



穿越时光旧貌换新颜

老厂区老品牌 都能迎来春天



粉丝节现场

9月上旬，一场天津融媒体粉丝节活动，为坐落在河东区海河岸边的棉3创意街区带来空前的人气，摩肩接踵的人群、亮眼的消费数据，无不彰显着勃勃生机。近日，记者深入这些老厂区、老企业，去感受它们跨越百年、披荆斩棘，走出来的创新盘活之路。



棉3街区航拍

尘封棉3 亮出“文艺范”

棉纺3厂的前身是建于上世纪三十年代的天津纱厂，而天津纱厂又是由始建于1921年的裕大纱厂和宝成纱厂合并而来的，这片区域不少老厂房都有上百年历史。棉3整体搬迁后，这里一直处于荒废闲置状态。2013年，天津住宅集团、纺织集团等单位，联手对棉3老厂区进行开发，力图打造成符合当今商用、办公需求的文创街区，激活尘封的老厂房。天津棉3创意企业管理服务公司总经理陈强正是那时来到这里，投入到提升改造工作中。“当时整个园区破败不堪，好多楼只剩下四面墙，别的都没了，完全没有使用功能，我当时觉得这可能修好吗？而且要修成文创街区，太难了啊！”陈强说。

棉3厂区一共9组、13栋厂房，布局各异，按照文物修复原则，在不改变建筑原貌和主体结构的前提下展开修缮，这直接导致施工难度和限制条件增加。位于棉3街区南区的老棉3发电厂是今年天津融媒体粉丝节的举办地之一，也是整个街区最后一座展开修缮和利用的建筑。发电厂由5栋房屋拼接而成，每栋的修建年代不同、材质不同、风格不同，彼此之间还有隔断，很难实现综合利用，而且



改造后的棉3发电厂内景

楼体严重破损老化，必须慎重考虑好今后的功用再动工。还有一点最棘手，这里布满了大大小小的煤斗和用于起降吊车的水泥柱子，占地方不说，还把楼内空间切割成小碎块，想找出一个相对宽敞完整的区域都难，这在很大程度上约束了建筑的用途，而出于对文物的保护，这些柱子和煤斗又不能拆。陈强他们跟文物专家研讨多年才最终确定，将这里改造成活动展示空间，用于举办各种展览和沙龙，既能将工业风貌作为展示特色保存下来，又能巧妙灵活地利用空间。

建筑功能和设计思路有了，到了动

手修复的时候，难题又来了——大楼长期空置，年久失修，有的地方甚至只剩下房梁，连楼板都没了，为了避免给楼体造成负担或破损，文物专家建议，新添加的楼板不能跟过去的老房梁或柱子产生接触。陈强他们左右权衡，反复修改方案，在楼里重新做了一套地下基础和承重结构，将楼板搭载在新建的钢质承重梁上。历经半年多紧张有序的施工，去年10月，棉3老发电厂完成升级改造，投入使用。整洁而富有创意的布局，充满艺术氛围的文创空间，使整座建筑焕然一新，活力满满，到目前为止，这里已先后

举办展览、拍卖、产品推介、艺术交流等各类活动数十场。

持续3天的天津融媒体粉丝节为棉3创意街区带来12万客流、近千万元消费收入，棉3也收获了一批新粉丝，不少之前没怎么踏足这里的市民，趁着参加活动的间隙，徜徉在街区里，满怀好奇地走进一栋栋写满故事的老厂房，喝杯咖啡、看看展览，感受这些百年建筑在新业态中焕发出的旺盛生命力。

如今，棉3街区老厂房的利用率已经超过70%，其中不少商户都是一开街就进驻，与街区形成了长期稳定的合作关系。2016年，天津茉莉花茶拼配工艺传承人张津生，将店铺落户在棉3，芬芳的茶香萦绕在厂房里，吸引了许多爱茶之人专程前来品茗赏景，也为棉3这个充满工业气息的老街区，增添了一些风雅之气。

