



■ 本报记者 丰 静

合肥第四中学学宫、叉车厂厂房、科学岛1号别墅……前不久,合肥市第一批历史建筑保护图则公布,多座老建筑有了“量身定制”的保护方案。

与此同时,记者发现,近年来,诸如合柴1972文创园、长江180艺术街区、庐州意库、龙湖·车桥新界等多个在老街区、老厂房基础上改造而来的文旅街区、文创园区,将城市记忆与都市文化生活创新结合,正成为本地人愿意游玩、外地人慕名“打卡”的“城市名片”。

与城共生

“老建筑”披上“潮流装”

这个夏天,合肥瑶海区83岁的市民韩福根既期待又兴奋,自己工作了四十多年的老厂又打开了大门。昔日的斑驳旧址,被妥善修复提升,在璀璨灯光的映衬下,成为瑶海区集文化、潮流、时尚、艺术于一体的“新地标”——龙湖·车桥新界。

龙湖·车桥新界的前身是合肥车桥厂旧址。1951年,我省第一辆客车——“爱国号”从这里驶出。车桥厂的老厂房是五六十年代苏联专家设计建造的红砖建筑。“2020年8月,龙湖集团取得这片地块时,这里仅剩下4栋破旧的红砖厂房。为留住城市记忆,我们邀请了中国十大室内设计师之一的谢柯亲自操刀,耗时2个多月,采用全新设计的红砖幕墙干挂体系进行二次设计,增加现代化的立面元素,使得建筑重获新生。”龙湖·车桥新界项目负责人汤镇宁告诉记者。

在改造后的老厂房前,记者看到一座9个拱顶的连体建筑,其中最北边保存比较完整的是一个外表看上去跨度约十米的大拱顶。厂房的屋梁采用中国古代桥梁建设中惯用的双曲拱桥结构,并结合中国传统的榫卯结构(两头凹凸槽的空心砖)构成穹顶屋面,没使用一根钢筋。

斑驳的红砖瓦墙与弧形穹顶相得益彰,工业风与历史感高度融合,震撼人心。而面对其他破旧严重的厂房,项目方综合采用了金属线脚、幕墙、装饰构架等手法进行修复,修旧如旧,从而延续厂区历史记忆。

与车桥厂的更新升级相似,位于稻香村街道的南七文创中心,预计今年下半年将全面投入使用。原合肥叉车厂机电修理车间、热处理车间、电镀车间等3座老厂房作为合肥市第一批历史建筑在这里得到保留。

“如果不改造,这些破旧建筑就是城市的疤痕,改造好了,就是城市的吸引力。”家住南七附近的李女士感叹道。

历史建筑、工业遗存展现了合肥近现代化进程,彰显了合肥地域特色。记者从合肥市经信局获悉,2018年,合肥市开展了市区历史建筑、工业建筑及工业遗存全面普查工作,对市区30年及以上的1688处建筑物与构筑物进行全面普查,形成545处历史建筑与工业遗存线索。合肥钢铁厂、庐江矾矿相继入选国家工业遗产保护名录。

随着保护意识的提高、保护力度的加大,诸如原合肥车桥厂、叉车厂、柴油机厂、原省外贸仓库等历史建筑、工业遗存得以保留,在城市建设中,起到了凝固城市记忆,避免“千城一面”的重要作用。

城市更新
催生文化新空间

业态置换 “旧记忆”滋长“新天地”

老建筑重获新生,再次成为城市“新地标”。但如何充分发掘利用?记者在走访中发现,不同的项目“各显其能”。

作为合肥工业遗存改造最为成功的项目之一,合柴1972文创园在“文化+”的思路下,如今已成为“园区、景区、街区、社区”四位一体的文创空间,是合肥很多年轻人必到的“打卡地”。

园区运营负责人乔治告诉记者,在园区内108家商户中,文化创意类企业就有78家。开园以来,合柴1972文创园先后举办展览、艺术活动800余场次,其中,在安徽首次展出或举办的数量占比达1/3,园区日均接待游客达1万人次。

“接触车桥厂项目之初,我们就发现项目周边两公里范围内没有大的商业街区。”项目推广负责人朱文清告诉记者,目前,该项目60%至70%的商家为餐饮企业,其余包括了零售、休闲娱乐、教育等行业,这样的业态首先满足了周边居民生活需求。

创意加持 “硬骨头”变身“香饽饽”

“相比于新建项目,工业遗存的改造要难多了。”项目投资方——包河区合肥滨湖投资控股集团总经理李锐锋告诉记者,滨湖集团接手合柴1972文创园项目时,没有拿到一张建筑图纸,老建筑的内部结构全部依靠后期勘测。

