

渌口老街要保护,还要开发

本报记者解读相关概念方案,理清保护开发的“路线图”

株洲日报全媒体记者/张威

在渌口老街流传着这样一句民谣:“一总工,二总谷,三至六总红绿布,七总八总瓷器铺。”

总,古时是码头的意思。当年渌口一共有八总,随8个水运码头而来的是商贸繁荣。如今生活在这里的人们或许换了营生途径,但老街的故事还在继续。

去年,渌口区召开了一场关于渌口老街保护与发展规划大讨论,会上,发布了一份《渌口老街保护与发展规划项目概念方案》(下称《方案》),详细介绍了老街保护与发展的相关理念和思路。

老街故事怎么写?发展方向怎么定?打开《方案》我们慢慢梳理。

1 老街将做三期开发

本次规划范围为渌滨路沿线区域,东北至向阳路,西南至京广铁路。街道总长度约2.3公里,其中老街长度约1.4公里,滨水岸线长度约为2.46公里。规划总面积约11平方公里,规划总投资约2.49亿元。

从今年起,整体项目预计做三期开发,跨度6年。其中,一期开发以伏波公园为中心从二总堂至二桥段,利用地势较高的地理环境、紧邻文明路的优越交通条件,打造老街示范样板。打造滨江风光带等项目,提升营商环境,聚集人气。

在二期开发的基础上,二期开发将进一步完善老街格局,全面招商引资健全老街业态,并设计拍摄老街题材短视频进一步扩大老街影响力。

根据方案,三期开发将进入全面开发阶段,以二期为基础实现土地增值,人气影响力聚集。全面开发关口商业中心区块,打造青春渌口新城之心。

老街风貌提升,也是城市更新提质。方案设计,把老街架空线优化下地,并在适当位置推广综合管廊,合理集约布设市政管线,打造集约高效的智慧街道。此外,针对渌口老街多年内涝情况,还将建立一套智慧防汛预警机制,在汛期实时监控水位变化,并通过城市防汛预警检测中心向周边住户发送防洪预警信息。

2 筛选业态,振兴“老字号”

根据方案,渌口老街将打造成集文化、商业、旅游三大功能的线性街区。

老街“升级”不再生搬硬套。区别于传统街区“千街一面”,建设现代、缺乏历史和生活气息的缺点,本次方案提出,将秉持“重塑城市记忆、传承历史文脉,体现时代风貌”的更新策略,组建专业电影制作策划和艺术指导团队,从历史故事挖掘、场景复原着手,营造艺术理念与生产空间相结合、景观营造与建筑遗存相结合、创意空间与旅游功能相结合、现代时尚与艺术氛围相结合的老街风貌。

这几年,随着商业业态变化,老街的商铺也发生了改变。曾经的供销社关了,街上的百货店、河鱼店多了……筛选老业态,振兴“老字号”便成了这次老街“升级”方案的重点之一。

方案明确,将以游客需求为导向,有针对性地改变该类街区的传统业态繁杂、商业层次较低的现状,重点发展老字号店铺,其中包括传统手工作坊、传统特色小吃等旅游业态。

培育一批“主力店”,发展成渌口老街“伴手礼产业”,并与渌口乡村振兴有机结合,在满足游客观光、游憩、体验需要的同时,促成渌口本土品牌、传统手工艺、土特产品品牌的传承与振兴。

此外,方案还提到,老街将迎合各大重要节点举办活动,提升影响力。老街街区将通过恢复传统的节庆活动,并策划现代节庆活动,为老街赢得名气,从而达到激发街区的商业活力,吸引更多投资兴业,提升渌口区城市品牌形象的目标。

3 五大分区功能俱全

时代的车轮滚滚向前,老街留下的痕迹已成过往。如今,在渌口,这条老街将重新串起生活的全部。

以前,这条5里长的老街就被科学地划分成一段一段的做买卖,现在,方案也将保留这一传统“规划”。全长不足5里的渌口老街,由西向东将依次划分为民俗商业街区、未来社区、文化创意街区、民俗市井街区、文化影视街区五大分区。

