

学模式。网络直播教学虽然是这次疫情时期为了满足停课不停学的一种教学手段，但是确实有它的独到之处。直播授课有效地弥补了课堂教学的一些不足，比如课堂互动的手段可以更加丰富，教学效果也有较大的提高，更重要的是学生也更倾向于参与这种类型的课堂互动。总的来说，网络授课有潜力也有可能与传统的课堂教学相结合，尤其在学习传统工程学课比较枯燥的理论课程时，增加课堂互动，使同学们有参与感，可以及时的反馈各种信息，为“线上线下融合”式教学模式及“新工科”创新教学模式提供了一种新的思路。

参考文献

- [1]教育部应对新型冠状病毒肺炎疫情工作领导小组办公室：《关于在疫情防控期间做好普通高等学校在线教学组织与管理工作的指导意见》，http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt-s5987/202002/t20200205_418131.html，2020。
- [2]江苏省教育厅：《关于做好全省普通本科高等学校疫情防控期间教育教学工作安排的通知》，http://jyt.jiangsu.gov.cn/art/2020/2/24/art_58320_8982145.html，2020。
- [3]雷舒雅. 新冠疫情背景下高校在线直播教学的问题与对策分析[J]. 现代商贸工业, 2020, 41(17): 32-33.

[4]闫士展. 新冠疫情背景下体育在线教学的理论审视、现实反思与实践路径——“疫情下的学校体育”云访谈述评[J]. 体育与科学, 2020(03): 9-16[2020-06-06]. <https://doi.org/10.13598/j.issn1004-4590.2020.03.001>.

[5]李晶晶, 王占锋. 疫情背景下成果导向教育理念在桥梁工程技术课程远程线上教学中的应用[J]. 中国多媒体与网络教学学报(中旬刊), 2020(04): 183-184.

作者简介:

第一作者: 姓名(出生年月-), 项重辰1989-02, 性别, 男, 民族, 汉, 籍贯(省-市), 江苏无锡, 单位, 苏州大学沙钢钢铁学院, 学位, 博士, 职位, 讲师, 职称, 中级, 研究方向, 金属材料, 第二作者:

姓名(出生年月-), 丁汉林1980-03, 性别, 男, 民族, 汉, 籍贯(省-市), 安徽滁州, 单位, 苏州大学沙钢钢铁学院, 学位, 博士, 职位, 教授, 职称, 高级, 研究方向, 金属材料

基金: 苏州大学一流本科教学团队建设项目(苏大教[2019]112号); 教育部首批“新工科”研究与实践项目“材料制备与加工工程新工科专业建设探索与实践”(教高函[2018]17号)

近代历史风貌建筑与奢侈品的相似性分析

肖 娴

(天津市历史风貌建筑整理有限责任公司 天津 30000)

【DOI】10.12525/j.issn.2096-6288.2020.06.392

第二次鸦片战争后, 天津被迫开埠, 划分九国租界, 逐渐成了近代政治、经济、文化的集合地, 并留下了大量的历史文化遗迹。作为一座租界的城市, 天津保留下来的历史建筑、传统习俗、民俗民风, 体现着它中西融合的独特城市文化。2005年7月20日, 天津市第十四届人民代表大会常务委员会第二十一次会议通过了《天津市历史风貌建筑保护条例》, 其中对历史风貌建筑作了较为系统和完整的定义: “所谓历史风貌建筑是指建成五十年以上, 具有历史、文化、科学、艺术、人文价值, 在典型范例、群体特色、特征景观、人文背景等方面有突出特点, 能够反映时代特色和地域特色的建筑。”

经专家鉴定, 05年初步认定天津市现存历史风貌建筑854幢, 截至至2011年已有5批共计746幢历史风貌建筑挂牌, 而其中规模最大, 最具天津特色就是为众多近代的小洋楼建筑。冯骥才先生在他编著的《小洋楼》中提到过: 小洋楼既属于历史, 更属于未来。无论其历史价值、文化价值、审美价值, 乃至旅游的价值, 都会在未来源源不断地显示出来, 并作用深远, 无可估量。

奢侈品在国际上被定义为“一种超出人们生存与发展需要范围的, 具有独特、稀缺、珍奇等特点的消费品”, 奢侈本身没有贬义, 也并一定就代表了高不可攀的价格, 它代表的是一种非生活必需品。

一、整修的高成本

(一) 均分布在城市中心地带, 地块价值较高。机会成本很大, 同样占地面积的新建商业用地, 容积率, 建筑使用规划更符合商业使用要求, 设施设备先进, 能配备足够车位的停车场

(二) 产权获得的成本高。由于近代风貌建筑大部分都已经在使用中, 且产权特别复杂, 获得产权的过程涉及腾迁和商议等主观因素较大的手段, 产权取得成本很好, 且耗时, 很难控制时效。