“市委市政府对合柴项目进行了‘一事一议’,多部门会商协作,有力保障项目的进行。”李锐锋说。

前期改造资金投入大,回报周期长,不易引入社会资本,也是诸多工业遗存保护面临的现实难题。合柴1972文创园由包河区国有企业按市场化“招拍挂”拿地,然后专门组建运营团队边改造边运营。“像长江180艺术街区,就是由国资平台提前介入将园区基础管网、厂房修缮完成后,再引入社会资本进行运营的。”瑶海区发改委相关工作人员告诉记者,老合钢工业遗存建构筑物高炉区防腐除锈项目,正是由政府投入4000万元进行

基于老厂房独特的复古怀旧风格,项目特意引入了定位为主打年轻人潮流生活的文化IP。老厂房有的成为沉浸式城市剧场,有的变身德式风情酒吧,有的是太空主题健身场馆……开业3天,该项目人流量即超过了21万人次。

同样在瑶海区,作为合肥市东部新中心十里工业文明长廊起点端,互联互通地徽项目目前也进入招商阶段。这里将原合钢五厂6幢老厂房进行改造,意在为合肥老工业基地转型发展提供空间载体和配套服务,打造“新一代信息技术、智能硬件、数字创意”等产业聚集型园区。

记者了解到,还有一些历史建筑、工业遗存改造后被用作博物馆、城市历史展馆等用途。“历史建筑改造后的经营业态,取决于多种因素。”瑶海区发改委副主任徐培认为,既要考虑大的城市规划,也要结合居民需求、周边环境要素等,只有对这些因素做出综合判断后,才能对项目运营业态有所取舍。

修复。

对于一些适合商业开发的项目,合肥市将历史建筑同步纳入上市地块,在城市规划中进行“肥瘦搭配”,吸引房地產开发商将历史建筑作为商业项目的一部分进行改造利用。

由于目前合肥市尚未出台历史建筑、工业遗存等方面的具体管理制度,同时,纳入市级历史建筑范畴进行保护的项目数量有限,对于每个项目中的老厂房是否保留、怎么改、改多少、留多少,大多由项目单位自行决定。记者发现,部分项目存在着保护与开发失衡以及项目同质化等问题。

一位业内人士告诉记者,历史建筑的更新改造有时会被认为是“难啃的硬骨头”,这既与老建筑是否连片成规模有一定关系,也与项目运营团队对合肥历史文化的理解程度密不可分,需要运营团队用创意加持,在传承中创新。

“克服短期利益诱惑,努力挖掘每栋建筑中蕴藏的文化价值,是合柴1972文创园运营成功的秘诀之一。”李锐锋表示,2019年,拿到土地之初,项目团队仅用45天就打造出一个合肥文艺先锋街区。

项目没有大拆大改,基本还原当年合肥监狱的原貌,大大激发了人们的好奇心。同时,园区内的合肥家电故事馆,用迷你蒸汽小火车、复古情景街、城市产业故事激起了人们的怀旧情绪,激起游玩的兴趣。而合肥当代美术馆、时光展厅、圆堡等开展吸引“Z世代”的文创活动,使得这里既有“老合肥”,也有“新故事”。

“我们原本计划五年内不盈利,如今不到4年时间,项目已经做到收支平衡,比预想的要好很多。”李锐锋告诉记者。

▶ 庐州意库一景。(资料图片)



◀ 长江180街区一景。(资料图片)

合肥家电故事馆

合柴1972家电故事馆。(资料图片)

文创赋能“新业态”

■ 许蓓蓓

近年来,文化创意产业在我国蓬勃发展,不但促进了精神文明建设,而且盘活了现有资源、要素,创造出新产品、新项目、新服务、新市场。借助文化创意的“神来之笔”,小到一件物品,大到一栋建筑,乃至一方区域,在不经意间完成了“蝶变”。

文化创意,贵在特色。文化创意产业在“兼收并蓄”的同时,还须“和而不同”,彰显地域特色,打造竞争优势。这就要求以服务群众美好生活为目标,在差异化发展中找准定位,努力打造一批既有思想厚度又有消费热度的文创精品。

作为粘合性、扩张性、带动力极强的产业“新军”,文化创意产业已逐渐成为各大城市瞄准发力的“朝阳产业”。我们期待,经过相关部门及社会各界的共同努力,助力文创产业加速奔跑,从而推动各地培育“新业态”,提升“新动能”。

千年窑火出新韵

■ 本报记者 柏 松

白墙黛瓦、青砖铺路……9月13日,记者走进淮南市“徽文创”寿州窑工作室,仿佛置身于徽州乡野。

“这是一套嫦娥奔月主题的寿州窑文创茶具,创意取材于西汉刘安《淮南子·览冥训》中‘羿妻嫦娥窃之奔月,托身于月……’。”“徽文创”寿州窑工作室负责人张巍说。在她的手中,一套釉色雅致、刻画精美的寿州窑茶具颇为精巧,线条细腻流畅。

