

让文旅走进“我们时代”

◎ 记者 王珏 摄影 何程

嘉兴,这座浸润在历史长河中的城市,承载着无比厚重的历史与革命记忆,它是中国共产党梦想起航的神圣之地,犹如一座闪耀着红色光辉的灯塔,指引着一代又一代人为理想信念奋勇前行。

嘉兴站,始建于1907年,犹如一位饱经沧桑的老者,默默见证了岁月的更迭与时代的变迁。历经百年风雨的洗礼,在2021年,它以焕然一新的“森林中的火车站”形象惊艳重生,这一转变,绝非仅仅是交通枢纽在外观上的华丽蜕变,更是赋予了其更深层次的意义。

如今,传承红色基因、孕育绿色希望,这里即将奏响一曲商业与文化融合发展的壮丽乐章。

焕新·初启

12月7日至8日,2024商业桃花源共建计划在嘉兴站启动,吸引了众多的商业精英和行业专家。

12月7日的玉块茶会,将建筑和自然做结合,用舞蹈和音乐都传递了人们一个理念:该计划旨在打造一个独具创新的商业生态体系。这里需要巧妙且深度地融合商业发展、自然环境以及文化传承这三大要素。

马岩松携其MAD建筑事务所为嘉兴城市公共空间的未来发展形态打造了创新性的想象空间,更为大体量生机盎然的业态在此生根发芽奠定了基础。嘉兴火车站作为一个独特的城市中心商业地标,将持续地焕发出带有城市人文温度的光芒。得益于嘉兴市产业发展集团有限公司的全力支持,隐居度假也将持续扎根于此,旨在将「翼次元·嘉兴1921」(暂定名)打造为理想中的商业桃花源。

「翼次元·嘉兴1921」(暂定名)后续的招商运营将导入多赢的商业模型,持续吸纳有潜力、有实力、有创意的品牌,倾力打造人文理想与商业活力兼具的共生共赢体系,促进业态创新构建、融合共生、有机更新。它不仅是连接旅途与生活的公共空间,更是一处开放的、高品质的、无边界的城市文旅度假目的地。以“全方位情绪按摩的商业综合体”为核心定位,「翼次元·嘉兴1921」(暂定名)将场景美学转化为情感优势,将车站的枢纽流量转化为商业价值,以非标创意讲述嘉兴故事,完成多向流量的循环转化。

50+知名学者、文旅专家、品牌创始人,在初冬之时齐聚嘉兴站的玉块广场,提出一轮又一轮的绿色畅想。从“森林中的火车站”到“我们的火车站”的进程中,大家共同探讨有哪些商业模式能够完成自我造血,在非标商业综合体的定位下如何实现可持续生长,流量如何实现有效转化,如何将主题内容嫁接至目标消费客群等关键问题。到场嘉宾都从各自所在的领域及经验出发,提出了从场景打造、业态组合、运营管理等多个视角的不同观点,让多元消费的融合、跨领域的联结、奇思妙境的落地成为可能。

灼见·观点

“我们在一起,就会了不起”!

12月8日的文化沙龙,嘉宾们打破

常规思维,合力共创,倾囊分享,现场的每分每秒都创造着新的价值。在商域的桃花源,在理想的语境中,历史的脉络正长出新的根须。

◆周迺昕,二厂文创公园创始人。

提出文创与商业空间融合的独到见解。他认为,嘉兴站的老旧建筑不应只是岁月的遗留物,而应成为承载文化与商业双重价值的载体。可以借鉴成功的文创改造案例,以嘉兴深厚的历史文化底蕴为根基,通过巧妙的设计与创意改造,赋予这些建筑新的生命力。可以集艺术展览、创意工作室以及小众品牌集合店为一体,在保留建筑原有艺术特色的同时,融入商业元素与文化创意,让消费者在购物消费的过程中,能够沉浸式地感受嘉兴独特的文化魅力,实现文化传承与商业创新的有机结合,使其成为嘉兴站商业发展中别具一格的文化名片。

◆耿明,中国传统文化、大运河沿线古镇规划评审专家。

以城市更新为切入点,强调了文化传承与地域特色挖掘对于嘉兴站商业发展的重要性。他指出,嘉兴拥有丰富且独特的地域文化资源,像船文化、民俗节庆等,这些都是不可多得的商业发展宝藏。通过商业形式进行活态传承,不仅能够吸引更多游客慕名而来,更能让这些古老的地域文化在现代商业活动中焕发出新的生机与活力,增强嘉兴站商业的文化辨识度与吸引力。