(三) 建筑修复成本高。要较完整的保留历史风貌建筑的建筑特征, 最大限度的还原本来风貌, 从专家的历史考证, 修复技术的研究上都需要逐一实施, 没有新建建筑大规模量化的方法, 且修复时间和成本都比新建建筑要高一倍以上。

(四) 投入和回报期长。商业地产项目一般在项目开工后, 根据项目定位和商业规划, 即可进行招租和销售。

在如此高昂的一个前期投资和需要较长的回报周期的情况下, 近代历史风貌建筑的历史价值、文化价值、建筑价值又如何转化成商业投资的回报? 对于近代历史

风貌建筑来说, 单位平米的投资和商业回报要比一般大型现代街区的投资大得多, 如何将单位平米的收益能与投资想配比? 每平米每天总收益等于商品单价*购买批次, 餐饮业就是单人平均消费*翻桌率, 酒店业就是单平米入住率*单平米价格。由于体量的限制, 和近代历史风貌建筑的稀缺性, 这些高投入的项目定位肯定是只能满足部分人的需求, 近代历史风貌建筑街区商业回报率最大的方法就是研究在当前的市场环境下, 尽量定位高端, 又能让消费者接受并认同定位和定价, 尽量的是满足消费者较高层次的需求。研究近代历史风貌建筑的商业定位实际上是研究在特定的市场环境下, 消费者愿意花费的最高价格的产品定位。找到什么样的人愿意为近代历史风貌建筑的独特性花费额外的费用, 这样的消费者具有什么样的特征, 他们喜欢怎么样的生活方式, 中意哪些品牌的产品和哪种类型的服务, 怎么样的营销手段对于他们更有吸引力。

二、绝对稀缺和相对的规模效应

近代历史风貌建筑是城市的稀缺资源, 且不可再生。天津共有保留的历史风貌建筑800余幢, 这个数目对于天津整体城市的地产规模来说是极小的, 由于历史的原因或者产权的原因, 可以利用和成片开发利用的又是少之又少。因此近代历史风貌建筑的资源是绝对稀缺的, 与奢侈品牌一样, 只能满足少数人的需求。

天津近代的历史风貌建筑也不像中国古代的文物建筑一样如此稀有, 近代历史风貌建筑作为国家级文物和市级文物的, 全天津市也只有几幢。这种文物建筑虽然建筑历史价值和人文价值更高, 对于保护性利用的限制诸多, 一般只能由国家出资用作社会公众的历史文化教育。而近代历史风貌建筑的留存在地理范畴的区域性集中, 则有利于商业街区规模效应的产生, 才可能运作于商业市场, 按照天津市文化街区的规划来看, 天津正在对近代历史风貌街区商业街区进行总体规划, 打造天津市近代中国看天津的文化旅游品牌。

三、高附加值

奢侈品有具有独特的, 个性鲜明的文化背景故事, 奢侈品的核心价值就在于它提供的梦想和独占性。《Time》对gucci总裁的Polet做的一篇采访中他解释了对于奢侈品的认识: “奢侈品的品牌比产品本身更重要。因为你首先是为了品牌而买, 其次才是产品。品牌给人们实现梦想的机会。”

奢侈品品牌的附加值高, 除了产品质量高于一般产品外, 还有着高品质的服务和文化附加值, 奢侈品品牌文化是也往往赋予奢侈品牌深刻而丰富的文化内涵, 建立鲜明的品牌定位, 并充分利用各种沟通传播途径, 形成消费者对奢侈品品牌在精神上的高度认同, 创造品牌信仰, 最终形成强烈的品牌忠诚。消费者购买产品, 尤其是像奢侈品这样具有强烈阶级标记的产品时, 其趋同感是十分强烈的, 他们希望通过购物发现他们的“阶级”, 展现他们的地位, 因此品牌本身并不能代表什么, 无形的价值才是核心。^[1]

近代风貌建筑除了建筑价值之外, 也有社会广泛认同的历史价值、文化价值, 有着丰厚的人文底蕴。

参考文献

- [1]迈克尔·R·所罗门. 消费者行为学[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2010: 22-23.
- [2]凯文·莱恩. 战略品牌管理第三版[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2009: 33-35.
- [3]旅游管理原理与方法, 董观志[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2005: 22-23. 注释:
- [1]彭传新. 奢侈品牌文化研究[J]. 中国软科学, 2010, (2): 27-28

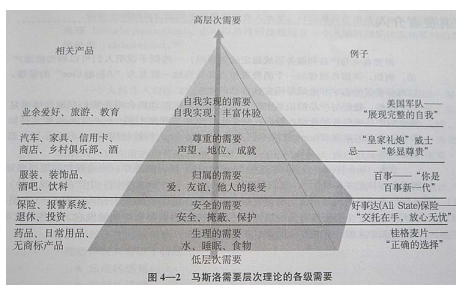


图 4-2 消费者需求理论

资料来源: 迈克尔·R·所罗门. 消费者行为学[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2010: 22