寿州窑文化历史悠久,底蕴深厚,如何将技艺传承与文化创意融合,是淮南市正在探索的路径之一。近年来,张巍以淮南寿州窑文化为蓝本,创作了《淮南子·说》系列名言瓷器、“二十四节气”系列茶具、“淮南子·成语典故”手绘杯等文创产品。

在“徽文创”寿州窑工作室

内,创意取自“淮河之水波光粼粼”的《淮水流韵》系列茶具,在国际武林斗茶大会品茶斗器赛项中获得“上品茶具”奖。《焦岗荷韵》茶具套组,借淮南焦岗湖荷花芬芳高洁的形象和不染纤尘的品质,在安徽省“徽州杯”陶瓷艺术精品展中获得金奖。

2019年,张巍被省委组织部、省人社厅、省发改委、省科技厅联合认定为“安徽省战略性新兴产业技术领军人才”。近年来,她带着寿州窑文创陶瓷作品,陆续参加了中国旅博会、中国国际旅游投资大会、长三角文博会、深圳文博会等,传播淮南本土文化。

“文创陶瓷产品是将器物蕴含的文化因子,通过设计寻求创新的表达方式。它不仅仅是纪念品、礼物,更代表着文化品位,也让人对中国传统陶瓷文化产生深度认同。”张巍告诉记者。

文化激活“土特产”

■ 本报记者 武长鹏 任 雷

帽插宫花的虎状元、悬壶济世的鹿神医、仗剑天涯的熊大侠、身披盔甲的狼将军、云游四方的鸟道士……9月14日,在亳州知毫文化发展有限公司展厅,一组华佗五禽戏香包备受关注。前不久,五禽戏香包作为文创产品,获评2023中国特色旅游商品大赛铜奖。

“虎为状元,称大魁天下;鹿为神医,称妙手回春;熊为大侠,称侠肝义胆;狼为将军,称天下无敌;鸟为道士,称行云流水。”亳州知毫文化发展有限公司设计主管徐嘉辰告诉记者,手工香包将五禽戏形象与现代人向往的5种古代职业相结合,搭配手绘设计的传统纹饰以及养生香粉,具有很强的文化特色。

“文创产品,要有独特的文化

内涵,更要有新颖的创意和设计,打动人心,才能赢得市场。”徐嘉辰说,该公司以“一见倾心,一礼知毫”为产品研发理念,以文化旅游为引擎,以3700多年亳州文化为富矿,持续挖掘毫文化元素,研发了300余种文创产品。华佗五禽戏香包上市以来就受到消费者追捧,目前销售额超过10万元。

近年来,亳州市持续推进文化旅游强市建设,依托丰富的历史人文资源,加快毫文化资源的创意转化,加大地方特色文创产品的开发力度,持续推动文化产业高质量发展。“毫”系列文创、“曹操在亳州”益智立牌盲袋入选“锦绣华章”2022长三角民间艺术文创大展、“千古一毫”系列文创产品荣获2019中国旅游商品大赛金奖。同时参加各类旅游商品大赛,讲好亳州故事、展示亳州形象、发出亳州声音。

艺术“唤醒”小乡村

■ 本报记者 张敬波 本报通讯员 吴梦竹

近日,皖南花鼓戏非遗传承人汪德润来到宁国市港口镇西村剧院,为该村村民奉上了一场精彩的花鼓戏演出。作为我省首个村级花鼓戏剧团团长,他见证了皖南花鼓戏的“枯木逢春”。

“这几年,村里支持剧团发展,将一些老建筑重新修缮,打造了皖南花鼓戏剧场、展示馆、文化广场。”汪德润告诉记者。

皖南花鼓戏重焕生机的背后,是西村村利用文化创意助力乡村振兴的不懈努力。近年来,该村立足摄影艺术和皖南花鼓戏文化,丰富“旅游+”业态,通过“艺术唤醒乡村、文化振兴乡村”,着力打造艺术乡村和乡村振兴示范点。

“2016年,港口镇启动‘美丽庭院’创建工作,我们抓住这一契机,

引入浙江团队,在村庄外墙创作3D童趣主题彩绘画,在网上‘爆红’。”

西村村党总支书记洪清刚告诉记者,随着游客不断增多,该村积极引入摄影、花鼓戏、艺术家户外装置等文化元素,吸引各类艺术家来村设立工作室和艺术馆,举办各类主题活动,创建了艺术乡村品牌。

2021年,西村村持续推进景区艺术村落项目,将农民闲置房屋统一收储租赁,改造为多个主题场馆,同步完善旅游配套设施。同年底,西村村景区成功入选国家AAA级景区。

老旧村落建筑与新潮文化创意元素碰撞的火花,迅速点燃了西村村的旅游经济。如今的西村村,实现了由贫穷落后小乡村到远近闻名“明星村”的华丽蜕变,被国家文联列入“艺术助推乡村振兴”典型。