

古城“文艺复兴”：挖掘核心吸引力

2020年是特殊的抗疫之年，也是全国文旅街区面临“大考”的一年。在市场大环境长久低迷、传统文旅街区掉铺严重的艰难时刻，曾经历过辉煌与掌声、却一度陷入失落与沉寂的建业七盛角迎来了焕新再生的元年，开启了轰轰烈烈的蝶变之旅。

文化与商业互为滋养，拥有深厚历史底蕴的项目才能吸引优质的商业，成为活化周边社区和重焕古城生机的基因。建业七盛角坐落于御河之畔，地处古城开封宋都皇城旅游度假区的核心位置，承载着这座城市文脉的发展和流向。于是，项目团队将焕新升级的第一场战役瞄准了古城的“文艺复兴”。

2020年4月17日，筹备了近百天的《小柴周刊》在建业七盛角的官微公众平台首发，对疫情过后的春天来说，这是七盛角第一次强有力的对外发声。当时，距离焕新亮相的时间只有短短的180天，招商调商、工程进度、品牌提升，无一不是难题。项目团队召开了紧急研讨会，最终拍板——“要改变，要让外面听到我们的声音”。

在创刊初期，团队彻夜学习了《中国画报》的艺术化表达，力求每一期选题与七盛角的焕新内核相契合。七盛角创办的零企划费推广新平台——《小柴周刊》一经亮相，就打开了对外沟通、招商洽谈的渠道，16500张照片记录改变，33期主题讲述焕新，撬开了这场“文艺复兴”的突破口。

城市焕新的目标，是立足于旧城改造，精心于传承历史文脉，专业于文商旅综合体的打造，充分挖掘在地文化，策划主题、塑造场景。在此目标之下，小吃焕新的创新模式应运而生。

小吃焕新，用现代艺术包装百年味道，是一次对“餐饮+潮流+文化+空间+建筑”的艺术诠释。17家设计师概念店集合，挖掘老开封正宗的味道记忆；开创“包过瘾”套餐，以文创手法玩转开封的包公IP和小吃文化；“橱窗+档口”“档口+堂食”等新颖的搭配方式，优化消费体验、增加经营时长，致力于打破人们对传统小吃街的既往印象。

同时，项目团队探索、完善、丰富、调整了几十版集装箱设计图，总结了世界各地成功的集装箱街区案例，高颜值的轻时尚聚集地，“中国版的迈阿密涂鸦艺术街”——集装箱艺术区成功落地古城开封。设计上大胆采用涂鸦撞色艺术，空间上将非标集装箱复合搭建，业态上集合潮流新型创意品牌，成为地摊经济的集散地，点亮城市夜生活。

小而精致的“集装箱艺术区”成为了音乐、直播、潮生活、无边社交的联合集散地；“小吃焕新区”打破了开封小吃餐饮的流动夜市1.0模式、美食城2.0模式，锻造改变一座城市的“餐饮文化博物馆”3.0版本；“轨道蒸汽小火车”走在开封市场体验类业态的前沿，塑造体验经济的网红记忆点。

建业七盛角用一个个亮点串联起这场古城的“文艺复兴”，弥补了以往缺乏品牌认知度、行业影响力及核心吸引力的不足之处，创新地塑造原生IP，重视情景化消费体验，为受众打造舒适、美好、新颖的休闲社交空间。



古城新风尚



夜色如昼

建业七盛角 焕新城市生活

——让文化、旅游与商业共融共生

郑州向东，东有开封。在这座曾经“八荒争凑，万国咸通”的八朝古都，作为城市化进程的推动者，富有理想、情怀、担当与责任的建业集团，与开封市人民政府携手开启了“中国千年古城整体复兴工程”。建业集团始终扎根向

下，致力于“唤醒城市记忆、撬动城市更新”的探索，与这座古城共建、共享、共生。

古人云“七角盛，天下昌”，开封建业东京梦华的开篇之作——建业七盛角于2014年开街，曾历经沉寂，如今浴

火重生。2020年10月，建业七盛角焕新升级、华丽亮相，这条具有创新性、艺术性的文商旅街区，推动了古城开发发展格局中核心区域的更新，助力了城市生活方式的更迭，让古城焕发新的生机与活力。



