

株洲日报全媒体记者/谭昕吾

正月十五元宵节的神农城,万人空巷。灯山人海、民俗游艺、热舞美食……热闹了整个春节的神农庙会,点亮的不只一盏盏精雕细琢的华灯,更为微小个体把握幸福的信心,增添了一份笃定。

春节,神农庙会持续举办22天,客流量累计突破260万人次,带动以神农城板块为首的高超、餐饮、酒店、旅游等消费业态,当之无愧的龙年“开门红”。

无疑,这是一次贯彻落实市委、市政府建设幸福株洲的生动实践。

它从市民对年味的期盼入手,结合本土神农文化,让“制造名城”的城市品牌持续曝光,迅速获取市民游客的喜爱、认可和推广。神农庙会本身也成为继“厂BA”之后,株洲又一现象级城市文旅IP。

活动的成功,从侧面印证,只有走好群众路线,才能赢得最大流量。

热气腾腾“闹”新春,神农庙会热闹非凡。天元区融媒体中心供图

1 一次有益的尝试

2月24日,元宵节,精彩继续上演。

作为神农庙会的“收官之作”,活动现场少了节日即将完结的伤感,多了些许充满期待的欢愉。

欢愉过后,延展的是信心。

活动赢得群众交口称赞,我们不禁要问:为什么办这次盛会?如何办好神农庙会?

回到原点。

今年,株洲高新区、天元区提出积极构建“两个生态”的美好愿景,这其中,便包括构建人居生态服务体系。它指构建一个特别适合百姓生活、发展的安居乐业环境,让幸福株洲的体验更可感可得。

另一方面,国有平台公司深化改革的任务,迫使着高科集团更务实、高效地探索转型之路。

在贯彻落实上级精神、履行社会责任、自我转型升级的多重要求下,高科集团旗下坐拥优质文旅资源的天易集团,责无旁贷扛起点旺城市“烟火气”,实现群众需求与政府服务供给精准匹配的大胆。

“老百姓喜欢什么,我们就做什么。”今年初,株洲高新区党工委书记、天元区委书记邵凌云在勾勒人居生态的实践路径时谈到,“群众诉求日益多元,如何做到切实解决群众身边最关心的问题?不仅要走近群众身边,也要走进群众心里,关心藏在民间小巷的热望。”

“通过举办群众喜闻乐见的活动,探索一条转型升级的新路。”高科集团有限公司党委书记、董事长章定良掷地有声。

这样的思路,从2023年火爆出圈的“厂BA”活动,就能一窥端倪。

彼时,株洲高新区(天元区)大力支持高科集团转型,将举办大型活动的任务交由天易集团。这被天易集团视为探索市场化转型的一次机会。

持续两个月的“厂BA”爆了。比赛场馆爆满,赛场外围的美食集市、轰趴嗨场、记忆记忆展等业态,人气也居高不下。天易人没有辜负这份信任,活动兑现了株洲高新区(天元区)这一届领导班子“想给株洲老百姓一个快乐的夏天”的承诺。

市民游客在“厂BA”感受竞技体育的魅力,享受人间烟火的温度,

为忙碌释压,为拼搏蓄力。它不仅激发了老中青三代对家乡的认同,更焕发了新株洲人对培育制造名城的信心与活力。

如今,天易集团要接续“厂BA”带来的成功与快乐。

需要创新,更需要闯劲。

2月4日,农历大年二十五,傍晚。能容纳5万人的神农城广场上,接踵摩肩,大家在等待篝火晚会。

篝火的干柴堆起来约2米,火焰燃烧时将超过5米,但此刻,篝火外圈围起的安全护栏,被挤得“缩水”了一圈。

是否点火,关乎市民的期待,更关乎安全。“安全是一切群众活动的底线,不能心存侥幸。”天易集团党委副书记、总经理文钢举回忆,就在这个时候,起风了。

为了防止火星飘到群众身上,天易集团领导班子挤进内圈,牵起手,围成圈,扩大“圆心”半径。

更多的天易人随之挤进内圈,“请大家退一点,安全一点,马上就点火了。”大家自发地维护秩序,帮助传达安全意识。篝火围圈的直径,到了10米以上。

下风口的位置,被文钢举和现场导演占据,他说:“切身感受火焰的滚烫,若有危险,可以第一时间传递停止、疏散的信号。”

