

Promoting the Renewal of Traditional Business Districts in the Old City with the Integration of “Culture Business and Travel” — Taking Jiangnan West Business Circle in Haizhu District of Guangzhou, China as an Example

Sheng Cai

Guangzhou Urban Planning and Design Survey Research Institute Co., Ltd., Guangzhou, Guangdong, 511450, China

Abstract

Traditional commercial districts are an important carrier of urban vitality, carrying the dual functions of urban consumption experience and cultural display. As one of the first batch of international consumption center cities in China, Guangzhou has made the transformation and upgrading of traditional commercial districts an important part of promoting the construction of an international consumption center city. However, with the development of emerging commercial districts and the impact of diversified business models, traditional commercial districts in the old urban area of Guangzhou are facing a series of problems such as urban cultural loss, weak growth of traditional consumption, and limited space, which have led to development bottlenecks. This paper is based on the perspective of cultural, business, and tourism integration in traditional business district updates, analyzing three modes of integrated development of “cultural, business, and tourism”: using culture to drive brand building in traditional business districts, consumption upgrading to lead innovation in traditional business district formats, and urban renewal to drive spatial improvement in traditional business districts. Build the traditional commercial district in the old city area into a new model for Guangzhou to achieve “new vitality in the old city”, and revitalize the development of Guangzhou’s “millennium old commercial capital”.

Keywords

traditional business district; integration of culture, business and tourism; international consumption center city

以“文商旅”融合促进老城区传统商圈更新——以中国广州海珠区江南西商圈为例

蔡圣

广州市城市规划勘测设计研究院有限公司，中国·广东广州 511450

摘要

传统商圈是城市活力的重要载体，承载着城市消费体验和文化展示双重功能。广州作为全国首批国际消费中心城市，已将传统商圈改造提升作为推进国际消费中心城市建设的重要一环。但伴随着新兴商圈的发展和多元商业模式的冲击，广州老城区传统商圈面临城市文化流失、传统消费增长乏力、空间受限等系列问题，陷入发展瓶颈。论文基于文商旅融合视角下的传统商圈更新，分析“文商旅”融合发展的三种模式：以文化带动传统商圈品牌塑造、消费升级引领传统商圈业态创新、城市更新带动传统商圈空间提质。将老城区传统商圈打造成为广州实现“老城市新活力”的新典范，焕发广州“千年商都”发展新活力。

关键词

传统商圈；文商旅融合；国际消费中心城市

1 引言

广州作为国家确定为五个率先培育建设国际消费中心城市之一，于 2021 年正式印发《广州市加快培育建设国际消费中心城市实施方案的通知》，提出“推进北京路、上下九、环市东、白云新城、江南西、番禺市桥、科学城等一批传统

商圈提质升级，构建世界一流的多层次多中心商圈体系”，标志着传统商圈改造提升已成为广州推进国际消费中心城市建设的重要一环，是新发展时期下亟待解决的重要命题。

传统商圈是城市活力的重要载体，承载着城市消费体验和文化展示双重功能。通过对传统商圈改造升级，有助于改善消费环境，培育城市消费新增长点，推动广州国际消费中心城市建设。同时也将进一步激发城市文化魅力，加快实现“老城市新活力”。

【作者简介】蔡圣（1993-），女，中国广东广州人，本科，助理工程师，从事城市规划研究。

2 文商旅融合发展对传统商圈更新改造的意义

2.1 文商旅融合发展基本概念

文商旅融合发展指依托区域商业设施或体系,利用人文资源或创新文化元素植入,构建文商旅游憩系统,实现商业、文化、空间、人群之间的连接,促进商业空间焕发新活力。在这种模式下,商圈改造提升不再局限于城市商业,而是更加注重商业、文化、体育、旅游等消费场景的营造。

2.2 文商旅融合发展视角下传统商圈的核心问题

2.2.1 文化资源丰富,但彰显度不高

广州因商而生、因商而兴,千年商脉传承不断孕育出一批传统商圈,成为20世纪城市发展的重要经济支柱,同时也是商业、文化和旅游等多禀赋汇集的宝地。呈现出以下几个主要特征:一是传统商圈多位于老城市核心,历史文化资源丰富。如江南商圈聚集了瑶溪二十四景、岭南画派等资源,是岭南文化重要的文化遗产聚集地。二是传统商圈民俗节庆丰富,文化氛围浓厚。如北京路商圈汇集了迎春花市、广府庙会等省市级民俗节庆。三是传统商圈名牌老字号林立,商业底蕴深厚。如北京路商圈拥有50多家百年老字号,商业底蕴深厚。但文化资源呈散点分布,居民文化认同感不高。