巴伐利亚风

商业创新：艺术业态“圈粉”年轻力量

在时代更迭、消费主力更替的大背景下，消费者的消费行为发生转变，品质化、个性化、体验式的购物方式更受青睐。建业七盛角通过焕新升级“积极自救”，将文化艺术基因融入其中，创新打造特色“场景化社交商业”，有效利用新零售、产品力等理念，做好文、商、旅的整合，创造显著的地标属性，打造全新体验式消费的空间载体。

曾经的七盛角，业态布局混乱，个别业态同质化严重，商业逻辑不清晰，缺乏核心品牌。建业七盛角在此次商业布局中以“场景化、情景式、体验感”为出发点，将重点落在“青年、艺术、文化、潮流”等关键词之上，做“艺术和文化的商业”。

“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行。”受当时疫情影响，新七盛角的招商举步维艰，项目团队发挥建业精神，积极协同推进，高效、保质地完成了业态提升，实现了项目的突破和重生。街区从原来仅有40余家商业店铺，到如今100余家店铺百花齐放，一个个优质品牌的引入，为七盛角的成功奠定了坚实基础，商业业态的焕新调整让七盛角更受年轻人喜爱，在沧海横流、大浪淘沙中勇立潮头、站稳脚跟。

在城市商业领域，建业七盛角创新性地打造一种“轻创意+轻定制+新文化+新潮流”的新型商业模式，可推广、可复制、可标准化。同时，引进多家品牌的中原地区首店、河南首店、开封首店及高能级概念店、集合店，创新商业模式，为消费者创造“弃大取小”的到店理由，致力于达到口碑流量双赢。

用城市光影留住游客的脚步，让无形的文化变成有形的体验，让网络流量转换为线下消费，成就了建业七盛角的“满血复活”。如今的七盛角，传承宋代鼎盛时期的商业风范，承载国际文化与休闲品质，拟形成“一个中心、多点联动”（即以建业七盛角为中心，创意艺术型旅游体验为主题，并融入现代商业运营理念）的综合旅游新格局。

24小时无间断街，全年无休的高效运转，短短180天，七盛角项目团队在疫情、市场低迷、传统文旅街区式微的环境下，顺利实现“弯道超车”，其中所爆发的建业速度、建业效率、建业气魄、建业能量令业内咋舌，也创造了属于这座城市破旧立新的标杆。

一座城市，一个街区、一方文化，一种生活。建业七盛角在困境与突破中成长，诠释城市记忆，定义城市生活。艺术与商业共生的建业七盛角，将成为开封乃至河南先进的创意艺术型体验式街区，建成一处七盛角，成就古城新风尚。

刘文良 龙雨晴

生命感设计：打造城市的第三空间

文商旅综合体是建筑艺术的升级和城市空间的延续，成为新时代的城市地标和城市经济发展中的共生体。城市存量旧改项目，如何通过“再设计”华丽重生，重新点燃城市商业圈？作为小体量的文商旅街区，七盛角不仅在打造专属记忆点和调性上有突破，在商业运营模式与创新上有思考，同时，对于城市背景、商业原貌影响下的空间设计，有着独到的见解与理解。

升级之前的建业七盛角，游览动线过于平直，街区入口通达性差；各建筑相对孤立、门窗设计通透性差；街区内缺乏新型景观和网红元素，整体颜值较低。

所以，建业七盛角将着重突出开放式街区的特色作为此次焕新升级的关键，强调与自然空间相依，打造具有标识性的建筑风格，重视景观小品和氛围的营造，致力于成为城市颜值新担当。

区别于传统的城市商业，开放式街区真正打动受众的设计应该以人为本，做有情感的设计。在建筑空间层面，七盛角沿袭宋代传统街区形式——街、坊、巷的格局，建筑高度、色彩搭配、建筑风格凸显古朴沉稳的气质，穿插现代化的钢结构与玻璃幕墙，让时尚新潮元素充盈其中；连廊与独栋建筑相依，中式建筑与时尚艺术相融，给游客带来沉浸式的消费体验。在氛围营造方面，公共区域以自然、文化为主题，漫步其中，遇见艺术气息浓郁的小品景观，邂逅清新可爱的绿植、喷水池、街灯、艺术品、遮阳顶棚、休闲座椅点缀于街区各处，将美妙瞬间凝固定格。建业七盛角模糊了自然与商业的边界，打造“艺术公园”式的格局，整体空间多元有趣。

