

世界遗产地核心商业街商旅文融合发展策略

——以都江堰幸福路步行街改造为例

林虹

上海申建诺德工程设计有限公司

摘要：近年来，在电子商务及购物中心的冲击下，以旅游步行街为代表的传统商业街区发展面临困境，全国掀起一轮商业街改造提升热潮。本文以都江堰幸福路步行街为例，从街区的空间形态、业态构成、文化体验和旅游服务等多方面入手，在完成商业空间建筑和景观设施改造的同时，探索商业与旅游、文化等多产业的融合，提升文化休闲体验，丰富旅游产品内涵，重现街区商业活力。

关键词：商旅文；融合；步行商业街；改造提升

【DOI】10.12254/j.issn.2096-6539.2021.23.010

世界遗产是全人类公认的具有突出意义和普遍价值的文物古迹及自然景观，已日益成为重要的旅游吸引物，与世界遗产地毗邻的商业街区便成为游客的必经之地。该商业街区通常具有一定的历史文化根基，加之与世界遗产地紧密的空间关系，因而在弘扬地域文化、彰显地域特色方面有着重要的意义。

一、幸福路步行街概况

都江堰位于成都平原西北边缘，拥有世界文化遗产、灌溉工程遗产，每年游客数量超过2000万人次。幸福路自东南向西北横穿都江堰古城，自清代以来便是古城区的商业贸易中心，因1958年毛泽东主席视察灌县经过此街，改名为幸福路。2008年汶川地震中大部分建筑被毁，重建后的幸福路为仿古风貌的步行商业街，青砖灰瓦，内敛含蓄。但在重建时期由于时间较为仓促，仿古街区未能充分挖掘其文化内涵特性，呈现的业态与建筑形式无法融合，昔日热闹的街区失去了原有的商业气息，人气不聚。在此背景下，由都江堰市政府牵头，引进第三方服务公司，按照“统一规划、创新传承、商旅结合、集聚主题、精细服务、系统提升”的思路，对幸福路实施改造提升。

二、文化传承，创新融合发展

规划深入挖掘幸福路街区及其周边文化和旅游资源，总结提炼出“幸福文化”“水利文化”“川剧文化”“熊猫文化”“道教文化”五大文化主题，期望推动传统文化与现代商业结合，实现文化价值和经济价值融合发展。

“幸福大街，皆大幸福”。“幸福”两字，高度涵盖了都江堰的文化特性，是整条步行街空间塑造的灵魂。规划通过“软”“硬”两方面的措施来展现“幸福”主题。步行街入口的“幸福墙”刻画了当年毛主席视察灌县的场景，让游客了解街道名称的由来。“幸福舞台”每天都会安排例行的演出，吸引游客驻足观看，形成浓厚的市井氛围。“幸福餐厅”是为纪念毛主席当时在井福街用餐而设的怀旧餐厅，通过场景还原让游客沉浸式地体验50、60年代的生活方式。位于“幸福广场”中心的“百福墙”和龙龟形象的雕塑喷泉象征着瑞气祥和，是游客许愿祈福和拍全家福的好去处。加上“幸福驿站”“幸福茶馆”“幸福亭”等其他幸福景

点，将街区打造为一座幸福博物馆。

“水利文化”是整个都江堰的城市灵魂，幸福路对“水利文化”的展现主要体现在对水利府和街边水渠的优化利用上。水利府原有的餐饮功能不符合其文化底蕴，规划中将其打造成为西南地区第一个微缩水利博物馆，通过有序地展出水利相关的产品，再现水利府历史文化精髓。现有的景观水渠也是“水利文化”的展示窗口，此次改造重点为强化水岸氛围，增强水景的亲水性和可通过性。

“川剧文化”并非幸福路步行街的重点，但川剧戏台及川剧演出都能成为在公共空间吸引人气的重要活动，增加游客的参与感和互动性，对提高步行街的人气和氛围有画龙点睛的作用。戏台两侧的二层商铺也可以作为观演的位置，由此可提高二层空间的商业价值。

“熊猫文化”的展现可引进以熊猫为主题的创新型旅游文化商品连锁零售平台，如熊猫屋，以展示和销售“来自熊猫故乡”的传统工艺品和民俗产品。电影功夫熊猫卡通形象深入人心，电影故事背景恰为川西地区，可在相关商业授权的前提下，将其融入旅游产品开发设计之中。

另外步行街结合“道教文化”特色，开发旅游体验项目，比如设置都市道场、观摩青城道茶制作、品味道教养生饮食，带游客沉浸式地体验道家“天人合一、师法自然”的人文精神。



图1 特色旅游景点规划

三、业态升级，优化消费体验

幸福路提升改造的定位是构建商业繁荣地、旅游目的地和文化展示地于一体的综合性风情商业街。目标客户主要包括本地居民、周边城市的度假访客和外来游客，其中外来游客为最主要的客源，如何留住这部分人群，使其能在当地驻留、消费、游玩是本项目成功的关键。

(一) 升级消费业态

幸福路现状整体业态以小型零售购物和餐饮为主，休闲娱乐类型的业态偏少，顾客的参与度不高。商业档

次不高，同质化严重，缺乏有影响力的大品牌。商品的地域文化特色不足，主题类、自主创意类的旅游商品较少，总体价格不高，对游客缺乏吸引力。

规划建议适当调整低水平重复的小吃小百货等零售业态，打造可以承载文化特色的主题型、互动型和体验型的消费业态，比如主题餐厅、主题旅舍、非遗手工艺制作展示等。积极引进文化创意型产业，提高旅游参观项目的体验感。利用现代信息技术，发展无人便利店、无人餐厅、快闪店等零售业态，促进市民和游客便利消费。