方案中,位于关口的民俗商业街区定位为民俗旅游、美食街区、城市阳台、商业中心。该区域主要为关口临江段,将充分利用好两江交汇口优越的自然条件,把现状闲置建筑加以改造利用,统一打造为特色民俗街区,当地居民还可自主创业,发展乡土美食、农家乐等产业。结合上位规划整合的土地资源,将打造成渌口新城文旅商业中心。

坐落在建国街的“朱芳圃”故居,在此次“升级”中将得到修缮复原,并将打造文化馆。而建国路则会变成集文创旅游、名人故居、创意市集的文创艺术街区。

该区域东起渌湘大桥西至铁路桥,全长

780米,规划以文化创意为主题,合理利用现有临街居民、闲置厂房、建筑等创意改造,同时植入创意市集、国际青旅、时光邮局、拓展营地、艺术家工作室等文创旅游业态。原有铁路营房将改造成铁路博物馆。

根据规划,民俗市井街区的中正街东起二总游客服务中心,西至渌湘大桥,全长550米,规划以再现老街民俗市井生活为主题,合理利用现有临街店铺、闲置厂房、建筑等植入相关业态。并恢复重建李公庙,重点修缮复原李公庙码头、伏波公园、伏波庙等节点空间。

此次“升级”,还将解决老街停车难问题。在民俗市井街区,将充分串联育红小学停车场、区政府地下停车场、文明路等现有停车场资源。

渌口老街沿渌江北岸而建,因货物集散而兴,曾有“小南京”美誉。为此,方案提出,文化影视街区的复兴街,将在原半边街老房子的基础上进行改造加工,以古建筑“民国”时期为背景的设计造型,复原“小南京”繁华风貌。届时,“晋丰粮社”、“福昌和斋”、“豫章会馆”等渌口古街的老字号将重入眼帘。



新建滨水空间效果图(受访单位供图)

记者手记

老街升级还要看“然后”

渌口人对老街有着浓厚的本土情结,除了历史与文化价值所在,还有深切的情感寄托。渌口老街的变化,时刻牵动着市民的心。行走在当下的老街,我们发现,老街虽然还在,但是曾经的门庭若市已不再,老街,确实有些“老”了。

随着历史街区的迭代升级,随着老城老街的修缮复原,历史街区的保护与发展给予了它们诸多焕然一新

的色彩。然而在升级改造中,很多地方都在强调满足居民的多样化需求,稍稍用心,就会知道居民需求更加多元、多维,如果还仅从单一的改善硬件环境角度出发,老街升级就无法真正改到居民心坎上。

所以,不论是老街的保护还是发展规划工作,硬件建设与投入仅仅是第一步,也可以说是最简单的一步,老城老街要想真正焕然一新,还要看“然后”。



老街入口效果图(受访单位供图)

天台·时评

投稿邮箱:tssp2017@126.com ▶28823920 责任编辑/叶新福 邹家虎 美术编辑/左骏 校对/马晴春

观察

全球爆款 ChatGPT 能给株洲带来什么?

张书乐

【ChatGPT的成功,其实就是心理学的门槛效应。】

上线2个月,拿下全球1亿用户,人工智能聊天机器人 ChatGPT 成为了史上用户增长速度最快的消费级应用程序。问题来了,如此人工智能,对于株洲,能有何用?其疯狂出圈,能带来何种启示?