建业七盛角把游客对于大自然光、声、的需求享受，进行有生命力的演绎，通过高大的屋檐、充足的采光、热闹的气氛，打造一个舒适的休闲场所——“城市生活第三空间”。在吃喝玩乐游娱购等功能中，融合艺术、亲子、文创、体验等多元内容和自定义形式，构筑一种全新的、共鸣的生活场域。



潮玩集装箱

蒸汽小火车



仰韶彩陶作为一种远古艺术，其丰富的图案、神秘的纹饰、质朴的色彩、流畅的线条，令无数彩陶匠人着迷。天下之大，或许，再没有一处的彩陶氛围比这里更浓郁——

高铁站下车，出口要塞上“仰韶文化耀中华，厚重渑池欢迎你”赫然醒目；

高速站口入城处，路左有一尊巨大的彩陶雕塑，上书“仰韶之光，华夏之源”，右侧是“仰韶圣地，醉美渑池”；

城区主干道的灯杆广告运用了仰韶彩陶坊小口尖底瓶的造型，公园的雕塑、长椅汲取了彩陶的创意；

仰韶大街、仰韶广场、仰韶大厦、仰韶花园等一批以仰韶命名的道路、建筑、街区；仰韶彩陶坊、仰韶贡米、仰韶大杏，一批以“仰韶牌”为标识的企业主体；

一路之隔的仰韶酒业酿造车间与包装车间，从门楣、喷泉围栏、行政楼到车间，通体是彩陶特有的凝重色调，墙面上浮透着小口尖底瓶、人形彩陶瓶等仰韶文化标志性器物的雕塑，大片的苗圃被园丁们婉转成彩陶花瓣纹的样式；

就连当地自发形成的社群，也是满屏的仰韶（彩陶）话题，“渑池作家群”“渑池书法交流群”里，他们及时地播报《2021年“仰韶彩陶坊”第十届夏季篮球联赛开赛》《首届仰韶文化“彩陶坊杯”全国书法大赛征稿启事》、幸福感沉醉感洋溢——每个人都是仰韶传人形象。

……

渑池，这座千年古城，“左据铁门，右凭碛石，前扼崤陵，后阻黄河。表里山河，号称天险”。100年前，人们对这座城的认知从夏代开始，脑海里是崤山关隘、秦赵会盟；1921年及以后的百年岁月里，由考古学家实物考证、科学家缜密论定的结果——这里既是7000年仰韶文化的发祥地，更是人类远古起源地，人们脑海里有了石器、彩陶。

仰韶村遗址，使这里成为竞相拜谒的文博圣地。传承千年的仰韶文化，也成为肇启当地经济、文化发展的伟大智慧。

渑池：满城劲吹彩陶风

着色“彩陶文化” 华夏之源醉美仰韶

1921年秋，中外学者在渑池县仰韶村共同发掘，证实了在中国夏商周历史之前，尚存在一种更为遥远的石器时代文化，当时的发掘者和研究者之一的瑞典地质学家安特生，称这种文化为“中国远古之文化”，定名为“仰韶文化”。遗址出土的陶器绘有各种彩色的图案，因此又被称为“彩陶文化”。

如前所述，来到渑池，千年积淀的（仰韶）彩陶文化元素随处可见。仰韶文化元素的城市雕塑、灯柱、座



迎接“双百周年” 《仰韶文化与酒》陶醉深秋

1921~2021，中国考古从仰韶村的第一铲开始，仰韶文化让中国考古收获巨大的礼物。“两个一百年”的征程，中国考古、仰韶发掘更加幸运地与中国革命史同步延展。

百年机遇，千年等一回。为了这一庄严时刻，多年前，国家、省、市、县政府和专业部门都在积极绸缪。如今，仰韶村国家考古遗址公园建设已经对公众开放，仰韶文化博物馆展提升工作将于9月底完成，仰韶文化产业园正处在竣工验收阶段。为了庆祝这次活动，渑池县文旅局与河南省邮政公司对接，推进仰韶百

周年纪念邮票发行合作，目前正在设计出版，计划10月完成发行任务。

自1986年举行的纪念仰韶村遗址发现活动以来，每次均有重要的学术成果发布，这次也不例外——由中国社会科学院考古研究所所长陈星灿博士审定，中国文物出版社出版了“双百周年”系列丛书，丛书包括安特生著作翻译本，《仰韶文化与酒》《仰韶文化彩陶研究》等8本。

