

旧瓶新酒⑤

□ 本报记者 赵田格格

怀旧风催生消费新场景

在北京西单一间复古写真馆内，女孩小邓正捧着刚显影完成的胶片兴奋不已。这张花费近百元拍下的撕拉片，是她为自己准备的生日礼物。这种已停产的胶片，在4K高清摄影普及的当下，仍有大批年轻人愿意为其买单。

从零食、黑胶唱片、老奶油蛋糕，到复古写真、沉浸式怀旧街区、年代主题餐饮，一股强劲的怀旧消费风潮正在席卷消费市场。曾经被视作“过时”的老物件、老场景，重新回到大众视野，成为年轻人追捧的消费新宠。“时尚是个圈”，怀旧早已不是简单的复刻，而是演变成为一种成熟的消费业态、一种情感表达方式。

场景业态更多元

怀旧消费的核心，是用熟悉的符号、场景与体验，唤醒不同年龄段人群的情感共鸣。如今，怀旧消费早已跳出单一的“老物件买卖”，形成覆盖商品零售、文旅体验、摄影写真、餐饮消费等多领域的完整业态，呈现出百花齐放的发展态势。

童年零食、复古文具、老式玩具、怀旧家电等重新回归市场，经过包装升级与场景重塑，迅速占领年轻消费群体。曾经几角的无花果丝、大大卷、麦丽素进入精品店、文创区；黑胶唱片从收藏圈走向大众视野，成为家居装饰的标配；老奶油蛋糕、老式糕点重回餐桌，凭借熟悉的造型与味道，勾起几代人的童年记忆。这些商品以“回忆”为纽带，为普通消费品赋予情感价值，快速打开市场空间。

沉浸式怀旧场景，成为怀旧消费最具吸引力的业态。北京王府井百货大楼地下的和平菓局，一比一还原了20世纪七八十年代的老北京生活场景。和平菓局市场部易梦丹告诉记者，场景内还原了老式澡堂、录像厅、复古网吧等诸多早已在城市中消失的业态与物件，“为了给消费者打造完全沉浸式的怀旧体验，场景内搭配了许多老北京胡同的原生声效”。

在长沙，文和友以老长沙市井文化为根基，将复古街巷与本土美食深度融合，打造集吃、逛、玩、购于一体的沉浸式怀旧空间，从网红打卡地成长为城市文旅名片，让怀旧体验与餐饮消费形成闭环。湖南文和友集团联合创始人刘海龙介绍：“我们和本地老字号手艺人合作，保证传统小吃的原汁原味，满足老一辈对童年味道的执念，同时针对年轻人做小份化、颜值化、轻食化改良适应当下的消费需求。”

复古写真则成为年轻人表达怀旧情怀的新潮流。上海、南京、北京、广州等地，一批特色复古写真馆迅速走红，以城市文化为底色，打造差异化怀旧体验。上海聚焦民国风情与老上海质感，南京依托民国建筑文脉深挖历史氛围感，北京融入胡同、四合院的京味元素，广州则以骑楼街景打造港风复古体验。南京梧桐照相馆主理人耿卫介绍：“我们的照相馆更像一个小型文化入口，让客人通过镜头对那段历史产生真实共情。”



图① 长沙文和友以复古市井场景为IP，融合餐饮、文化等多元业态。（资料图片）



警惕过度商业化

在怀旧消费快速走红的同时，部分业态陷入“重营销、轻品质”“重流量、轻内容”的误区，情怀被过度商业化利用，导致消费体验下降、市场口碑受损，制约行业健康发展。

走进南锣鼓巷的时光杂货铺，满墙的复古物件和童年零食，很容易勾起消费者的儿时回忆，但不少人发现，这些零食正陷入“只涨价格、不升品质”的怪圈。“曾经5角不到的零食，直接卖七八元。”“95后”顾客安先生说，“虽然情怀可贵，但溢价有点太高。”

与童年零食的溢价不同，黑胶唱片陷入的是“炒作出圈、流通遇冷”的困境。很多年轻人愿意打卡黑胶唱片店，但在二手平台上，高价唱片却鲜有成交。部分怀旧场景业态同质化严重，缺乏核心内容支撑，导致“火得快、凉得快”。记者探访发现，一些复古街区照搬照抄，场景相似、业态雷同，缺乏地域特色与文化深度；部分怀旧店铺只做表面包装，没有真正挖掘年代文化与生活记忆，游客仅一次性拍照打卡，难以形成复购与留存。和平菓局就曾面临场景吸引力盖过产品本身、文创研发成本高、收支难以平衡等难题，暴露出场景化怀旧业态的普遍短板。

北京联合大学中国旅游经济与政策研究中心主任曾博伟说，仅简单还原过去的场景或售卖怀旧符号商品，缺乏深层内涵，容易被迅速复制，导致同质化严重，难以形成长期竞争力。如果二次消费设计不足，更难以让消费者从“体验”转向“付费”。

