

老街新活力

常德河街品人间烟火

本报记者 谢瑶

作为近年来湖南最热门的特色文旅街区之一，常德河街以老常德时期沅江畔的河街为原型，依托历史故事、文化雕塑与特色建筑，汇聚餐饮、文化、民俗休闲、住宿等多元业态，集旅游、商业、文化、历史于一体。热闹场景的背后，是文旅深度融合赋能、消费场景持续迭代升级、政府搭台、企业协同发力的共同努力。

夜幕降临，常德河街仁智桥大码头附近灯火璀璨，人声鼎沸。竹篙轻点，划破穿紫河平静的水面，随着一声粗犷嘹亮的“开船咯”，游船游人一同走进《常德往事》的沉浸式画卷。

“跟着沈从文的视角，我看到了常德在清末、民国与新中国成立后三个关键时期的历史瞬间。一场90分钟的演出，让我们真正被这座城市的文化和风骨所震撼。”来自武汉的游客王雁看完《常德往事》后由衷感叹。演出结束，她和朋友因戏寻味，特意去品尝了常德米粉、喝了擂茶。她说，因为一场戏，她爱上了一座城。

如果说《常德往事》回溯了常德的厚重过往，那么常德河街升腾的人间烟火，则承载着市民与游客当下可触可感的非遗体验。在常德河街，有80余家非遗工坊、老字号或传统技艺展示点。观众看完演出，可以继续到街巷里体验非遗、品尝美食。

“每到节假日，店里基本是外地游客来嗦粉，生意火得很！”常德市壹德壹食品有限公司负责人、湖南省省级非遗代表性项目常德米粉制作技艺传承人李发明告诉记者，前不久的春节假期，壹德壹河街店客流远超预期，单日米粉销量多次突破3000碗，总销售额超20万元，较去年春节增长15%。

一条特色街区，如何成为城市消费与生活方式的新热点？在常德河街，答案藏在不断更新的消费场景里。街区依托原有街巷

肌理与建筑风貌，持续引入多元业态，优化空间利用，让老街不断焕发新活力。

在老街修缮一新的明清风格建筑里，既有常德米粉店、擂茶馆、非遗工作室、文创小店等传统业态，也有融合餐厅、酱板鸭博物馆、XR体验馆等新型消费场景。

走进乡村振兴常德特产鲜食店，店内人头攒动，店长杨洋正忙着为大家推介近期的爆款卤鸭。“这几天实在太忙了，我天天手撕卤鸭，手都撕酸了，我们还特意把营业时间延长了半小时到一小时。”杨洋介绍，店里汇集了近千种展品，均为来自脱贫地区和对口帮扶村镇的农副产品，很受消费者欢迎。不远处，花奶奶包浆豆腐摊位前更是热闹，店员们炸豆腐、炸串、舀蘸酱、打包，忙得不亦乐乎。店员告诉记者：“每天都炸几百碗包浆豆腐。我们有两班师傅现做豆腐，忙得很！”

街巷西头，新开业的“第二世界·未来空间站”XR沉浸式潮玩体验馆格外吸睛。十多名头戴AR眼镜、身穿感应马甲的年轻人在虚拟战斗中激烈“搏杀”。店长宋乐介绍，体验馆占地3500多平方米，打造集VR/MR科技体验、研学等于一体的数智文创电竞空间。“最多一天接待四五百人，日均营业额在4000元左右。”宋乐说。

1月28日晚，“德品直销 春节惠民”2026常德经开区品牌产品惠民展销活动在河街春秋广场火热开启。活动由常德经开区、常德市总工会联合举办，推出“工厂直销价八五折以下”“工会代金券+企业让利”组合优惠，汇聚30余家本土优质企业和怀化沅陵县11家企业的特色农产品，超2万人次参与领券消费，直接带动消费额约260万元。2026年，常德市将以扩大内需为着力点，深入推进提振消费专项行动，持续优化消费供给，丰富消费场景，改善消费体验，释放全市消费活力。



常德河街人流如织。代一维摄(中经视觉)



游客在湖北省襄阳市管家巷选购文创产品。杨东摄(中经视觉)

襄阳古巷探文脉复苏

本报记者 董庆森 柳洁

午后，暖阳倾洒在湖北襄阳古街管家巷。这条自岁月深处踏歌而来、历经涅槃重生的千年街巷每天都迎来八方游客。操着南北口音的游客穿梭其间，或品尝地道襄阳美食，或选购非遗文创，或换一身汉服妆造在青砖黛瓦间旅拍，沉浸式感受襄阳的古老与时尚。

蜿蜒向前的青石板路，镌刻着古巷的悠悠过往。传统明清风貌的仿古建筑错落有致，青砖黛瓦、飞檐翘角，尽显古韵风雅。酒旗猎猎，吆喝阵阵，襄阳八大碗、襄阳牛肉面、襄阳黄酒的香气裹挟着烟火气蔓延开来。来自安徽的游客黄玉玲一路边走边吃：“街区精心布置了不少打卡点，这都是我们年轻人的‘心头好’。毛茸茸的粉色卡通马呆萌可爱，我们几个人还凑到跟前拍了合影，为马年讨个好彩头。”

