

看北京文化消费如何焕新

本报记者 张雪 杨学聪



teamLab Massless 无相艺术空间现在是名副其实的网红打卡地。
本报记者 张雪摄

在北京,如何度过“有文化”的一天?你可以到新晋活化利用的老建筑里寻一本小众的好书,到中轴线附近“隐秘的角落”淘一款时髦的文创单品,还可以到打破艺术边界的空间中感受“科技+艺术”的魅力……得益于全国文化中心建设的推进,北京的文化消费正在通过构建新空间、打造新场景、催生新业态来激发新活力。

老建筑新生命

在遍地胡同的北京市西城区,“海派弄堂”泰安里是独特的存在。完全不同于北京传统四合院的建筑风格,这里有深度还原的石库门、开在屋顶的老虎窗……让人仿佛置身于千里之外的上海。

泰安里始建于1915年至1918年间,最初是达官贵人的聚集之地,后来由于历史原因逐渐衰落,一度变成了居民住宅。2009年,西城区政府启动泰安里腾退工作,2018年完成腾退,2019年修缮竣工。

如何活化利用这片老建筑,让它既有“面子”又有“里子”?我们以“合起来、活起来、动起来、立起来”的理念,在腾退修缮、保留“文化原味”的基础上,推动文物古建焕新为与城市发展功能匹配的新空间。”北京宣房大厚投资管理有限责任公司泰安里文物活化利用项目运营负责人胡雪景说。

修缮一新的泰安里化身文化艺术中心,于今年4月3日正式开业运营。半开放的空间由70米的小道分作两排,剧本社、书店、咖啡馆、小酒馆等业态整齐排列。咖啡味道醇厚浓香,阅读空间书香四溢,历史与现代、文化与时尚在这里遽然相遇。慕名而来的消费者徜徉于此,拍照、看展、逛书店、喝咖啡,短短几个月,泰安里人气攀升,成为年轻人喜爱的又一特色文化消费打卡地。

作为泰安里植入文化内容的运营者,弄堂SPACE主理人曾雅琪说:“现在的客流量已经较开业时翻番。入驻的咖啡和酒吧已经初步具备造血能力,展览、书店主要孵化文化内容,希望从第三年起形成独立的IP,通过举办各种活动实现自给自足,把这里做成年轻人喜欢的文化‘大杂院’。”

走进另一家店铺“石库门岁月”,留声机、老式座钟、八音盒……老物件营造的氛围感迅速将人们带回上海的旧时光。“‘石库门岁月’不仅是咖啡馆,也是一个文化空间,是建筑文化、海派文化与京味文化三者的融合,独特的文化氛围起到了‘引流’的作用。”石库门岁月主理人刘冰介绍。

作为北京古城建都的肇始之地,历史文化名城街区占西城区面积的26%,像泰安里一样的文物建筑资源十分丰富。在推进全国文化中心建设中,西城区正积极行动,让越来越多的文物“活”起来,与城市现代生活融合发展,成为文化和消费新地标。

老风貌新活力

在北京市东城区钟鼓楼附近的胡同里,有一座外表看起来平平无奇的小院,走进才发现别有洞天,开放式的园区有八栋独立建筑,站上最高层的露台,近在咫尺的钟鼓楼和远处的景山遥相呼应,北京老城风貌一下跃入眼帘。

小院的前身是废弃的老旧办公楼,2022年初,北京金隅集团与“共享际”品牌深度合作,对此改造提升,结合东城区作为全国文化中心核心区定位,探索文创园全新的发展可能。

“我们遵循‘戏剧东城’和‘新消费孵化’的定位,设置了小



图为金隅金台·共享际举办的文化消费活动。
(资料图片)

剧场等空间,并利用园区建筑高低错落的空间关系,建设了多层次的屋顶露台空间,将演出、餐饮、观景等内容植入不同的空间之上。”金隅金台·共享际项目负责人冯菲说,“靠近北京中轴线的地理位置可谓自带流量,北京老城的氛围、独特的胡同文化,是吸引消费者前来打卡的重要原因。”

园区目前引入了5家和文化相关的特色企业,定位不同消费群体。“度也一厂”是新媒体粉丝数量超过百万的文创品牌,深受年轻消费者喜爱。一大早店铺还没开门,从昌平赶来的大学生汪雨就来“堵门”了,“我从社交媒体上种草了这家店,特意过来打卡,顺便逛逛钟鼓楼一带”。咖啡品牌Storyboard Coffee融合周边胡同风格特点,设计打造了玉兰树下的绿色咖啡厅,主理人李渊博介绍,他们的定位是文化、生活属性丰富的空间,除了推出以文学作品为灵感的咖啡,还会利用园区的露台等空间组织艺术展、运动健康等主题的线下活动。