(二) 合理空间布局

与幸福路相交的文庙街、南桥街、井福街、瑞莲街、大观街、杨柳河街、曾家巷、陈家巷等多条支路，空间尺度和区位都非常适合于经营特色商业，但现状大多空置，没有得到充分开发。

规划打破传统单一的商业街概念，将幸福路主街与相邻街巷进行串联，以呈现出层次丰富、主辅相配、主后街相和谐的良好延伸。打造明确的功能分区，将主街按从东南到西北依次划分为“时尚购物体验”“休闲美食娱乐购物”“旅游特产购物”三个相对集中统一的空间区域，使得三者既划分细致，又相辅相成。根据街区实际发展情况，合理确定业态组合结构与比例，满足多元化和个性化消费需求。



图2 业态空间布局

(三) 助力夜经济发展

夜经济是一个城市开放和活力的重要标志，也是提升居民生活品质的重要载体。幸福路现状夜经济活力不足，夜间消费业态匮乏，造成游客夜间无街可逛。规划以文化背景为依托，打造充满特色文化的夜游路线，做到既有看点，又有亮点，游客在浏览过程中体验都江堰古城的风情并增添购物欲望。汇集了餐饮美食的小吃街、井福街夜生活一条街和夜啤酒长廊各具特色，是夜间最吸引游客的街区。茶馆、戏曲演出、传统节日活动及民间艺人的街头表演等休闲娱乐活动均可增加当地居民及游客的参与性和互动性，营造夜经济的火热气氛。

四、空间改造，完善设施建设

(一) 提升建筑立面，强化商业氛围

现状中式仿古的建筑立面规整而封闭，缺少设置大型广告及店招的位置。一层的外廊让店铺入口上方的店招变得不醒目，大大削弱橱窗的展示效果。项目允许店铺在招商运营阶段根据实际需求对建筑立面及店招进行改造。改造应遵循规划提供的导则，在保证整条街道传统建筑风格的前提下，可增加一些时尚元素，例如采用玻璃幕墙对风雨廊底部空间进行外包的处理方式，使店

铺的门面外推至风雨廊外侧，更加接近行人，增强商业界面的亲和力。

(二) 增设中岛店铺，提供休憩设施

现状街道宽幅25米，而两侧的建筑高度大多在15-20米，路宽与建筑高度比大于1，无法形成内聚的商业氛围。规划通过增设中岛的方式来缩小空间尺度感，形成内聚的商业氛围。同时在道路中间设置露天茶座、咖啡吧及啤酒吧，提供遮阳及休憩的场所，来吸引游客更长时间的停留及消费。

(三) 改造景观绿化，优化夜景照明

现状行道树生长茂盛但略显粗犷凌乱，应通过适当的修剪和打理，使其枝干通透、疏密有致。水岸植物应避免过于茂密，充分使水体展现于外，适当提高水位，增强水体和行人的亲和感。同时规划在商业空间入口、新增街头景点、建筑立面等处增加新的绿化形式，通过高低层次和色彩丰富的植物，更好地烘托街道的商业氛围。

现状街区夜景灯光照明单调，以勾勒建筑轮廓为主，布光手法简单，缺乏重点和亮点。以功能性照明为主，景观照明略显不足。夜景照明的提升主要通过运用光线的明度及颜色的变化来形成丰富的空间感受，LED灯带的勾勒、LED串灯的点缀以及水底射灯经过水面波纹的折射，营造出生动丰富的光影效果。悬挂于建筑外墙的一串串红灯笼是夜晚街区中的亮点，既与古典风韵的建筑外立面相呼应，突出街区的文化主题，又起到空间引导的作用。

(四) 完善交通组织，提升设施建设

构筑便捷舒适的交通系统有利于提高商业步行街的吸引力。规划打通幸福路与周边道路的联系，形成步行网络空间，改进路面铺装，消除地面高差，在道路中间各重要节点增设休憩设施，提升游客街头漫步体验。整合街区范围内停车场资源，合理规划停车场的出入口位置和出入路线，并设置临时停车区域，以满足节假日高峰期的停车需求。

在步行街区的重要路口节点设置带有中英文的道路引导标志，指示系统的设立符合街区的文化特色。增设街区便民服务设施，如免费WIFI全覆盖、设置触摸式多媒体查询机，凭借较强的信息收集、演绎、传播能力提供便捷的引导及宣传服务。

五、结语

幸福路的改造提升重点从商业模式转型入手，打破传统单一的商业概念，实施商业、旅游、文化的有效融合，以文带旅、以旅兴商、以商促文。改造后的幸福路实现了商业街区的品质提升，重新凝聚了大批人气，成为都江堰市名副其实的城市客厅。同时改造提升项目推进了都江堰古城区的业态升级、文态塑造和形态优化，促进古城区经济社会发展。

参考文献

[1] 黄文胜. 中国商旅文融合发展探究[J]. 经营与管理. 2019,(12): 108-111.
 [2] 李嘉宁. “商旅文”融合下中小城市仿古街区的发展建议[J]. 炎黄地理, 2020,(4): 88-92.
 [3] 黄璐, 刘雪菲, 易娇. 历史文化街区的升级改造: 基于AISAS的场景重塑研究[J]. 现代商贸工业. 2021,(9): 15-17.
 [4] 彭宏, 封仪, 赵湘旒, 马静, 王燕. 都江堰旅游商品文化附加值提升的策略探究[J]. 中国商论. 2020,(23): 63-65.