篝火终于点燃,冷空气被驱逐,市民等待许久的热情被唤醒。

“跳舞!”人群中有人喊话,有人鼓掌,陌生人与人之间拉起了手,跟着音乐的节奏,狂欢开始了。

狂欢的记忆,也留在了视频里。庙会期间,篝火晚会的现场被市民发布到网络平台,达到了380万浏览量,年三十夜晚的放烟火活动,更是刷新了株洲市目前文旅活动的自然流量数据,达到1300多万点击量,帮助这座温情的城市留下“最有年味的城市”标签。

将文旅活动作为支点,撬动人民群众对幸福株洲的向往,是神农庙会筹办时的初衷,也是这场活动的落脚点。“在株洲这座以制造业闻名的城市里,我们以年味为线索,举办好厂BA、神农庙会这样的群众性活动,构筑温暖有爱的人居生态,让市民获得感、幸福感更真实。”文钢举说。

家住园丁小区的居民何媛觉得,庙会为神农城带来了“高光时刻”,“住过来十多年,第一次看到神农城的热闹持续这么久。”

全城出动,市民的切身感受,还有数据佐证。

22天,神农庙会客流量累计逾260万人次,日最大客流量20万人次,庙会的集市摊位营业额超400余万元,账面流水超过首届“厂BA”的收入巅峰。神农塔观光人数日均超2000人次,神农塔参观人数同比增长3倍,商场内营业额同比增长400%,神农城作为体验店的人店客流量最高达6200余人次……

神农城板块的酒店、商超、餐饮机构享受到庙会带来的人气红利,销售“热辣滚烫”,这令商户们信心大增,神农城南栋罗莎蛋糕的负责人说:“虽然庙会结束了,但通过庙会,我们看到了天易集团的作为,很认可他们全面接管神农城,我们有信心神农城会做大做强。”

在庙会经济的“引燃”下,株洲的春节升腾起新年烟火气,以夜经济业态为代表的消费,率先在龙年打出一片“开门红”,营造出一幅制造名城欣欣向荣的新春图景。

2 一场空前的盛会

22天,神农庙会上演灯火璀璨,不夜天,看不尽烟火株洲盛世景。

家人依偎携携,情人十指相扣,相嬉相闹,绵延不绝。

2月3日农历小年夜,天寒飘雨,可前来神农坛参加“起龙仪式”的市民,却络绎不绝。

来自炎陵的非遗项目“星火龙”表演,拉开神农庙会的序幕。庄严肃穆的神尊九响,令熙攘的人群平静,人们在坛前为来年祈福,工作人员则为观礼的市民赠送“福粥”,以传统文化礼仪的形式传递温暖,送出祝福。

龙灯腾空盘旋、左右翻滚,由市民簇拥着,一路巡游至炎帝雕像前。

所经处,有全国出圈的“厂BA”春季赛比赛,火遍湖湘的挖瓷器活动,也有踩高跷、雕刻版画、川剧变脸等传统文艺项目,更有篝火晚会、万人齐舞“科目三”、市民大合唱《歌唱祖国》等大型文艺活动……

不得不说,盛况空前的神农庙会,让市民大开眼界、直呼过瘾。

你看,年轻人穿着传统服饰,在花灯长街下品味流光溢彩;陪伴家人的市民,听长辈点赞今年年味的回归;醴陵挖瓷器、书市、跳蚤市场,被孩子们里外三层围得严实;庙会两侧的东、西集市,摆满琳琅满目的特色商品和风味小吃,醴陵炒粉、新疆羊肉串、李小二臭豆腐、海南椰奶茶等美食摊前,大排长龙。