2.2.2 高品质客群、品牌被分流,业态同质化现象严重

伴随着广州城市发展重心东移、新兴商圈的崛起和现代商业模式的冲击,传统商圈陷入发展的瓶颈期,面临较大的转型提升压力。一是传统商圈高品质客群、品牌被分流。天河城-珠江新城等新兴商圈吸纳了全市最优的业态、品牌及商业载体,对Z世代(20~29岁)高消费群体吸引力强,传统商圈高消费客流被逐步分流。以江南商圈为例,目前商圈消费主力为Y世代(30~39岁)中消费群体,占比达38%,而Z世代客群仅占21%。此外,传统商圈普遍缺乏优质商业载体,导致高端品牌流向周边新兴商圈。二是传统商圈业态低端,同质化严重。大多数传统商圈以传统零售等低端业态为主,娱乐休闲等新兴业态占比较小。以江南商圈为例,传统零售占比约35%,餐饮约15%,娱乐休闲业约6%,业态档次偏低。同时大多数传统商圈业态同质化现象严重,在江南商圈两万平方米范围内,聚集超过32家餐厅、10家奶茶店、7家咖啡厅,业态类别高重复率导致资源利用效率不足,高流量无法转化为高商业价值。

2.2.3 公共空间品质不高,文化、商业、社区之间联系较弱

商圈内公共空间品质较差,缺乏停留感。普遍存在公共空间被占用、空间利用率低、空间体验单调等问题,导致居民缺乏体验感、停留感。另外,社区与周边商业项目、文旅资源之间联动发展较弱,资源利用不足。青竹大街和青凤大街已形成较好的商业氛围,但由于围栏阻隔,减弱了社区与商业之间的联系。同时江南商圈周边汇集了丰富的文旅资源,如十香园纪念馆、岭南画派纪念馆等,但整体文化场景

与商业消费联系不强。

2.3 文商旅融合对传统商圈更新改造的适用性分析

2.3.1 有助于提升产业消费能级

随着城市经济水平与消费模式的转变提升,商圈发展也逐步迈过了“1.0街道商铺时代”“2.0摩登百货时代”“3.0综合型Mall时代”,向“4.0文商旅融合发展时代”迈进。面对商业环境变迁和消费者迭代,商圈的发展逐步从单纯的购物功能向购物、休闲、娱乐等多功能融合转变,文商旅融合成为未来商圈发展趋势和经济新增长点。通过文商旅融合发展,推动消费升级、创新产业发展、焕发文化魅力,实现商业文旅化,文旅商业生活化,进而全面激活传统商圈活力,提升产业消费能级。

2.3.2 有助于完善城市功能和服务能级

传统商圈作为城市生活的一种形态,兼具历史文化弘扬与城市公共空间体验的双重功能,但由于前期规划不足,城市商业设施、服务设施严重匮乏,游憩、交往空间较少。在商圈更新提质过程中,应通过完善公共服务设施,提升商圈综合服务能级,提高营商环境,促进经济的循环发展。

3 国内外文商旅融合模式的实例探讨

3.1 文化赋能,塑造商圈消费品牌和地标

通过文化带动传统商圈文商旅品牌塑造,提升商圈知名度。以上海徐汇为例,在新旧融合、文化延续基础上,强化文化带动作用,塑造城市消费新品牌、新地标,打造具有本土文化的城市生活方式。一方面,树立城市消费品牌形象。徐汇区充分利用原有的历史街区,依托本土海派文化,打造“上海西岸”品牌形象,增强商圈影响力与文化吸引力。另一方面,以工业遗存为依托,打造文商旅融合地标。盘活滨江地区工业遗存,保留传统工业历史风貌,植入办公、文化、体育、娱乐等多功能空间场景,形成文商旅新地标。该模式在保护传统城市空间、弘扬本土文化上,具有一定代表性。

3.2 消费升级,带动品牌升级和场景打造

通过业态升级,激发传统商圈活力。以日本涉谷为例,以消费升级、多元场景打造为抓手,带动商圈转型升级。一方面,推动传统业态创新转型,注入商圈新动能。在更新过程中,原宿街区引入大量知名潮流买手店、潮流旗舰店,成为东京街头的时尚圣地,同时汇集众多原创潮流设计师工作室,创立AFFA、BAPE等一众顶级潮牌,打造为街头潮牌时尚圣地。另一方面,通过网红打卡点等标志性设施,打造独特的消费场景。涉谷商圈通过消费升级和多元场景打造,涉谷从一个功能单一的商圈逐渐转为集休闲购物娱乐游玩于一体的一站式活力商圈。该模式通过业态创新、场景营造,为商圈文商旅融合发展提供了新思路。