图② 游客在和平菓局体验老北京传统“拉猫”游戏。（资料图片）

深耕内容与体验

怀旧消费的生命力，不在于短暂的流量爆红，而在于长久的情感共鸣与稳定的消费留存。必须跳出简单的情怀收割，走品质化、内容化、场景化、品牌化的发展道路，实现从网红到长红的转变。

怀旧不是千篇一律的复古符号，而应与地域文化、城市记忆、历史文脉深度融合。深挖文化内核、做精内容细节，才能形成独特竞争力，从一次性打卡地变为常态化生活休闲空间。

“我们计划减少商户数量、提升服务质量，让商户兼具销售和NPC的属性，做出真正的北京烟火气。”在和平菓局负责人刘鑫心里，对北京文化的底气从未改变：“和平菓局想做的，就是给大家一个能走近、能触摸的老北京。未来会继续把内容做精，把体验做足，让更多人真正感受到一个有温度、有生活的老北京。”

刘海龙认为，不能只做一次性打卡地，要从拍照目的地变成生活休闲地，靠深度体验和情感留存打动用户，“我们通过丰富业态，把吃、逛、玩、购、休闲结合起来，让消费者能逛上大半天，慢慢感受市

井氛围。还会定期更新场景和活动内容，让老顾客每次来都有新发现”。不做刻意的网红式营销，而是保留真实的烟火气，用真诚的服务、热闹的市井氛围让游客感受到温度，当大家对这里产生情感认同，觉得这里好玩、好逛、有回忆，自然会愿意反复来，也会主动分享。

上海莱恩影像创始人姚强也发现，客人们来拍复古写真，既期待一份不一样的气质，也会被这份穿越时光的仪式感打动。消费者不只是拍照，更是复刻年代记忆，让拍照有故事、有温度、有收藏价值。曾博伟认为，经典内容本身具备跨越时代的价值与魅力，能够持续引发情感共鸣，而怀旧符号也成为父辈与年轻一代之间的沟通纽带，年轻人以自己的方式重新解读与表达，让怀旧成为跨越代际的共同文化语言。怀旧消费可以精准细分不同人群需求，针对不同年龄段、性别群体的差异化怀旧需求，打造精准化场景与产品，在场景中自然植入消费内容，实现体验与消费的融合，推动长效发展。

立足这一趋势，未来应创新场景体验，推动业态融合，不断拓宽怀旧消费的发展空间，让怀旧从表层符号走向深层情感与文化内核，实现更持久、更有价值的长效发展。

全国首个韧性城市建设标准体系发布——

给城市装上“抗风险骨架”

本报记者 韩秉志

为中国脑疾病精准诊疗立标准

中国人的大脑结构有何专属特征？近期，首都医科大学附属北京天坛医院放射科教授刘亚欧团队与北京师范大学教授左西年团队合作，成功构建首个中国人群全生命周期的脑结构正常参考值（脑图表），确定了中国人脑228项核心结构指标的正常参考范围。该研究为阿尔茨海默病、帕金森病、脑小血管病等神经系统疾病的诊断和精准治疗提供中国人群的正常参考标准。

“传统磁共振检查长期以来面临两大核心瓶颈问题。”刘亚欧说，一是目前国际上主要使用的脑结构正常值主要基于西方人群，而中国人遗传背景和生活环境的独特性导致脑结构与西方人群存在显著差异，可能导致诊断和治疗偏差；二是脑结构随年龄动态变化，传统方法难以区分生理性衰老和病理性改变，可能延误早诊早治的关键窗口期。

为了攻克这些难题，研究团队整合全国105个研究中心，收集包括港澳在内覆盖全国的近2.8万例高质量磁共振影像数据开展研究。样本多样性确保脑结构参考标准对全体中国人的适用性，同时更能精准捕捉大脑从发育、成熟到衰老的动态变化规律，有效解决了传统标准无法区

依据研究结果，团队确定了中国人脑228项核心结构指标的正常参考范围，这些参考值均经过严格的统计学验证，可根据年龄、性别、站点等因素进行个体化矫正。研究明确，中国人的脑结构与西方人群存在差异，中国人群的脑发育峰值和脑老化均晚于西方人群。

“我们把患者的大脑影像数据和这些正常值对比，能快速判断患者大脑结构是否存在偏离，进而精准定位疾病类型，诊断准确率较传统方法大幅提升。”刘亚欧举例，阿尔茨海默病表现为广泛的脑结构指标偏离正常值，帕金森病主要表现为深部灰质指标偏离正常值，而多发性硬化主要是白质体积和丘脑体积偏离正常值等。

这一研究成果的临床价值远不止于疾病诊断，还能预测患者的认知能力、运动能力，以及评估药物治疗和手术效果，提前预警残疾进展风险。据此开发的个体化脑健康报告系统，可以实现神经系统疾病的早筛早诊，制定更精准的治疗方案。目前，这套系统已经在北京天坛医院启动临床试点，累计服务患者超千人。