家住荷塘区的市民李沐璟,常年在外地工作,往年春节一般陪家人看春晚、唠嗑。可是,今年的神农庙会,让他觉得陪伴家人的质量更

神农庙会唱新戏 文旅转型焕新机



传统文化项目是本届神农庙会的一大亮点,舞狮表演人气爆棚。



神农庙会上“烟火气”十足,商贩们赚得盆满钵满。



神农坛的“起龙仪式”拉开首届神农庙会的序幕。



舞狮、踩高跷、皮影戏等传统文化项目在神农庙会上集中展示。



“厂BA”春季赛在神农庙会打响。天元区融媒体中心供图

3 一次艰苦的练兵

实干,是办好神农庙会的充分与必要条件。

在天易集团87名在岗员工的心中,这份实干,是春节放弃休假、扎根公司,不惜一切代价办好神农庙会的坚守。

时间,是庙会的第一个难题。

从决定举办神农庙会,到活动正式启动,只有35天时间。

临近春节,天气寒冷,商家发货、物流、安装工人、演出团队、安保、甚至天易公司内部工作人员和志愿者,都没有保证。

调任天易集团前,公司常务副总经理叶显东在工程设计、土地开发领域工作了十余年,但文旅行业,他既没经验,更无资源,心中没底。

前路虽远,行则必至。

庙会开幕当晚,整个城市被寒冷裹挟,但首场活动起龙仪式的人气,却远超叶显东预期,“老百姓喜欢就是对我们的认可,看到市民的热情,我对办好庙会的底气一天比一天足。”

除了“新人”的忐忑,参加过组织“厂BA”的副总经理刘佳航、徐明明等人,也难忘这个特别的春节。

庙会现场,由于连日雨雪,220伏的灯笼灯泡炸掉数盏,出于安全考虑,刘佳航作出调整,灯泡无论好坏,必须全部换掉。

可年关临近,供货商与工人迟迟无法到位,刘佳航找到公司纪委书记夏玲、副总蔡湘云、申毅,四人分工寻觅、比价、协商,最终,一家浙江的网商愿意供货,大年二十九发货。大年初一,全部更换完毕的低压24伏灯泡让市民开心、安全地迎来新年。

用辛苦换来群众安全与幸福,徐明明也深有体会。

2月9日晚,除夕夜的庙会,人群络绎不绝。

等晚上10点人群散去后,徐明明回到办公室,参加复盘会。

复盘会,是举办“厂BA”时,天易团队形成的“作战”方法。每天对当日活动进行总结、完善,大到商辅使用燃

气安全,小到围栏摆设造成的人流走向,大小事务摆上桌面,一一碰撞、分析、判断和决策。

“即使是领导,也天天守在现场,然后开完复盘会12点多才回家。”徐明明说,第二天一早,领导班子9点就抵达现场执行复盘会决策。

当晚复盘会结束,新年的钟声已经敲响,窗外爆竹声声入耳。

“那晚大雾,能见度不足2米,没法开车,我索性又返回公司,睡办公室算了。”徐明明回忆,不少同事那一晚,都睡在办公室,体验了一次特别的“跨年”。

天易集团上下皆知,庙会对干部职工的一次大练兵,更是信心重塑的一次探索之旅。

王忠友第一次没有回老家湘西陪父母过年,春节期间,每天早晨8点,他所在的安全保障组成员,更早到岗,对前一晚的会场巡检,电线破损,路面结冰、舞台搭建等情况,及时更新并实时关注,确保活动安全进行。

“这次,商家每天用的液化气罐,也会定时回收,第二天开市后,再统一发放。”王忠友说,为了保证安全,这次庙会用气单位的资质通过市区两级行业部门备案,门槛极高。

小到一盏花灯,大到一台舞剧,曾经青靠政府,有着天然优势的国有平台公司,如今走入红海市场,拓展新业务、寻找新市场,在实干中提升竞争力。

“厂BA”、神农庙会,都帮我们练实本领、积攒底气,在市场站稳脚跟,探索新的发展之路。”文钢举说。不打无准备的仗,在这场筹备时间仅35天的大型新春庙会活动中,周密计划的、全面的考量、经费的权衡、充分的执行,短时间内上马一场大型活动,无不考验着天易团队的运营水平和作战能力。