如果与1986年（65周年）和2011年（90周年）的学术成果稍加对比，读者会明显感觉到《仰韶文化与酒》的出现，是一个前沿的、前所未有的学术

门类。自从当代学者运用科技手段从仰韶文化的小口尖底瓶中检测出酒的成分后，由此论证仰韶先民已经掌握造酒的技术。该学术成果逐步被社会接受，越来越多的人因此关注仰韶遗址，心向往之。

这则学术成果更是鼓舞了豫酒排头兵、当地著名企业——河南仰韶酒业的信心与士气。在这个重大机遇期，经过渑池县委、县政府同意并支持，仰韶酒业自行编撰了《仰韶酒典》《百年仰韶》，目前处于紧要的收官期。

不仅如此，“两个一百年”纪念活动的重要环节，河南仰

韶酒业也占据着关键一席。据悉，纪念活动共为九项内容：一是举办仰韶文化发现100周年纪念大会。二是举行仰韶村国家考古遗址公园揭牌仪式。三是参观仰韶村国家考古遗址公园和仰韶文化博物馆。四是举办彩陶之路文物展。五是编撰出版《百年仰韶文化研究丛刊》。六是举办“百年仰韶走向世界”（暂定）文艺晚会。七是举办“百年仰韶”纪念邮票发行仪式。八是举办仰韶文化商务洽谈和签约仪式。九是举办“仰韶酒文化工业游”活动。

“仰韶酒文化工业游”，是什么样子的？

仰韶彩陶坊：彩陶与酒，两种文化的完美结合

仰韶酒业的发愿是“今生只做一瓶好酒”，但是我们千万不要把它仅仅视为单纯的生产企业。毫不讳言，在物质层面，它追求极致的完美，但是在仰韶文化传承方面，它萃取了丝丝缕缕的养分融入酒业生产、包装、展示、储藏的各个领域，还原并发展了仰韶文明血脉。

它以仰韶文化和中华酒文化为载体，着力打造国家4A级旅游景区——仰韶酒庄，并不断加快打造以仰韶酒庄为核心，河南南岸高粱种植基地、美丽乡村柳庄生物制曲园区、仰韶酿酒工业园区、仰韶仙山山洞藏园区、仰韶彩陶艺术展示园区为依托的“一庄五园”建设。

这是渑池人、仰韶人骄傲的“一庄五园”，是仰韶酒文化工业游的空间。游客到此间，陶醉的难道仅仅是一杯酒吗？非也！

因为努力所取得的成就，见于官方文件的“双百周年”多项方案、汇报中，位于渑池县的河南仰韶酒业有限公司被屡屡提起。

在以“仰韶牌”为主要标识的众多企业中，仰韶酒业及旗下仰韶彩陶坊品牌是优秀的代表，在一份《文旅融合推动城市高质量发展》官方文件中，政府肯定地认为：

“特别是，仰韶酒业抢抓省委、省政府关于‘豫酒振兴’的战略部署，迈在前列、干在实处，将企业发展和仰韶文化充分融合，继承发展古老的传统酿造工艺，开创了‘陶香白酒’三种香型——陶香型白酒，彰显了仰韶文化内涵，仰韶酒成为了渑池的支柱产业和对外交流的一张名片。”

在强手如林的豫酒阵营中，仰韶酒业一马当先，多次出现于国际、国内重大礼宾活动，并且代表豫酒连续数年来参加黄帝故里拜祖大典，让世界有华人的地方，都知道仰韶文化与黄帝文化互为成长，蔚蔚壮观。

七千年前的彩陶，洋溢着华夏民族的血脉。七千年前的酿造，是先民供奉神祇的琼浆。

如今，仰韶人尊重并沿袭这具有7000年历史的陶蒸酒手工酿造方法，将彩陶与美酒有机组合，如同7000年前的仰韶先人一样，九粮九蒸，历经八十一道工序，使仰韶酒成为陶蒸酒之佳作。

2021年，中国考古100年暨仰韶文化发现100年之际，仰韶彩陶坊在渑池、三门峡、在河南，以美酒欢迎嘉宾、敬奉时空、出彩中国、礼遇世界。

王见宾

