

旧巷新街 浪潮

关于成都东郊，一代有一代人的记忆。对85岁的杨春燕老人来说，厂外立面上斑驳锈迹封存了他关于“三线建设”时期激情燃烧的记忆；SOARIN 复古生态馆主理人赵明记得，4年前店铺刚装修完成时门外那片肆意蔓延的杂草，无声地挑战着他的商业敏锐度；成都东方正火文化传媒有限公司董事长马建强记忆犹新：2021年前后园区运营机制改革方案出台前，每晚四五个小时一直延续至凌晨的一场场头脑风暴……

记忆

超900万的人园人次，这是2023年东郊记忆的游客接待量。白昼或黑夜，热度与喧嚣不分昼夜，不设限的物理边界滋生无限创造力。遗留的工业符号悄无声息，成为这个独特空间里沉默的见证者。苏式红砖厂房、高耸的烟囱、生锈的钢炉、躺在铁轨之上的绿皮车厢把长长的车身藏进了厂房当中，仿佛随时都会响起的汽笛声把人们又拽回那个火红的年代……

“现在的园区就是由原成都国营红光

电子管厂改建而来，1983年，厂里来了新厂长李铁锤，也迎来了发展至关重要的一年。”杨春燕老人是原成都国营红光电子管厂宣传科科长，他说李厂长如其名，大胆引入日本黑白玻壳生产线，使工厂成为当年全国首屈一指的黑白显像管生产企业。

改革措施像铁锤一样有力。打破平均分配，推行按劳分配，推出全员承包制、干部聘任制，推行成本目标记奖分配体系。“每个人都在想法子为厂子挣钱，这也关系着自己的钱袋子，在这种激励机制之下，12年时间，厂里的年产值就从最初1000多万元增加到4亿多元，这是何等的变化啊！”杨春燕说。

“三线建设”时期，轻工业、电子工业等厂房在成都东郊连片而建，东郊更像一座“城中城”。因为工厂名字涉密，不少上了年纪的“东郊人”在聊天时，还习惯用信箱代码指代自己当初工作的工厂。上百个代码下面不知串起了多少个天南海北的家庭。看电影、跳交谊舞、玩摇滚……上世纪八九十年代的东郊浓缩着当时最为丰富的商业业态，在东郊上班，成了福利高、待遇好的象征。

在时代篇章中，老东郊留下过的最辉煌一页，终究还是翻篇了。过度同质化的工业企业带来了土地利用率低、“三废”、“热岛效应”突出等弊端，疲于更新的厂区接连关停，那些赫赫有名的工厂陆续退了、搬了。

2001年，轰轰烈烈的成都“东调”工程开始了，169家东郊大中型企业逐步搬迁。2005年，《成都市优秀近现代建筑保护规划》出台，没有迁走的旧厂房作为工业遗址保留下来。2011年9月，基于原成都国营红光电子管厂改建的成都东区音乐公园正式开园。

从音乐公园起步，到2021年提档升级后的国际时尚产业园，整体改扩建面积近9万平方米。如今的东郊记忆已形成包括音乐艺术、会展博览、现代时尚、创意设



图为东郊记忆·成都国际时尚产业园南大门。(资料图片)

计、数字文创、文化消费六大业态，入驻商户275家，商户数量较升级前新增178%。工业遗址的斑驳锈迹与艺术时尚的斑斓色彩交相辉映，涌动的人潮从四面八方汇聚而来。

万象

“成都墙”是东郊记忆最具辨识度的留影之地，8月末成都持续数天的高温无法阻断排队拍照的队伍。沧桑感十足的厂房红墙上，巨型白色“成都”二字简洁大方，充满怀旧氛围。“必须合个影啊！拍过才算来过成都。”来自上海的游客沈榕毫不介意排队时长。

离开“成都墙”，走上几分钟就来到了SOARIN 复古生态馆，一阵咖啡香扑鼻而来。“我租下这个门面，不是单纯地‘卖东西’，而是要传播一种品牌文化。”赵明说。

不少全新的消费场景和新兴的生活方式，在一间间小众而独特的店铺间蔓延；独到的经营和管理理念像空气一样，小到十几平方米的店铺，大到上千平方米的音乐空间，看不见又离不开。

“我当初开店的时候打的主意是不亏就好。”“现在怎么样？”“当然已经实现盈利。”赵明说，SOARIN 不仅是一家咖啡馆、一个服装店，更是一个小众同好的社交空间以及衍生而出的一种生活方式。