神农庙会呈现的效果,市民脸上洋溢的笑容,见证了这支队伍成长为一支敢打硬仗、能打胜仗的“国企铁军”。

4 一次昂扬的再出发

神农庙会的成功,归根结底在改革转型。

改革转型,对天易集团的母公司高科集团而言,是更庞大、复杂的市场化转型道路。

2022年,株洲高新区完成体制机制改革,高科集团的改革正式提上日程。历时两年,集团以切实破除制约运行效率和经营活力的突出问题,从“地产思维”向“产业思维”转变,着力将企业打造成面向先进产业集群的高新特色产业生态综合服务商。

如今,高科集团简政放权、优化机构,轻装上阵,以业绩优先为改革导向,全面围绕园区投资开发、产业发展服务、资产综合运营主营板块发力,在“两个生态”的构建中,为地方政府承担更大的责任。

从“厂BA”到神农庙会,就是这家国有企业见证改革成效的体现。

不少老株洲人回忆,此次庙会是株洲建市以来,第一次在春节期间举办如此大规模、历时这么久的群众活动,“办得漂亮”“办进了老百姓的心坎”。

将活动办好的底层逻辑,是走好群众路线,一切“以人民为中心”的宗旨。

开幕式上,我们发现,号令庙会开幕的,不再是领导,而是制造名城的“代言人”——中国工程院院士刘友梅和大国工匠冉勇。

“这是株洲的明星,株洲人追捧的风尚。”这样的安排获得市民点赞,也无不说明,株洲为制造业而生,亦为制造业而做,今后未来,更为制造业不断拼搏奋进。

农历初二起,与神农城广场一路之隔的市委大院,免费向市民开放停车位,这一举措,被群众描述为市委、市政府与市民的“双向奔赴”。

它以大型文艺晚会和群众互动型活动相结合的方式,围绕株洲炎帝文化,结合庙会文化、年文化,营造出团圆年味,通过举办起龙仪式、阿乐喊你

妈妈来跳舞、舞狮表演、接财神、“厂BA”跨年狂欢夜等110余场活动……这次成功,对天易集团的意义,更为深远。

“庙会结束了,但神农城的热闹才刚刚开始。”神农庙会带来的一系列连锁效应,例如旅游增收、业态丰富、稳定就业、民生持续改善等,有待天易逐步画“蓝图”为“施工图”。

2023年,神农城获评国家级夜间文化和旅游消费集聚区,庙会的成功,对神农城板块的发展,更加虎添翼。比如,神农集市上,李小二臭豆腐、新疆羊肉串等摊位,给市民留下深刻的印象,庙会结束后,天易集团将神农城南北两翼的长廊通道,打造为固定的神农集市,受市民喜爱的小吃品牌,将会定点入驻;神农塔,经过此轮庙会的祈福仪式,也将升级改造,成为炎帝文化、本土文化的沉浸式体验展厅……

更多新鲜事物,将让神农城以全新姿态亮相。2024年,天易集团将在神农城板块规划建设网红街区、亲水乐园、胶囊旅馆等经济业态,神农塔也将立足全市最高的特点,打造“云顶茶馆”,在游客登顶一览株洲风貌的宽广时,通过影像与展览,了解株洲历史沿革的深度。

“以文旅旅,以旅彰文,神农庙会为我们接下来的文商旅项目‘打了样’。”文钢举说,目前,全新的改造方案,正围绕神农城逐步写实,这里将成为株洲文旅融合发展的典范,展现幸福株洲文明交流、文化繁荣和民生福祉的城市客厅。

可以预见,转型中的国有平台公司,对收获良好社会效益和经济效益“双丰收”,信心倍增。

令人振奋的是,“厂BA”、“神农庙会”已在国家知识产权备案注册商标,天易集团将持续办好株洲市的两大盛事,依托两届盛会的筹办经验,2024年,天易集团还将组织明星演唱会、万丰湖水上运动等深受市场青睐的文体活动,满足群众对“幸福株洲”的期待。

「花灯长街下,拍下最温情的笑容。」 伍海涛摄