ChatGPT 的成功,其实就是心理学的门槛效应,让人们先接受较小的要求,促使使其逐渐接受较大的要求。

此前人工智能各种“科普”,如会下围棋的阿尔法狗大战李世石、5分钟学会简单编程的迷你人脑等,都距离大众十分遥远。

这就是门槛,看似科普,但科技太重、普及太轻,确实传播了,却不过是容易遗忘的“知道了”而已。ChatGPT 很讨巧,用了大众都很熟悉的聊天机器人的形态做科普。门槛效应的价值也就出现,即 ChatGPT 有个小请求,想和你聊天,以后逐步有更多的大功能,例如写文章、查资料、编程等乃至其他,等你慢慢去挖掘、探索。

这也是时下品牌出圈的传播密码,用潜在目标最舒服、最容易接受的方式,用一个可人的外形,发出一个“交往”邀请,见面先从聊天起,再去吃看电影,逐步展示自己不俗的灵魂。

对于株洲而言,“制造名城、幸福株洲”的城市品牌定位也好,全国制造业城市40强也罢,都有些抽象、难记,在品牌传播上有一些高门槛,对株洲以外的潜在目标受众而言,难免有些隔阂感。

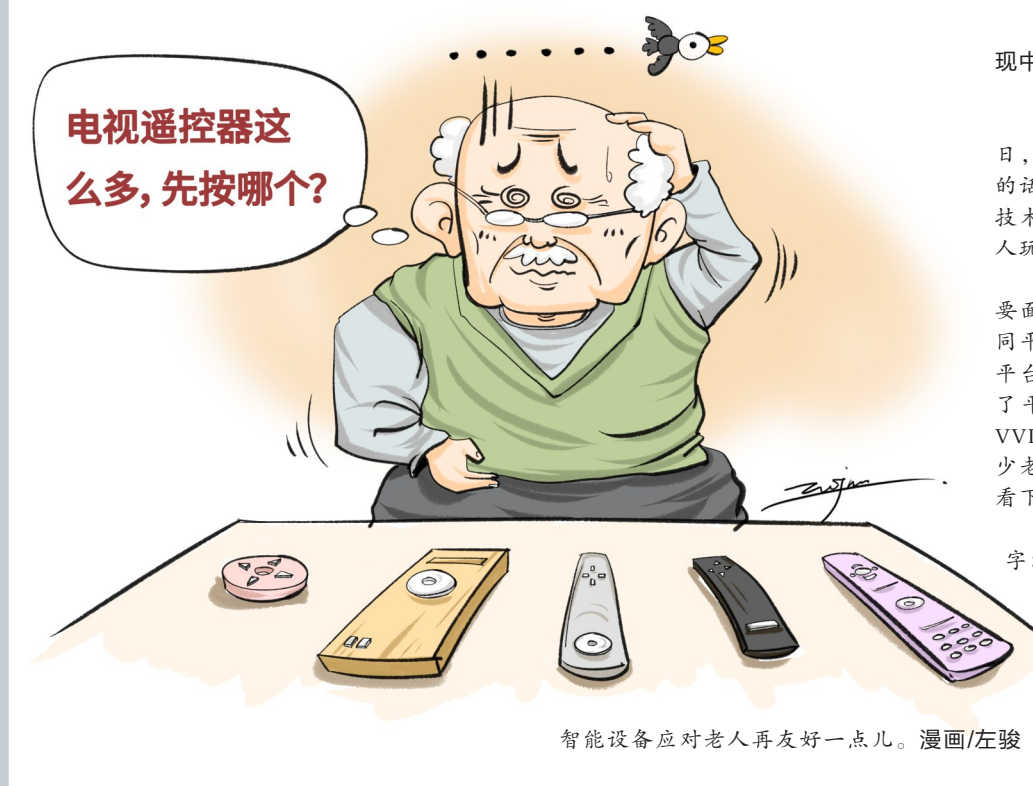
反而是那一向“住株洲的房子,拿一线城市的工资,干全球的事业”,一下子拉近了和国内各行各业人才的关联,触碰到了许多创业者、投资者的内心痒点。于是返株大学生招聘会上人头攒动,更有不少外地人汇聚而来,干事创业,都在说明株洲通过门槛效应,逐步破圈,并让更多的人乐意从房子、票子、厂子起步,了解株洲制造名城内涵,和幸福株洲渐渐共振。