“我们希望通过品类创新、内容孵化和场景迭代,营造出极具沉浸感的在地体验,不只要吸引打卡,还要真正满足消费需求。用新业态、新消费为老城老街注入新活力、新品质,让老城的商业价值与历史文化价值相得益彰,打造消费者喜爱的新消费目的地。”冯菲表示。

在北京,越来越多“沉睡”的办公楼、工业遗产和老商业街区正在成功转型文化新空间,既满足着人们对美好生活的新需要,也助力着城市更新和发展。

新技术新感受

位于北京朝阳大悦城的teamLab Massless无相艺术空间现在是名副其实的网红打卡地,刚刚过去的暑期,这里每天都需要以限流的方式才能保障消费者的体验感受。

和传统艺术空间相比,这里独特的魅力在于,用科技手段打破了固有的艺术表达



泰安里“石库门岁月”不仅是咖啡馆,也是一个文化空间。
本报记者 张雪摄

方式。无相艺术空间联合创建方北京光禹莱特悦和数字科技有限公司综合管理负责人杨文婷介绍,他们通过投影技术、传感交互体验技术、沉浸式视听系统以及富有创新性设计的大型艺术装置,对商场空间进行了整体设计与改造,在将近10000平方米的空间内,充分利用近11米的层高优势,创造了超过40个空间作品,用充满艺术感的画面、音效表达和充满想象力的互动体验设计,为观众带来一场沉浸感十足的文化消费体验。

空间分为上下两层,一层共有20多件沉浸式数字艺术作品,这些作品不光可看、可听、可触摸,还可与人互动。当消费者点上一杯会发出亮光的茶,作品《无相的太阳与黑暗的球体》便会变换光亮与茶杯呼应。二层主打亲子体验,深受小朋友喜爱。游客可以在《弹弹跳跳床宇宙》站立或跳跃,感受时空扭曲、星云汇集、星球诞生;也可以在《涂鸦自然》中发挥想象力描绘出各

种生物……来自北京市朝阳区的鞠婧一正在和孩子一起绘制一条鱼,不一会儿,这条属于他们的鱼就“游”上了《彩绘海洋》整幅作品之中。

杨文婷介绍,去年12月开业以来,空间已累计接待游客约40万人次,今年春节期间营业6天,共接待游客1.7万人次,暑期日均接待游客3000人次左右,预计全年游客数量将超过85万人次。“空间还对传统商圈的转型升级起到了‘引流’作用,据测算,商场增加了40%的区外客流,游客通常会会在空间停留两三个小时,这会增加商场餐饮、亲子等其他消费。”

随着数字技术全面赋能文化产业,推动供给侧和消费端深刻变革,一批如无相艺术空间的文化新业态应运而生。作为全国文化中心和国际科技创新中心,推动文化与科技融合发展,北京具有得天独厚的优势。人工智能、虚拟现实、5G、大数据等新技术的应用,正在为北京的文化产业和文化消费迭代装上“加速器”。

保障瞭望

北京市近日公布的上半年经济数据显示,全市文化类消费大幅增长,居民人均电影、话剧、演出票的消费支出同比增长62.5%;全市文化产业实现收入9535.3亿元,同比增长14.8%,保持持续增长。北京文化市场的热闹景象回来了,建设全国文化中心的成果不断显现,文化产业正在持续赋能城市发展。

近几年,北京按照党中央的决策部署,正全力推进全国文化中心建设。实现这一目标,必须要与增进人民群众福祉相结合,为百姓提供丰富的精神文化生活是建设工作的应有之义。建设的成果好不好,每一个生活在这座城市的“你我他”都有体会和感受。

就拿文化消费来说,现在消费的便捷度更高了——中央歌剧院、北京艺术中心等重大文化设施相继落成,散落在胡同、街角的老会馆、旧厂房被激活、唤醒,成为文化新空间……随处可见的文化场所搭建起多种多样多层次的文化展示平台。你可以在小而美、小而精的舞台上寻找心灵的共鸣。消费的内容更广了——北京文化新业态领跑全国,今年上半年,北京文化新业态企业实现营业收入6420.8亿元,占全国的比重超过四分之一,新奇有趣,集互动、展示、体验为一体的文化新产品,消费新场景不断涌现。消费的活动更多了——“大戏看北京”展演季、北京国际电影节嘉年华、草莓音乐节等成为品牌,北京惠民文化消费季屡见实效,2022年共举办活动27.84万场,带动消费金额近120亿元……得益于全国文化中心建设的综合效应,北京文化消费不断释放新活力。