“有的店铺实现了扭亏为盈，有的店铺从园区起步，又选址别处开出了第二家、第三家。这和我们的预期相符，不是单纯地租一块场地给商家，而是要让每一位商家的播种子者，每一间店铺都是他们撒落的种子，落在哪里就在哪里生根、发芽、开花。”马建强说。

在东郊记忆，“生态”的

概念包罗万象。你可以体会到管理者营造的商业生态，也可以体会到商家营造的生活生态，更能体会到游客群体的多元生态。长长的队伍不仅出现在人均消费10多元的奶茶店，也可能出现在人均消费超500元的蜀宴赋餐厅。

一朝步入画卷，一梦梦回千年。走进餐厅，一场穿越之旅拉开了帷幕。身着汉服的“宫女”将客人引到座位上，大汉牛炙、御宴茶山海、东坡戏鱼……鼓声渐起，宽袖飘飘，光影与美食之间，恍如步入古时蜀都，阅尽千年画卷。“我们接待过的最年长的客人是一位90岁的老婆婆，她的家人带着她来过生日，一家人换上汉服拍照，其乐融融。”蜀宴赋项目出品人杨孜说，开业一年多以来，已经有10余个团队伸出橄榄枝，希望与餐厅合作，在多个城市推广“餐秀”这一新形式。

上世纪八九十年代的东郊，连片的厂房、嘈杂的火锅店，骑着自行车、穿着喇叭裤游走在街边的青年是当年东郊的生态。今天的东郊记忆，则营造了一种小众、艺术、文化的生态，一种赢得年轻人青睐的生态，成为一种看不见的城市力量，是成都新的文化地标。

新潮

站在东区超级音乐现场大厅中央，一种震撼感随之袭来。面积达2100平方米，具备顶尖舞台硬件设备及场馆技术条件的演出区域，可同时容纳2800人观看演出。从民谣到摇滚，从电子乐到爵士乐，不同的音乐风格引来不同的受众，绝大部分是年轻群体。“到今年8月末，我们已经举办了20余场演出，接待了近10万名客人。”场馆运营经理陈希说。

你或许青春不再，但在东郊记忆，心态一定是年轻的：东区超级音乐现场跳动的音符，CHRISLV STUDIO里那一排排萌趣十足的厚底鞋，浪美术馆·成都前卫的科技感……

马建强说，东郊记忆更想摸清年轻人的心态。2021年7月，作为运营商接手园区

时，成都东方正火文化传媒有限公司笃定，不能为了盈利而滥招品牌。“不少国际知名的品牌前来接洽入驻，我们拒绝了一些，开始还会怀疑这些决定，现在看来这样做十分有必要。”马建强说。

“只有疲软的产品，没有疲软的市场。”正是因为团队调整了心态，摆正了位置，蝶变后的东郊记忆才有了今天的客流量，也为未来发展创造了无限可能。

这座4A级景区“掀”掉的不仅是围墙，更是陈旧的运营模式。通过对工业遗址的活化利用，东郊记忆没有丢掉品牌，相反，得到了更多。截至目前，东郊记忆聚集全国首店13家、西南首店15家、成都首店40余家。

谈及将自己的音乐工作室Peak Studio落地东郊记忆的原因时，余鸿川说，自己曾分时段对场地进行过考察。“中午12点，阳光可以照到窗台；下午4点，阳光便照到屋子的中间。我喜欢这样轻松惬意的工作氛围，我不需要阳光直射，但我知道这里有光就很好。”

追光，但不愿被阳光直射；成长，不用过于激烈，有自己的节奏就好。这是年轻人的心态，这种于无声处拔节的心态也慢慢地融进了成都这座古老而年轻的城市，传统元素与年轻潮流在这里相互借鉴，成为推动文创产业发展的力量。2023年，成都文创产业增加值达2574.94亿元，占GDP比重11.65%。

东郊记忆更像是一个微缩版的成都。或许再过10年，留在青年一代记忆中的东郊已经抹去了老旧城区标签，关于东郊的记忆是不熄灯的店铺，追不上的潮流，还有无限的创意。

载誉笔写

初秋时节，微风吹拂着麦浪，把大地染成了金黄。80岁的加曲多杰走在田埂上，随手从田里揪下一穗青稞，用手细细搓了起来，选了几粒轻掐后放进嘴里慢慢咀嚼：“今年又是丰收年。”