株洲的细分制造业为何不可攻法 ChatGPT,通过门槛效应,逐步出圈,为株洲的品牌早日打开世界级朋友圈,添把柴火呢。

评漫画

对老人不友好,是智能技术的“失智”

肖蓉



智能设备应对老人再友好一点儿。漫画/左骏

【构建老年友好型社会,是实现中国式现代化的应有之义。】

“老人不配看电视了吗?”近日,关于老年人观看智能电视的话题冲上热搜。笔者认为,智能技术忽略老年人的需求,让老年人玩不转,是一种“失智”的表现。

当老年人打开智能电视,要面对多个遥控器的使用难;不同平台看不同内容的选择难;有平台会员的购买操作难。办好了平台会员,半途却又弹出个VVIP的提示,真是如鲠在喉。不少老年人无奈吐槽:想安安安心看个电视,真难!

面对这一智能化带来的数字鸿沟,难道要苛责是因为老年人“行动迟缓”,难以跟上信息化飞速发展脚步?并非如此。

党的二十大报告指出,构建老年友好型社会,是实现中国式现代化的应有之义。国务院办公室早已印发《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》,提出在开展老年人智能技术教育的同时,推动智能终端产品和互联网应用进行“适老化改造”,鼓励提供“关怀模式”“长辈模式”,将无障碍改造纳入日常更新维护,让智能设备更加易学易用。

其实,许多智能技术除了商业价值,还承担着重要的公共服务属性。比如,电视是老年人获取信息的主要途径之一,也是老年人放松心情的方式之一。如果智能电视一味追求商业价值,忽略了老年人群体,让老年人玩不转,甚至干脆懒得玩,商业价值也会大大削弱,是一种“失智”的表现。反之,“聪明”的智慧技术会更好主动适应和支持老年友好型社会的建设,才能获得更优质的回报。

好型社会,是实现中国式现代化的应有之义。国务院办公室早已印发《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》,提出在开展老年人智能技术教育的同时,推动智能终端产品和互联网应用进行“适老化改造”,鼓励提供“关怀模式”“长辈模式”,将无障碍改造纳入日常更新维护,让智能设备更加易学易用。

其实,许多智能技术除了商业价值,还承担着重要的公共服务属性。比如,电视是老年人获取信息的主要途径之一,也是老年人放松心情的方式之一。如果智能电视一味追求商业价值,忽略了老年人群体,让老年人玩不转,甚至干脆懒得玩,商业价值也会大大削弱,是一种“失智”的表现。

反之,“聪明”的智慧技术会更好主动适应和支持老年友好型社会的建设,才能获得更优质的回报。

观点

期待街头艺术站成为“流动的盛宴”

李军

【一座城市的文艺沉淀与气息,是一种人与城的互相滋养与成就。】

近期,我市首批5个街头艺术站亮相,今年的元宵节,街舞大赛、民间传统艺术展示等活动在此热闹上演,颇受市民欢迎。笔者期待,我市以街头艺术站为支点撬起城市文化新品牌,在湘江之畔捧出文艺盛宴,为“幸福株洲”增添全新风采。

一座城市的名声,往往来自文化软实力。提升文化软实力,离不开充满生机与创造力的环境。比如一谈起“浪漫”,等号对应的城市大概率是巴黎。这种对应背后,是雨果、巴尔扎克等文豪的倾情书写,是无数法国文学、音乐与电影等作品的积淀。来到巴黎之后,美国文豪海明威写出了《流动的盛宴》,并在书的扉页题献说:“假如你有年轻时在巴黎生活过,那么你此后一生中不论去到哪里都与你同在,因为

巴黎是一席流动的盛宴。”书成了杰作,题献也堪称巴黎最好的名片。株洲推出街头艺术站,能提供文艺环境与土壤,是打造“流动的盛宴”的良好开端。

文艺来源于生活,一座城市的文艺沉淀与气息,是一种人与城的互相滋养与成就。从这种角度来看,街头艺术站是新平台,能挖掘与展示富有株洲特色的文化遗存;同时也是新细胞,能激发市民文化产生新的活力、创意,催生更多符合时代精神与审美的作品。街头艺术站特点在“街头”,能与市民直接互动,深度融入市民生活;街头艺术站重点在“艺术”,可在商业气息中绽放文艺花朵,润物细无声地浸润市民内心。守护文明招牌,建设“幸福株洲”品牌,街头艺术站都是不错的载体。