爱热闹的游客则手持通关文牒，穿梭于街巷商铺之间，滚珠迷宫、三生弈、千钧秤……完成相关任务，就能在通关文牒上盖上印章。“关卡遍布街巷各处，边玩边逛，正好把管家巷角角落落都逛个遍，也真切感受到了古巷的魅力。”宁波游客周琳说，“这里不仅美食荟萃，更是古韵十足的打卡胜地。”话音刚落，远远瞅见气宇轩昂的“张飞”与游客智取华容道，她连忙移步过去，跟这名“三国猛将”合影留念。

管家巷的古韵，深深刻在光阴年轮里。明清时期，这里便是襄阳城的腹地，襄阳县衙、湖北提督府、守备司署等十余处官衙比邻而居，商贾云集、车水马龙，文人墨客把酒言欢，承载着襄阳最鲜活、最醇厚的市井烟火记忆。清代《襄阳府志》“府城内街道图”中已经可以见到管家巷的身影。岁月流转，比邻的北街声名鹊起，跻身国家级旅游休闲街区。而这条曾书写繁华的古巷，一度隐入历史尘烟，静待重生。

襄阳市政府以古城保护与利用规划为统

领，进一步加强襄阳历史文物保护，恢复古城历史风貌。2023年底，蝶变重生的管家巷正式开街。如今的管家巷设有闹街、慢巷、闲院三大功能区，以仿古建筑为主，屋面以小青瓦或筒瓦铺装。街区内现有经营商户100家，其中包含23个非遗代表性项目和襄阳老字号，成为本地市民、外地游客竞相追捧的网红打卡地。

送走一拨客人，襄糖铺老板肖宇浓随手翻看前一天的收件单，眉宇间满是欣喜。他告诉记者：“往昆明、信阳、武汉发了不少襄糖，这些客户都是来管家巷旅游，品尝了我们的襄糖，回头复购的。”

“90后”肖宇浓从父辈那里传承了做糖果的技艺，他已经是第五代传承人了。在落户管家巷之前，肖宇浓和家人主要经营烘焙，糖果只是店里的附带产品。因为看中了古巷的文旅人气，肖宇浓毅然将糖果从烘焙业务中剥离出来。

“开始也是抱着试一试的想法，觉得这么好的糖，如果不能打出品牌，让南来北往的游客品尝到，太可惜了。没想到随着管家巷声名鹊起，我们的襄糖也跟着火起来。我们这间小小的糖果铺，全年销售额在300万元左右。今年我们有信心做得更好。”肖宇浓说。

夜幕降临，红灯笼次第亮起，古巷在暖光中更显温润。从正午到入夜，从舌尖到指尖，管家巷的消费图景折射出古城襄阳的复苏脉动：当传统文化以可触摸、可品尝、可带走的方式融入现代生活，当老街巷不再只是风景而成为消费新场景，历史便不再是尘封的卷轴，而成为可循环、可增值的活态资产。这正是管家巷重生的原因——在保护与发展的平衡木上，用文化内核激活消费引擎，用市场逻辑延续城市文脉。青石板路依旧，但每一步都踏出了新节奏。

集市复兴，赶集“真香”！北京昌平沙河大集，草莓、肉蛋堡、卤煮、羊汤别具风味；山东临沂曹洼大集，柳编非遗、柳琴戏、水煎包等特色鲜明。刚刚过去的农历马年春节，各地大集成热门打卡地。从精美文创到南北美食，从非遗手作到老字号潮品，从传统戏曲到现代艺术，各地大集争相焕发新光彩，吸引年轻人和游客体验赶集乐趣，激活消费新活力。

曾经被视为“乡土符号”的赶集，为何受到当代年轻人追捧？传统大集焕新又反映了怎样的消费趋势？

近年来，借助社交媒体的传播，不少乡村大集变身知名景点，传统集市文化持续“出圈”。除了逛商场、刷电商，周末赶大集、打卡土特产、砍价买果蔬、品尝街头小吃是沾沾烟火气的好去处。

这场烟火气里的双向奔赴，既体现乡土情怀，也是消费市场下沉与升级的缩影。农特产品直供，品种齐全，“一站式”采购，货真价实、性价比高，是传统大集的优势。现在的大集则更注重打造多元消费场景，覆盖采购、体验、游玩等多种需求。

其实，赶大集不是简单的消费场景回归，而是情绪需求与经济活力的共振，藏着当下社会真实的生活底色。与电商算法的精准推送、商场品牌的冰冷定价不同，大集里没有“精装修”，瓜果蔬菜带着泥土的芬芳，在讨价还价中，一切回归交易的本质。这种去滤镜、去套路、去焦虑的消费体验，让购物重新变得简单而快乐。

更深层的吸引力，在于赶集过程中的情绪价值。大集的烟火气，是最治愈的解压剂。吆喝声、讨价还价声、食物香气交织，人与人面对面交流，眼神交汇，言语寒暄，打破了数字时代的孤独壁垒。在这里，没有PPT，没有KPI，没有内卷，只有最朴素的生活气息。在烟火升腾中，每停留一步，都能感受到松弛、踏实、温暖。