聚焦“首都风范、古都风韵、时代风貌”的城市特色,下一步,做好首都文化这篇大文章,离不开保护与创新的双向发力。

3000多年建城史、870年建都史,全国拥有世界文化遗产最多的城市,数不清的会馆、旧址、故居散落在老城的各个角落,丰厚的历史文化底蕴是古都的“城市之魂”,也是发展文旅产业和拉动文旅消费的宝贵资源。“活化”是对老城最好的保护,找到内容资源和文化空间资源有效衔接的方式,点亮传统文化融入现代生活的载体,打开思路,用新业态、新消费为老城注入新活力、新品质,让古都风貌在新时代彰显更加丰厚的价值内涵。

创新可以为文化产业高质量发展插上腾飞的“翅膀”,推动文化与科技融合发展,北京具有得天独厚的优势,未来可以尝试更多可能,持续丰富文化产品生产供给,增加场景式、体验式、休闲式消费内容,增强消费体验性、娱乐性和趣味性,更好满足人民群众日益增长的精神文化需求。

张雪

从工业遗存到文化新地标

本报记者 张雪

刚刚过去的暑期,北京首钢园迎来了天南地北的游客。以敦煌飞天壁画为设计灵感,宛如丝带滑过的首钢滑雪大跳台是游客不能错过的打卡第一站,搭乘国内首屈一指的斜行电梯,抵达出发区48米平台,便可感受运动员起跳前的同款视角。之后,游客还可以到冷却塔里拍照留念,感受工业建筑的独特魅力。首钢滑雪大跳台向社会开放以来,目前参观游客已超过100万人次。

首钢园是北京西山永定河文化带上的一个独特节点,它既是北京工业辉煌历史的见证者,也是北京冬奥会自由式滑雪和单板滑雪大跳台项目的举办地。现在,它又化身北京市区内集文化、体育、科创为一体的新地标,成为消费者心目中的“网红”打卡地。

“首钢滑雪大跳台是世界上首个和工业遗产再利用结合的奥运场馆。”北京首钢园运动中心体育文旅项目负责人王进介绍,进入冬奥时期,首钢滑雪大跳台不会按照“国际惯例”被拆除,而是作为世界首例永久性保留和使用的滑雪大跳台场馆,满足多层次需求。“除了举办冰雪赛事,我们还利用造雪季与专业机构联手策划举办相关活动,吸引年轻人参与体验。北京冬奥会后首个雪季,首钢滑雪大跳台就策划举办了大众冰雪嘉年华活动,吸引了5.6万游

客。”王进说,“我们还充分考虑了极限运动所拥有的时尚潮流特质,瞄准青年客群,打造极限运动赛事IP,举办户外音乐会、光影秀、首发首秀等综合演艺活动,让这里一年四季都有看点。”

“三高炉”——首钢第一座容积超过2500立方米的现代化大型高炉,凝结着北京这座城市的工业记忆,被誉为“功勋高炉”。“荣休”后的“三高炉”现在华丽转身为首钢园里的“网红”地标。北京首钢建设投资有限公司设计总监于华介绍,“三高炉”于2010年停产,2018年完成改造,采用“封存旧、拆除余、织补新”手法,保留高炉本体、热风炉、重力除尘器等核心构筑物,利用场地高差进行整体设计开发,实现工业与自然的和谐统一。“三高炉”现在是全球首发中心和网红打卡地,也是园区文化活动举办的一大阵地。”于华说。今年5月底,“三高炉”迎来了2023中国科幻大会,一个月后,2023西山永定河文化节在此开幕。奔驰发布会、北京时装周也曾依靠高炉内部9.7米平台,吸引着数以万计观众的目光。

再向北走,位于北七筒的RE睿·国际创忆馆,由原首钢炼铁厂储料仓四号筒工业遗产改造而来,现在是首个以“文化遗产+数字创意”为内核的沉浸交互体验馆。这里正在展出“平行时空:在希腊遇见兵马俑”成就回顾展,通过科技手段,观众可以置身跨

越时空的“数字画卷”,恍如置身兵马俑世界。“RE睿·国际创忆馆通过全域影像、数控声场、XR等技术,将曾经的工业筒仓变身‘穿越时空舱’。现代科技的发展,让文化遗产有了数字艺术的表达方式,让更多的人能穿越历史,沉浸式感受人类记忆的瑰宝。”运营该展馆的清城睿现一创智旅产业运营主任黄茜说。

自2020年5月首钢园园区向社会开放以来,累计入园客流量已达1100万人次。徜徉六工汇,体验一站式吃喝玩乐购等多元生活方式;在全民畅读书店读一本喜欢的书;在首钢文创店买一件独有的伴手礼;在首钢极限公园玩滑板、攀岩,寻求刺激体验;享受首钢园香格里拉酒店的五星级品质住宿和多元特色服务……从工业遗存到城市新地标,首钢园已形成了集餐饮、酒店、零售、展览、体验等多元于一体的特色消费业态,百年首钢正在焕发崭新的生命力。

本版编辑 李丹美 编 王子莹



图为首钢滑雪大跳台。
(资料图片)