歌舞文化。中国歌剧舞剧院与泸州老窖深化战略合作,双方联合出品的音乐诗剧《大河》全球巡演正式开启。此举代表了泸州老窖以诗酒、歌舞为媒,传播中国文化、讲好中国故事的文化用意。泸州老窖希望以宏举,增强中华文明传播力影响力,坚守中华文化立场,推动中华文化走向世界。可以说,泸州老窖,不仅仅有着酒神精神的体现,还深深地铸就了中国文化的灵魂。

■ 王剑兰

11 月 10 日,中国歌剧舞剧院与泸州老窖股份有限公司在四川泸州举办的“国际诗酒文化大会第六届中国酒城·泸州老窖文化艺术



周”开幕式上,签署战略合作协议,并宣布双方联合出品的音乐诗剧《大河》全球巡演正式开启。双方共同表示将在文化、公益等领域进一步开展合作,携手弘扬中华优秀传统文化,持续助推中华文化走向世界。

著名诗人、全国人大常委会委员、中国作家协会诗歌委员会主任、国际诗酒文化大会组委会主席吉狄马加,中国歌剧舞剧院党委书记诸葛燕楠,泸州老窖集团及股份公司党委书记、董事长刘淼,泸州老窖股份有限公司党委副书记、总经理林峰,泸州老窖股份有限公司副总经理李勇,中国歌剧舞剧院副院长田彦,中演演出院线发展有限责任公司执行董事、总经理张利等

领导嘉宾出席此次战略签约仪式,并共同宣布音乐诗剧《大河》全球巡演正式启动。

中国歌剧舞剧院党委书记诸葛燕楠在启动仪式上表示,2022 年中国歌剧舞剧院与泸州老窖集合各自优势资源,加深了战略合作,拓展了院企合作的新模式。随着《大河》开启全球巡演,双方将积极推动国际文化交流,增强中华文明的传播力和影响力,展现可信、可爱、可敬的中国形象,推动中华文化更好地走向世界。

双方合作始于 2017 年,5 年来,广泛开展惠民演出、高雅艺术进校园、公益大师课等文化公益活动,为弘扬中华优秀传统文化、普及推广高雅艺术,满足人民日益增长的精神文化



需求作出了积极贡献。

此次中国歌剧舞剧院与泸州老窖股份有限公司集合各自优势资源,进一步加深战略合作,以创演相结合的形式,推出了讲述黄河文明的音乐诗剧《大河》。泸州老窖集团及股份公司党委书记、董事长刘淼表示:“要增强中华文明传播力影响力,坚守中华文化立场,讲好中国故事、传播好中国声音。多年来,我们以酒为媒、以诗表意,致力于推动中华优秀传统文化创造性发展和创新性表达。”

音乐诗剧《大河》以著名诗人吉狄马加创作的同名长诗为文本,由著名作曲家郭文景作曲,通过交响、合唱、朗诵、戏剧、舞蹈等多种艺

术形式,将孕育了 5000 年华夏文明的黄河精神赋予新的时代内涵,用文艺的力量来展现中华历史之美、山河之美和文化之美。

音乐诗剧《大河》由中国歌剧舞剧院歌剧团演唱,中国歌剧舞剧院交响乐团、民族乐团演奏,共同带来一场高规格、高水准的视听盛宴。全剧采用大型交响乐结构,加入部分民族特色乐器,融入声乐、朗诵等多种表现形式,以别具一格的构思,一气呵成的激情,讲述着这条河流的伟大,民族的梦想,时代的荣光。

作为中国白酒产业的代表,近年来,泸州老窖一直致力于传播中国的酒文化,通过与中国文化形式的嫁接,把中国的传统文化和中国的白酒带向世界。中国歌剧舞剧院也在世界各地演绎和弘扬中国传统文化,向世界讲述中国故事,传播中国价值,凝聚中国力量。在这一点上,二者有着高度的一致性。

此次中国歌剧舞剧院与泸州老窖首次联合出品大型音乐诗剧《大河》,无疑开启了院企深度合作、深耕内容共创的新模式。借势《大河》的联合开发,双方将以文化视野赋能文化产业,推动文旅融合高质量发展。未来,双方将不断探索中国文化世界表达的新方式、新路径,以更多创新的形式在全球范围推广中国文化,面向世界讲好中国故事,传播好中国声音,让世界品味中国。