赶大集的火爆，还释放出可观的经济价值，成为城乡经济联动的新纽带。对乡村而言，大集搭建起大市场，打通了农产品从田间到餐桌的直供通道，减少中间环节，让农户实实在在增收。土特产、手工艺品、特色小吃借助集市流量打开销路，激活了农村小微经济，为乡村发展注入活力。对城市而言，大集丰富了消费场景，带动了周边交通、餐饮、文旅协同发展，形成“赶集经济”新业态。这种低成本、接地气的商业模式，是城乡融合发展的生动实践，让消费者更惠民惠，成为拉动内需的新支点。

烟火交融中，勾勒出热气腾腾、蒸蒸日上生活图景。如何将“网红流量”转化为“长效留量”？首先，守住赶大集的真味与烟火气，完善停车场等基础配套，加强市场监管，筑牢食品安全底线，维护公平交易秩序。其次，提升社交性、互动性的消费体验，多些休息椅、打卡点等休闲小场景，闹中取静，让大集既有看头也有玩头。最后，利用线上数字赋能，线上线下融合发展，善用短视频平台推广，扩大集市的影响力。

本版编辑 孙庆坤 美编 高妍

从单一购物转向多元体验

本报记者 刘成

夜幕降临，青岛市即墨区吾悦广场人头攒动，一场精彩的舞狮采青正在上演，雄狮腾空引来阵阵叫好。场内更是热闹非凡，川剧变脸大师袍袖一挥，脸谱瞬息变换，引得孩子们惊呼连连；吹糖人、捏面人的摊位前排起长龙，民俗艺人的巧手捏出一个个活灵活现的小马驹。

这热气腾腾的一幕，正是即墨新商圈解锁消费新密码的生动注脚。从老城区鹤山路、蓝鳌路的传统深耕，到如今新商业载体的多点绽放，即墨正以“场景创新、业态融合、政策赋能”为组合拳，推动商圈从“单一购物”向“多元体验”深度转型。这座千年商都，正在消费升级的浪潮中焕发新生机，成为青岛北部冉冉升起消费新引擎。

即墨新商圈的新，首先藏在消费场景的重构中。

位于品智公元创新综合体的蚂蚁市集，化身年轻人的“社交引力场”。这里没有传统夜市的千篇一律，取而代之的是“音乐+美食+社交”的沉浸式体验。2万平方米的空间里，一期以Live音乐季为主题，本土小吃与全国风味碰撞；二期加码连锁餐饮与首店品牌，首店比例高达50%；三期依托即墨雄厚的服装产业优势，创新推出服装夜市的

“夜间版本”，100多家本地服装企业与原创设计师品牌齐聚，实现了“逛、吃、娱、购”的全场景闭环。

“逛这儿太有氛围了，有吃有玩有演出，还能带孩子体验即墨非遗文创。”青岛市民王璐璐一手牵着孩子，一手捧着刚买的手工泥老虎，笑意盈盈。曾经的单一夜市，如今已变为充满烟火气与时尚感的城市社交新地标。

如果说蚂蚁市集是新生代商业的“烟火标杆”，那么吾悦广场则是即墨存量商业提质升级的典范之作。

这座承载区域消费升级期待的综合体，前身是一家经营乏力的大型商场。通过精准招商与业态重构，如今已蝶变为汇聚近200家优质品牌的“全龄体验中心”。其中，50%的品牌为首次进驻即墨——首家盒马鲜生填补了品质生鲜的空白，上千平方米的名创优品IP主题旗舰店解锁了沉浸式购物体验，孩子王体验店与潮玩乐园则构建起全龄亲子矩阵。“一站式消费”从口号变为触手可及的现实。

2026年，吾悦广场紧扣“线上引流+线下消费”的融合趋势，在传统“年俗大集”的基础上推出10余场主题活动，打造“沉浸式体验+数字化购物”的消费场景。

“盒马鲜生样式多、品质好，能一站式备齐所有品类。”家住附近的王慧娟对消费体验赞不绝口。据统计，今年春节假期，吾悦广场日均客流量超5万人次，销售额突破2000万元，成为即墨消费市场的核心枢纽。

新商圈业态创新的背后，是政策的精准赋能与产业的坚实支撑。

即墨区制定《大力提振消费实施方案》，统筹推进商品服务升级、线上线下融合等七大领域消费提振；各大商超的系列促消费活动叠加商超满减、有奖发票等举措，全方位激发消费热情。通过精准招引，吾悦广场、京东电器城市旗舰店等头部项目成功落户，优化了消费供给。

从服装夜市的烟火氤氲到商业综合体的时尚多元，从首店经济的新鲜刺激到便民生活的温馨便捷，即墨新商圈的每一次迭代，都在重新定义这座千年商都的商业版图。2025年，即墨社会消费品零售总额达到609亿元。

“未来，我们将持续盘活存量商业载体，引进标杆性项目，推动新商圈与文化、旅游等产业深度融合，让每个商圈都有特色、有温度、有活力。”即墨区商务局党组成员、副局长王婧说。



青岛即墨吾悦广场精彩活动不断。

孙静秋摄(中经视觉)