近年来,株洲公共文化生活日益丰富多元。街头艺术站的出现,为株洲文化品牌注入了新元素,也打开了一片全新的想象空间。

声音

贴心服务是对“春江水暖”的最好回应

易蓉

【必须是一场有效市场、有政府的双向奔赴。】

春江水暖鸭先知。优化疫情管控、信心回归、情人节节点……这些都刺激着消费市场回暖。对于新一年的市场形势,市场主体嗅觉最灵敏,反应自然也最快。

前有株洲出海抢订单,打响外贸战;后有制造企业“抢工大战”,在抢工大潮中新招频出;还有上百个新项目、好项目纷纷落地开工;商户们也加入“情人节战役”,抢抓节日消费的热潮……市场需求强势回暖的“春消息”扑面而来,大家忙起来,跑起来是一种必然。

他们敢于拼开局、抢起跑的底气,不只是凭直觉,更是对经济发展向上向好趋势的一种把握。一是微观层面的现实,春节期间我市市场各类消费红红火火,多个指标向我市市场预期,少了随时可能因疫情而中断事业的后顾之忧。最重要的,笔者认为,拼开局、抢起跑,

向着春天进发,必须是一场有效市场、有政府的双向奔赴。

比如前阵子,我市出台《促进外贸增长和铜塘湾保税物流中心(B型)业务发展的若干政策措施(2023-2026年)》,最高奖励达400万元,用“干货”政策、真金白银助推外贸高质量发展。在“制造名城、幸福株洲”消费节(新春季)千万消费券惠民活动中,政府和银联、银行联动,发放1060万元消费券,在“新年焕新颜、服饰焕新季”2023年株洲市服饰促销活动中,政府部门投入200万元,发放服饰专属消费券等。

与此同时,株洲始终把群众、市场主体的获得感作为最大的营商环境。今年是全市的“作风建设年”,将通过实施工作质效提升行动、政务服务优化行动,建立健全干部作风群众评价机制,让基层群众、市场主体、项目业主监督干部作风,切实解决“门好进、脸好看、事难办”等问题,如此高度和力度可见政府决心。

正能量

打好“抢人才”前站

叶昆红

【“有不一样的青年,才有不一样的株洲。”】

当前,城市与产业转型升级驶入快车道,城市之间的发展之赛已经上升到了人才之争。对人才的竞争,已到了白热化的程度。作为三线城市,在人才吸引方面,株洲要做的就是“先下手为强”。首先就是要做好城市品牌形象宣传,打好“抢人才”的前站,增加大学生对株洲的认可度。

春节前后,笔者欣喜地看到多个部门联合开展了“制造名城 株洲@你”系列活动,为返株大学生组织了包括招聘季、实践季、畅游季、欢乐季、文旅季“四季一年”活动,为青年学子提供名企招聘、部门见习、基层实践等,通过“亮家

底”“晒资源”“谈前景”,一展城市魅力。通过这些实践活动,让不少大学生对家乡有了不一样的认识。

有不一样的青年,才有不一样的株洲。“制造名城 株洲@你”系列活动为株洲“抢人才”前站开了个好头。未来,还可以增加大学生实践活动的广度和深度,避免成为“走马观花”式的活动。比如可以从假期拓展到日常,政府相关部门搭建好桥梁,加深高校和在株企业尤其是专精特新和小巨人企业的对接,开展科技项目对接;参与对象可从株洲籍大学生延伸到所有大学生,最终形成一套面向年轻人推介城市的整体思路,让株洲成为一座年轻人来了就不想走的城市,毕竟城市的发展没有人才优势,就不可能有创新优势、科技优势、产业优势。