2024年10月21日 星期一
主编 赵 波 美编 李 飞 审读 王 岩 排版 王慧芬

重构场景，引来年轻人；链接热点，做强文旅新IP；多元呈现，探索“名人故居+”发展模式——

青岛历史建筑这样焕新“打开”

□青岛日报/观海新闻记者 余瑞新 曹 森

从历史烟尘中走来的历史建筑，如何能在当下绽放新生？

面对历史建筑更新的共性之问，上海交通大学建筑文化遗产保护国际研究中心主任曹永康的这一阐述或许可以作答，“不能把它们变成博物馆里的展览品，而应该让它们更好地‘活’在我们的文化之中、生活之中，从而使传统建筑完成在见证某段历史后的身份转换。”

其实，在青岛历史建筑更新的具体实践中，除了历史功能的延续外，更多的是这种“身份的转换”。“小红楼”成网红打卡地，昔日瑞蚨祥变身新青年聚场，《抓娃娃》取景地有余里引来复古商店……多元化的“打开”正让一个个历史建筑焕发生机。那些历史建筑里往来穿梭的人流，也在无声地证明：“老建筑”正在融入现代生活，成为城市“新空间”。

▲复古范儿十足的1919新青年聚场是历史街区的新地标。

▲青岛里院喜剧节期间，黄岛路上人如潮涌。

◀随着历史城区保护更新工作的推进，一座座老里院完成更新改造，成为岛城夜色里的新景观。

招引新业态，让历史建筑“活”在当下

新旧碰撞、时光交叠，这正是历史建筑更新的最迷人之处。当岁月沉淀的醇美，通过空间优化、场景重构而富有时尚，那该是怎样的化学反应？

从“小红楼”的火爆，我们可以窥得答案。在市南区安徽路16号，绿树掩映下的红色德式花园别墅里，每逢节假日，年轻人络绎不绝，他们或手捧咖啡欣赏画作，或在大型玫瑰花束装置前拍照，抑或在盖章区留下关于青岛的专属记忆。

这座小楼迄今已有一百多年历史，拥有红瓦坡顶、德式复古门窗，因红色楼体而广为人知，被称为“小红楼”。早期，这里作为私人府邸而存在，德国船舶机械师斯蒂尔洛、知名医生李召华和夫人石雪筠，都曾在这里居住。近年来，“小红楼”曾以民资美术馆的身份免费开放过一段时间，却不曾有当下的火爆景象。

在历史城区更新建设热潮的推动下，“小红楼”“改头换面”，化身为集美术展厅、书房、咖啡馆和艺术交流场所于一身的文艺休闲场所，并凭借潮玩打卡、文艺画展等多种花式玩法，在小红书、抖音等网络平台走红。值得一提的是，“小红楼”采取门票制，即便如此仍热度爆表，这和其不断创新潮流业态密切相关，在青岛流行起来的盖章打卡体验模式就源自这里。如今，“小红楼”运营方已在历史城区布局里院书坊、繁花文创商店、小岛日记等店铺。

老味道、新功能，从物理空间修缮到新业态入驻，深思熟虑的招引落地，让越来越多的历史建筑“活”在当下，被年轻人看见。

在市北区胶州路35号，复古范儿十足的1919新青年聚场是历史街区的新地标。当过往行人驻足拍照，并感叹建筑之美时，却鲜有人知，它就是昔日瑞蚨祥的起家之地。

提起瑞蚨祥，老青岛人并不陌生，它是20世纪二三十年代中国著名的商业家族孟氏家族的“祥”字号企业之一。在里院样式还没有迭现光彩之前，瑞蚨祥就在这里建起店面，成为青岛最早的绸布商店。如今，在其富有岭南特色的镬耳山墙上，1919 LA JEUNESSE（法语“青年”，曾是《新青年》杂志创刊封面的外文名）的红色标志十分醒目，成为这个百年老里院的新标签。

“瑞蚨祥店面整个建筑外立面都是红色的清水墙，风格和我们策划的主题十分契合，加上其处于街角处，地理位置优越，我在考察时对其‘一见钟情’。”1919新青年聚场主理人赵敏介绍，“聚场”即新青年的集聚地，策划潮食、酒饮、文创、秀场等多元复合板块和五四新青年主题吸引年轻人。