◆王森,美食专家、全国模范教师。

聚焦于美食与文化旅游协同发展这一关键点。在嘉兴站的商业规划中,可以围绕美食构建一个完整的文化旅游体验链条。比如打造美食文化街区,除了汇聚各类传统的嘉兴特色美食店铺外,还可以设立美食体验工坊,让游客亲自动手参与制作嘉兴的特色糕点、小吃等,在体验过程中深入了解美食背后的历史故事、制作工艺以及所蕴含的文化内涵。通过美食这一媒介,搭建起游客与嘉兴文化之间的桥梁,吸引更多游客驻足停留,在满足味蕾享受的同时,传播嘉兴美食文化,带动周边商业的繁荣发展,使美食成为嘉兴站商业与人文融合发展的重要纽带。

◆李雪淞,北京红鹤集团创始人。

站在商业品牌塑造与营销的专业高度,阐述了如何为嘉兴站的商业项目打造独特且具有市场竞争力的品牌形象。他强调,在当今竞争激烈的商业环境中,嘉兴站的商业品牌需要精准定位与差异化打造。结合嘉兴作为党的诞生地所承载的红色基因以及“森林中的火车站”这一绿色生态特色,为商业项目赋予独特的品牌故事与价值观。

◆董清泉,方域生物联合创始人。

嘉兴站商业项目的成功离不开政府在政策扶持、资源调配等多方面给予的坚实保障和自身必须秉持鲜活且具有前瞻性的理念。不仅要精准把握当下市场的需求热点,更要以发展的眼光洞察未



来趋势,例如提前布局新兴消费领域。同时,注重与各类专业投资机构、金融平台的合作,整合多元资金渠道,为项目的长期稳定发展提供雄厚的资金支撑。

◆胡昱,万宇翱翔投资管理/波轮联合创始人。

他指出,嘉兴站的商业项目在投资规划上要具备长远的眼光,兼具前瞻性与可持续性。在选择投资项目时,必须综合考量多方面因素,包括市场需求的动态变化、嘉兴本地文化传承的契合度以及环境保护的要求等。同时,要注重商业项目之间的协同发展,通过合理布局与资源整合,形成产业集群效应,提高嘉兴站商业的整体竞争力与抗风险能力,确保商业投资能够实现长期稳定的回报,推动嘉兴站商业可持续发展。

◆彭晓光,成都极限九项户外运动有限公司联合创始人。

凭借在户外运动领域的丰富经验,为嘉兴站的商业发展带来了户外冒险与旅游融合的创新思路。

展望·共绘

展望未来,嘉兴站的商业桃花源共建计划宛如一颗正在茁壮成长的参天大树,充满了无限的生机与潜力,必将在红色基因的引领和绿色希望的滋养下,绽放出绚丽多彩的花朵,结出累累硕果。

◆董天姝,悦吾乡文旅创始人

她说,嘉兴站的文旅发展要注重游客的体验感与参与感,打造沉浸式文旅项目是关键所在。使嘉兴站成为一个集文化体验、旅游观光、商业消费为一体的综合性目的地。

◆黄罡,小沙女品牌主理人

她说,嘉兴站可以积极引入丰富多样的文化艺术教育资源,成为文化的传播平台。

◆乐剑峰,上海致力共通品牌战略咨询CEO。

他说,嘉兴站的商业品牌要注重与

城市形象的协同塑造。同时实施精准的品牌定位与行之有效的品牌传播策略。

◆赵井洋,上海迈迹文化总经理。

他说,要巧妙地将文化活动与商业促销、品牌推广有机结合起来,实现文化与商业的互利共赢,使其成为一个充满文化魅力与商业活力的热门目的地。

◆吴中美,浙江共产党员杂志集团副总编辑。

他说,在商业宣传与活动策划中,要积极融入社会主义核心价值观以及嘉兴地方优秀文化传统,提升嘉兴站商业的社会形象与公信力,为商业的长期稳定发展奠定坚实良好的社会基础,使商业发展与社会进步相互促进、共同发展。

◆李剑锋,中国旅游景区协会专家。

他说,嘉兴站的文商旅融合发展要注重系统性与协调性,在规划过程中,需要全面统筹考虑商业布局、文化资源整合以及旅游线路设计等多方面因素。

◆关良勇,嘉兴市产业集团党委副书记、总经理。

他说,嘉兴的地方产业能够为嘉兴站的商业发展提供坚实的支撑。反过来,嘉兴站蓬勃发展的商业也将有力地带动地方产业的升级与转型,形成产业协同发展的良好格局,促进嘉兴地方经济的繁荣昌盛。

◆黄严,隐居品牌创始人,隐居度假首席文化官。

作为这次商业共建计划的发起人,她认为,嘉兴站商业桃花源共建计划的核心在于“共建”。这并非是一方主导的独角戏,而是汇聚各方力量的宏大交响。要确保共建计划始终保持活力与适应性,在不断变化的市场环境中持续发展,最终实现嘉兴站商业、文化、社会多方面的繁荣共生,打造出一个具有示范意义的商业共建典范,为其他地区提供可借鉴的成功模式与宝贵经验,让共建的理念在更多商业文化项目中生根发芽、开花结果。“让森林中的火车站成为我们的火车站。”