3.3 城市更新,提升商圈空间品质

以高质量城市更新为带动,提升街区整体活力。以北京王府井小吃街为例,通过对街区整体环境的优化,提升街

区品质,创造人性尺度、适宜步行的步行和交往空间。一方面,注重公共空间活化,催生新型消费商圈。利用街道、广场和微空间,打造具有消费和交往活力的城市客厅。另一方面,打破商业、社区边界,构建多元共生空间。鼓励商业界面与街巷空间相互渗透,通过有趣的游赏动线,串联商业和生活空间,形成多元共生经济圈。该模式重点关注商圈整体环境的更新,通过景观营造、功能融合,为游客提供交往和游憩空间。

4 广州海珠区江南西商圈规划提升路径

江南西商圈位于广州海珠区老城的中心地带,地处广州传统轴线延展区,是一个典型的广州市老城区传统商圈。周边居住密集,商业氛围浓厚,文化和旅游资源集聚,交通便利。项目以文商旅融合发展为抓手,从文化、产业、空间和管理等角度着手,盘活商业、文化和旅游等资源,构建新型消费空间,激发消费活力。

4.1 整体功能策划定位

依托商圈历史脉络,通过强化滨水地区的商业服务、文体休闲功能,将商圈内部保留的历史景观、文创资源等进行串联与有机整合,利用绿化网络对社区内公共空间进行有效串联,打造老城新韵体验区,深度消费目的地和市井烟火新门户。

4.2 营造文商旅多元场景空间

4.2.1 文商旅品牌塑造,提升商圈文化认知

打造商圈特色文化品牌。以传统建筑或文化空间为依托,打造文商旅融合新地标。保留商圈内五处瑶溪二十四景历史遗存,复原历史风貌,联动周边可提升的存量空间,打造高品质公共空间。同时,以广东现代广告创意中心为核心,重点培育文创产业,提供办公载体及孵化空间,形成文创产业集聚区,塑造文商旅融合地标。

通过商圈品牌文化活动,提升文化认同感,拉动商圈消费产业活力。结合十香园、艺术馆等空间举办岭南画派艺术展、美术展等活动。结合美院周边道路和公共空间改造,联合美术学院、策展人,举办社区文化艺术活动,激发在地艺术文化氛围,提高商圈文化知名度,形成持续“生长”与良性的循环。采用科技手段,充分利用公园景观与开敞空间举办文化展览、滨水创意市集,提升滨河公共空间活力。

4.2.2 引领业态品牌创新,营造多元体验场景

优化商圈结构和业态类型,推动创新转型,焕发本土

品牌活力。对现状商业经营情况进行摸排,优先调整空置率高、具有改造意愿及业态不佳的区域及项目,引入时尚及特色零售业态,凸显餐饮特色及品质,丰富新奇体验休闲业态。挖掘国潮与传统品牌融合发展路径,以“国潮+老字号”为抓手,鼓励老字号企业创新经营模式,跨界融合,推动本土老字号品牌创新,打造国潮时尚、夜生活酒吧街等。

以文旅为名片,营造高浓度文化场景,增强商圈游逛体验感。一方面,打造多元场景,推动文商旅功能融合发展。主街主导百货商业体验,社区街巷以咖啡、餐饮等为主,与主街互补,培育发展夜间经济。结合周边创意人才从业特点和需求,连片打造江南西的夜生活文化。通过挖掘江南西岭南文化内涵、丰富夜间经济业态、延长经济活动时间、改善夜间照明等途径,打造夜生活文化品牌,以留住住区就业人群、吸引商圈外消费人群为目标,增强商圈活力与人气,促进商圈发展。

4.2.3 高质量城市更新带动,塑造特色游憩网络

以历史遗迹、文化元素为切入点,通过街巷、河涌等线性空间,串联文化、消费、生活场景,打造多层次、特色化游憩网络。点线切入,以点带面,渐进式更新商圈的景观环境。通过营造多元丰富的公共空间场景,塑造节点空间。根据现场踏勘,识别出有潜力的十二处公共空间,“针灸式”植入微型绿地、口袋公园和其他公共活动空间,并通过引入博物馆、节庆广场、艺术画廊等感知触媒,丰富公共空间体验,打造具有消费和交往活力的公共空间。

5 结语

论文通过对江南西传统商圈项目的实际研究,理论结合实践,对江南西商圈所代表的大城市传统商圈改造提升模式做出创新性的探索。为江南西商圈走文商旅融合发展提供转型思路,为大城市传统商圈的改造提升提供相应的理性分析与理论支撑,助力广州国际消费中心城市和“老城市新活力”建设。

参考文献

- [1] 尼尔·亚伦·西尔,特里·尼科尔斯·克拉克.场景:空间品质如何塑造社会生活[M].祁述裕,吴军等,译.北京:社会科学文献出版社,2019.
- [2] 赖穗怡.广州建设国际消费中心城市的思路与对策[J].城市观察,2021(3):49-59.
- [3] 赵明晓.消费升级下社区商业发展特色及未来趋势分析[J].商业经济,2020(6):136-137+188.