不止于此，“聚场”的功能还在延伸。记者在店内看到，王哥庄大馒头、青岛虾酱等多个青岛特产被摆在显眼位置。“来店的外地游客常会咨询有关伴手礼的问题，我们就萌生了集聚青岛特产的想法，并在持续拓展青岛特产的朋友圈。合作方认为历史城区的流量IP可以提升这些特产的显示度，从销量来看确实如此。”赵敏说。

打造文旅IP，塑造文旅融合新典范

在历史城区构筑的文旅IP阵容中，多了一个“喜剧”光环。

今年9月底，青岛里院喜剧节让历史城区“火”了一把，喜剧节的品牌吸附效应也开始显露头角——圣心修道院旧址的新国风沉浸式互动展览《画堂春》、博山路上开心麻花带餐喜剧《偷心晚宴》、高密路No.66超级音乐工厂的马虎脱口秀……更多商户的“精神自留地”冒头，成为老城的一抹亮色。

“喜剧节期间，仅相关演职人员就包揽了我们30%的房间。”青岛茉欢商业运营管理有限公司项目经理徐国栋坦言喜剧节的热度出人意料，并直言对未来的期待，“希望喜剧节能常态化运营，成为街区发展的一张新文化名片。”

喜剧节期间，黄渤曾说，“把喜剧请进来，把艺术家请来，希望在里院‘长’出更多的文化样貌”。一如乌镇戏剧节、阿那亚戏剧节从探索到成熟，当喜剧节的文化属性不断向外延拓，里院的新人文场景将引领展演风潮，成为文旅融合新典范。

如果说里院喜剧节是历史城区主动打造IP，寻找老城“年轻力”的链接点，那么有余里的出圈，则是“借力”影视IP激活历史建筑的生动体现。

长山路历史街区上的房屋建筑形式多样，既有近百年历史的老里院，也有20世纪五十年代后期建设的筒子楼和平房，其中有余里是典型的里院。今年电影“暑期档”票房冠军《抓娃娃》，让这一无人问津的小院广为人知。

面对有余里的火爆，市北区迅速行动，在做强沉浸式影视取景地的同时，又引入复古商店——友谊商店，盘活小院。

“目前，我们主要是通过复古时装换装摄影盈利。我们对《抓娃娃》电影场景做了解析，挖掘出200多个打卡机位，做跟拍服务。”当问及商店的运营模式，友谊商店主理人赵岩介绍。“目前，二楼已经有一部网剧正在拍摄中，相信在多个IP的加持下，这个小院会被越来越多的人知道。未来，我们希望利用这一怀旧、复古的空间，打造短剧拍摄基地、开办主题俱乐部，并开发相关文创产品。”

■游客在小红楼美术馆院落里安享休闲时光。

■赵太侔故居前的龙江路如今是热门网红打卡地。

■红砖红瓦的1919新青年聚场里院，里里外外都是“中国红”的主色调。

本版摄影 邢志峰

多元呈现，探索名人故居活化利用

“臭脚巡”边走边诉说着自己的过往，“月牙儿”站在楼梯上深情独白，神秘人孙老者要拜师学名扬万里的“五虎断魂枪”，“祥子”出场分享他和虎妞的喜糖……

近日，一场沉浸式话剧《寻找老舍先生》在骆驼祥子博物馆精彩上演，游客与演员零距离互动，跟着角色在实景演出现场穿梭，仿佛置身1930年的青岛街头，与徘徊在黄县路上的老舍先生擦肩而过。“有些年没来骆驼祥子博物馆了，没想到现在搞出这么多新花样。”带着孩子打卡博物馆的孙女士说。

确实，在历史城区场景日新的大背景下，骆驼祥子博物馆也开始探索除“静态”展览外的互动，以沉浸式话剧演出增加博物馆的立体感和原生感。如今，利用庭院、户外场景，以老舍先生在青岛创作的四部作品——《断魂枪》《月牙儿》《骆驼祥子》《我这一辈子》的精彩片段串联创作的话剧《寻找老舍先生》上演，惟妙惟肖的表演与众多可参与的环节，拉满市民游客游览的体验感、沉浸感。