加曲多杰老人是西藏自治区拉萨市堆龙德庆区马镇马村村民，地道的“老把式”。“老人不仅庄稼活样样精通，还是村里的文艺骨干，每年丰收前的望果节都得靠老人操持呢。”马村村委主任普布顿珠说。

望果节是西藏各地群众在青稞麦田成熟之际迎丰收的传统节日，已有1500多年的历史，2014年还入选了国家级非物质文化遗产名录。

藏语“望”意为“田地”，“果”为“转圆圈”，望果节通常在藏历七八月举行，包括转田、赛马、唱藏戏、跳锅庄等丰富多彩的活动。其中，“转田”是望果节上最有表现力和传统色彩的活动，当天每家都要派出代表，人们身着节日盛装，组成庞大队伍，敲锣打鼓，唱着祈愿丰收的歌曲，围着农田转圈游行。

春播秋收，为何都要举行隆重热烈的仪式？马镇宣传委员索朗益西解释，西藏地处高海拔地区，自然环境恶劣，农业生产面临着诸多挑战。农民们通过举办农事节日，如春播节、望果节，来祈求风调雨顺、五谷丰登，表达对自然的敬畏和感谢，也借机交流劳动经验。

“现在农业生产不再靠天吃饭，可以说是旱涝保收。但是我们还是希望通过举办节日活动表达喜悦，歌颂幸福美好的生活。”加曲多杰说。良种良技推广、高标准农田建设、机械化耕种收服务让他一个人就能管好家里的30亩地。

“马村共有2300亩土地，目前已经建设完成1000亩的高标准农田，剩余部分也将在今年继续推进。随着近几年农田水利基础设施持续改善提升，灌溉修到了田间地头。目前，村集体有各种型号农业机械13台，镇政府今年发放的联合收割机在即将到来的收割季也将大显身手。”普布顿珠说。

贺建明

生活中的经济学

“流动性”里找机遇

邹童

假如你提前抢到了一张“开卖售罄”的热门演出门票，并且这张票支持转赠。大量没买到票的粉丝，会在二手平台蹲守门票转让信息，那你将能轻松转出，甚至有人愿意加价购买。

但如果演出即将开始，你因急事无法观演，此时想把手中的票转出去可能没那么容易了。毕竟，一直没买到票的人或许已经取消了观演计划，而且受赠赠规则限制，你得做好折价出售甚至卖不出去的打算。

同一张演出票从香饽饽到烫手山芋，其实是因为流动性减弱了。提到流动性，我们首先想到的可能是大江大河的流动性强，山间小溪的流

动性弱，一潭死水则没有流动性。在经济社会，资产的流动性是指其以合理价格变现的能力。一样东西很容易卖出去，说明它的流动性强；反之，如果这样东西变现时间很长，或是无人接盘，最终只能以低于市场价出售，则它的流动性弱。影响流动性的因素有很多，如资产类型、市场环境、价格波动等。

以手机回收为例。如果将手机出售信息发布在社区二手交易群，或许问者寥寥。好不容易有人来问，价格没谈几句，对方就“已读不回”了。但在专业的二手电子产品交易平台，你只需线上提交品牌、型号、成色、颜色等信息，即可得到商品的预估回收价格。等待专人上门取货

验收，或将手机送至线下门店进行现场检验后，便能获得回收款，实现变现。成色较新、质量较好、较为畅销的机型，平台会很快再次出售给有需要的用户。这类平台的存在，增强了二手物品的流动性，促进了商品的流通与交易。

超市生鲜食品快到保质期时，常会打折或者作为赠品出售，在这个案例中，商家通过降价改善了流动性。那么流动性与价格一定正相关吗？答案是否定的。流动性强的前提条件是资产变现的价格合理。前几年，限定款球鞋发售时因其款式设计独特，数量有限，自带稀缺性，“炒鞋客”抓住消费者心理借机哄抬价格。当高昂的价格让买家们望而却步时，

限量球鞋反而“不香”了。

在市场中，人们宁愿持有流动性强但不能生利的货币，也不愿持有其他虽能生利但较难变现的资产。这种心理源于应对日常交易需要、预防意外支出以及等待有利投资机会而持有货币的动机。

如果你的闲置物品在二手平台上一一直无人问津，可能是价格太贵的缘故，也可能是其流动性还不够强。试着降降价，也可以试着换个平台，也可以通过增加功能与价值的细节描述提升曝光度吸引潜在买家。在瞬息万变的市场中，了解并把握流动性的脉搏，或许就能让你的物品“流动”起来。因为流动本身，就意味着机会和更多的可能性。