当极端暴雨、电力中断等突发风险来临时，如何让城市“扛得住”、恢复得快，是韧性城市建设必须回答的课题。近日，由北京市应急管理局和北京市市场监管局共同牵头、组织制定的《首都韧性城市建设标准体系》正式发布。该体系作为全国首个韧性城市领域系统性体系，填补了我国超大城市韧性建设标准化领域空白，为城市安全运行构建起一套“抗风险骨架”。

“韧性城市是指具备在重大风险灾害中承受、适应和快速恢复能力的城市，是城市安全发展的新范式。”北京市应急管理局党委委员、副局长李宇说。

北京韧性城市建设已持续多年。2017年，北京市首次将韧性城市建设纳入新一轮城市总体规划；2021年，《关于加快推进韧性城市建设的指导意见》印发；2024年，《北京市韧性城市空间专项规划（2022年—2035年）》正式发布，开创性地将全市划分为39个韧性城市组团，构建五级韧性城市空间体系；2025年，空间专项规划的实施方案印发，标志着首都韧性城市建设规划实施体系“四梁八柱”基本搭建完成。

在此基础上，此次发布的《首都韧性城市建设标准体系》，将城市韧性建设从规划蓝图进一步推进落地。李宇介绍，该体系贯穿城市规划、建设、运行、管理、应急处置等各个环节，创新性构建涵盖基础通用、空间韧性、工程韧性、运行管理、社会韧性五大维度框

架，下设18个二级子体系、59个三级子体系，累计收纳各类标准1205项。

韧性城市建设，是城市高质量发展的基石，也是首都超大城市治理的重要内容。2024年的空间专项规划经北京市人民政府批复实施，这是北京市韧性城市建设在空间领域的指导性文件，也是全国首个省级韧性城市空间专项规划。

北京市规划和自然资源委员会副主任杨凌表示，韧性城市组团的划定，是空间专项规划在空间组织模式上的一次重要探索。这些组团灾时能发挥综合防范应对、居民基本生活条件保障、区域联合互助支撑作用。

“北京市将探索传统集中式城市运行系统转变为分布式组团运行网络，各韧性城市组团内将具备供水、供电、物资等方面相对独立的供应条件



近日，广东一名男孩将灭火毯当作玩具玩耍，导致脸部、颈部、腿部扎入大量玻璃纤维，难以清理；河南一男子徒手使用灭火毯，双手被刺伤就医。本应在火场中护佑生命的灭火毯，接连沦为“伤人毯”，令人揪心。

值得警惕的是，类似“救命工具不会用、用错反伤身”的现象并非个例：家用灭火器过期无人知晓、燃气报警器安装后形同虚设、应急逃生绳不知如何固定、防烟面罩佩戴方式错误……不少家庭配备了消防应急器材，却因不懂操作、不明风险，让安全装备沦为摆设甚至形成安全隐患，暴露出公共安全科普与产品管理的普遍短板。

从产品本身来看，不少灭火毯包装上仅简单标注使用步骤，材质特性、潜在危害、接触禁忌等警示信息缺失或模糊不清，难以引起消费者重视。从公众层面来讲，大众安全认知存在明显盲区，绝大多数家庭只知道灭火毯是消防器材，却对其玻璃纤维材质、使用规范、潜在风险一无所知，安全防范意识严重不足。更深层次的问题则在于，行业标准存在漏洞、监管存在空白。现行标准过于侧重灭火阻燃性能，对人体接触安全、防护要求、儿童误触风险等缺乏明确界定，部分劣质产品纤维外露、易脱落，却能顺利流入市场，埋下安全隐患。

如何不让“救命毯”变“伤人毯”，让各类应急器材真正发挥护民之用？产品信息缺失、标准不细、监管不严、公众常识不足等问题，都必须尽快补齐、全面堵上。

生产标准和监管要先行。监管部门应尽快修订完善相关标准，将人体接触安全性、警示语醒目程度、包装防儿童开启等纳入强制条款，开展专项抽检与市场整治。对警示不全、质量不达标、纤维脱落的产品，坚决依法下架、召回、处罚。消防认证机构也应将安全警示完整性纳入硬性考核，标准硬起来、监管严起来，企业才能真正把安全放在首位。

安全常识要走进万家。当前消防安全教育普遍止步于“器材用途介绍”，对使用风险、禁忌操作、注意事项普及不足。学校、社区、物业应将消防器材全流程安全知识纳入常态化宣传，通过短视频、宣传单、实操演练等形式，让“灭火毯须戴手套操作”“不是儿童玩具”“玻璃纤维扎手用胶布粘除”等知识深入人心。电商平台与销售商家也须同步提示风险，不能只讲功效、不谈隐患。

应急方法要人人皆知。玻璃纤维刺入皮肤后，水洗揉搓只会越陷越深，正确方式是用高粘胶带反复粘贴取出，并及时就医。“内含玻璃纤维，禁止儿童接触”“操作需佩戴手套”“误触勿水洗”等关键提示，应在包装、页面、宣传中醒目呈现，甚至应印制简易急救图示，让群众一看就懂、一学就会。