名人故居是城市历史文化的见证，是触摸那段珍贵历史的“活化石”。目前，青岛已经认定并挂牌的名人故居有60处，其中58处分布于市南区，而这其中又有超过20处集中于小鱼山至八关山山麓周遭2平方公里的街区内，如此密集的分布在全国实属罕见。近年来，对于这些兴建于20世纪二三十年代的名人故居的保护利用，青岛制定具体行动目标，探索“名人故居+”的发展模式，让老建筑原生感和社交感并存。

比如，王统照定居近30年的观海二路49号，曾留下了诸多美文与佳话。如今，这里不仅是王统照个人纪念馆，还经常举行读书会、文艺青年派对等活动，传承青岛文学魅力。始建于20世纪二十年代初的赵太侔故居，成为集名人展览、戏剧主题、休闲业态于一体的综合性场馆和青岛文化新地标，百年之后仍有戏曲声和欢笑声从这座欧式小楼里传出。吴郁生故居则变身银鱼巷博物馆，展陈宁阳路老街发展史，增加互动空间，丰富市民游客体验。

当然，名人故居的活化利用，只靠政府唱“独角戏”显然难以持续。从长远来看，必须汇聚各方力量，发动全民参与。全球知名的莎士比亚故居所在地英国斯特拉特福镇，就依靠信托基金的专业化运作，实现故居古迹开发与保护的平衡。此外，当地还积极培育全球“粉丝”力量，深挖莎士比亚文化，不断提升其影响力，使得这个本地居民只有约3万人的小镇，每年接待全球游客达500万，这值得青岛借鉴。

系统化运营，专业化“操刀”历史建筑更新

历史建筑如何更好地“打开”？纵观宽窄巷子、老门东、三坊七巷等全国历史城区复兴的佼佼者，系统化运营和专业化“操刀”是关键。

作为青岛历史城区保护更新的具体实践者，市南区和市北区自实施历史城区保护更新之初就相继成立国有平台企业，负责建筑保护修缮、业态招引和街区运营，叫响了“上街里”“大鲍岛”等历史文化街区IP。

与此同时，青岛还注重引入外地实力企业“入股”历史城区，在历史建筑的盘活过程中，不少项目通过本土国有平台与外地专业化企业成立合资公司的形式引入“外脑”，获取国内先进企业专业的运营经验、规范的管理流程、覆盖面更广的资源获取和整合能力、企业的品牌效应等，最大程度地激活老城。

始建于1907年的三江里，其前身为青岛三大会馆之一的三江会馆。三江会馆门前曾有一座大戏楼，被誉为“琴港第一戏楼”，吸引了洪深、老舍、俞珊等众多名人前来赏戏，是青岛早期文化的重要孕育地。但在历史城区保护更新中，三江里因偏离中山路主街，地理位置不占优势。在青岛海明城市发展有限公司与斯维登集团合资成立的青岛茉欢商业运营管理有限公司运营下，老街区变身青年文化生活街区，“宝藏小巷”“时髦复古街区”“最好玩的艺术街区”成为该街区的标签。

“我们的逻辑是‘住宿+’运营模式，先通过住宿把人留下来，再按照‘楼上住宿、楼下商业’的思路，引入与周边旅游资源和主题街区业态、资源、产品互补的网红商业，从而打造一个小型社区。”青岛茉欢商业运营管理有限公司项目经理徐国栋解释了系统化运营的主动性，“我们会根据住宿客群画像特点规划布局业态。比如，三江里客群70%为年轻人，这其中女性又占七成，我们就引入宝藏小店、手作、手工冰淇淋等小而美的业态，从而实现一个住宿和消费良性互动的生态圈。”

在大鲍岛街区，系统化运营的优势也得以显现。“目前，大鲍岛的招商入驻率已超80%。在今年招商工作推进过程中，我们筛选项目的门槛明显提高，与以前‘先引进再培育’的模式相比，如今将主要考量项目的品牌效应，比如，是否是首城首店、受年轻人欢迎的网红店等。”大鲍岛历史文化休闲街区商管公司相关负责人介绍，多元化首店的圈粉效应是惊人的，街区今年将积极打造“首店+街区”的概念，让品牌与街区双向赋能。

更新还在持续，我们期待更多的历史建筑以新方式“打开”，重新涌起发展脉动，为延续这座城市的历史文脉留下华彩一笔。