为了让进驻棉3的企业长久健康发展，市国资委、河东区文创产业发展办公室和棉3创意企业管理服务公司等单位群策群力，努力为大家完善配套、对接资源，不久前，区文创办积极牵线搭桥，帮助张津生他们跟一家航空公司达成合作，将花茶产品送进机舱，摆在全国旅客面前。张津生说：“这种合作是双赢的，街区好了，我们就好了，我们好了，街区可能也会随着这个知名度一起提升，也希望我们能跟棉3一路长长久久地走下去。”



抵羊制衣车间

科技创新、产业焕新、城市更新，盘活存量、培育增量、提升质量，既涉及街区、建筑，也关系着产业、企业和品牌。老字号历史悠久，富有情怀，但往往存在机制陈旧、市场敏感度低等问题，如何通过创新，让老品牌焕发新生机是个难题。天津本土的民族品牌抵羊，就是历经波折才终于找到新赛道的。

1931年，九一八事变爆发，抵制洋货、实业救国的热潮涌动。著名爱国企业家宋秉卿于1932年创立了“抵羊”品牌，主要生产毛线等针织产品，“抵羊”毛线一经问世便畅销全国，被誉为“国货之光”，短短3年就击败了日本和英国的毛线品牌，占据国内87%的毛线市场。

2006年，“抵羊”被商务部授予“中华老字号”称号。

回顾往昔，近百年光阴里，“抵羊”经历过辉煌，也曾陷入艰难维系的困境。天津纺织集团控股有限公司副总经理何东瀛说：“上世纪六七十年代，织毛衣是刚需，全家四五口人都穿织的毛衣。后来改革开放，各种新型保暖材料涌入，比如羽绒服对毛线冲击就很大，穿上它里面就不用穿毛衣了，慢慢地毛线市场不断收缩，产品滞销，最难的时候为了让企业存活下去，‘抵羊’职工都自己出钱买毛线，现在好多老职工家里还存着当年的毛线……”之后几十年，“抵羊”在市场大潮中起起伏伏，始终难回巅峰。

2022年3月，市国资委启动老字号进校园活动，同时，市工信局、商务局也根据天津振兴工业老字号老品牌实施方

“国货之光”走上新赛道

案，在推进轻工产业“一品牌一策略”专项行动中，为“抵羊”量身定制了一套市场对接方案。“当我们走进企业和校园后，发现大家对‘抵羊’还是有情怀的，讲起家里老人以前用‘抵羊’毛线织毛衣的那些故事很有感触，这给了我们很大信心，回来就商量着干脆把校服工装这部分业务开发成‘抵羊’的子品牌。”抵羊智造总经理张红艳说。

2022年10月成立的抵羊智造有限公司，经过一年多的洽谈，跟全市5个区、10余所学校，以及水务集团、能源集团等多家企业达成合作，校服工装类产品销售额累计达到3000多万元。受此启发，公司改革业务布局，细分出高端定制、校服工装、新材料等5个子品牌。何东瀛说：“我们现在是多个赛道同时发力，每个赛道都小而美、专而精，其中新材料是眼下的热点，我们跟科研团队合

作，从植物、动物、矿物中提取有益成分，纺成纱线做成衣服、袜子，不仅更加柔软亲肤，还具有抑菌和可降解等特质，十分受欢迎。”

如今，在抵羊智造的制衣车间里，将图纸输入电脑，仅需10分钟，制版打印一体机就可以自动裁出衣服小样，居家服、工装、校服等各类款式新颖、时尚环保的服饰，以平均每天400套、每年20余万套的效率生产出来。今年上半年，抵羊智造的销售收入达到6300万元，接近去年全年销售额的两倍，同时，公司联合56家协同生产企业，在全国范围内建立了一条集纺纱、织布、成衣业务于一体的产业链。

百年老品牌，走上新赛道。“抵羊”不仅实现了自身的盘活焕新，同时还带动上下游企业，共同迸发出蓬勃的生命力。

图片由《津云调查》节目组提供

津云新媒体、天津广播电视台电视新闻中心与《每日新报》联合推出

总监制 印永清 监制 彭康华 王军 李强 制片人 白冬梅 李睿哲 编辑 宋新新 记者 宋新新 摄像 曹希民
版权声明 本栏目所刊载的内容，未经本报许可不得转载、摘编。违反上述声明者，本报将依法追究其法律责任。