



【热点追踪】

日前,由中国人民政治协商会议天津市委员会文化和文史资料委员会(天津市政协文史委)、中国人民政治协商会议天津市和平区委员会(和平区政协)联合天津人民出版社,出版的《天津文史资料选辑第136辑:重新发现五大道》(以下简称《重新发现五大道》)图书正式出版。

《重新发现五大道》是一本以图文并茂的形式,将独具特色的历史文化街区五大道完整并真实呈现出来的力作,平实的叙事中蕴含着故事性和体验感,使五大道不仅作为一个街区的名称或者符号被表述,还是一个叙事空间,更是极目远眺世界的窗口。

据了解,参与文稿撰写的作者群,具有年龄跨度大、职业范围广泛的特点,从不同人群的视角,以鲜活的故事还原了城市的历史记忆,为五大道历史文化街区增添了人文价值,彰显了天津文化传承、文旅发展的新风貌。另外,每本书内都附赠一张五大道手绘地图,策划团队还围绕该书设计了水彩五大道明信片等周边文创产品,以不同方式展示了天津五大道的历史人文资源。

以亲历亲见亲闻为内容主线
具备文史资料旅游手册科普读物三种功能

2023年,天津市政协文化和文史资料委员会承担了京津冀政协主席联席会议第九次会议的重要任务,会议主题是“打造区域文旅精品线路,构建京津冀文旅融合发展新格局”。天津市政协文化和文史资料委员会工作处二级调研员刘炎表示,她们历经6个多月的精心准备,经过数十次调研,形成了丰富的调研成果,“文史资料素有资政作用,能不能结合京津冀三地会议的主题,配合天津文旅的宣传推介,从政协文史资料的角度做点事呢?”

刘炎解释,她们原本设想的多个文旅选题被自己先后推翻,最后打算用一本遵循“三亲”史料原则(亲历、亲见、亲闻)的书来整合天津文旅资源。随后,刘炎和其他工作人员立即着手搜集相关的资料,探讨可行性,这个想法逐



渐形成了相对完善的方案,即在此后若干年,每年选择一条精品线路,同时与相关区政协和有关方面合作,并且请亲历者撰写相关文旅开发、资源保护、市场运营、宣传推介等相关的“三亲”文章。“出版一本既是文史资料,又是旅游手册,还能宣传天津的文史科普读物。”刘炎补充道。

“第一年作五大道,第二年作海河沿线,第三年作蓟州,然后是滨海……形成系列。”刘炎表示,她们将工作方案确定后,开始策划相关的具体内容。2023年9月底,她们联系和平区政协组织征集部分文稿。与五大道相关的刊物书籍有上百种,并且还拍过专题纪录片。这本书怎样突出“新”是个难题?

通过梳理刘炎发现,曾经出版的五大道相关资料多数是散的,有的是老居民的回忆,有的是保护利用的经历,偶尔还有先大院市集策划等。刘炎觉得,她们需要从多个视角勾勒出五大道的样子,她决定请五大道的规划者、保护者,以及在五大道上开店的经营者、管理者、导游,乃至五大道的原住民等,分别讲述五大道的由来、资源的开发历程、规划与保护、成长与生活,让读者通过阅读这本书,了解五大道的前世今生,探寻五大道的故事和神秘感十足

的叙事空间。刘炎表示,在创作《重新发现五大道》时,她们的初衷并不只是说通过一本书讲五大道的故事、文史或者规划等,她们希望“无论读者从事什么行业,或者哪个年龄段,都能够从这本书里边找到点共鸣”。在刘炎看来,这本书的内容不仅跨行业,包括城市规划、历史街区保护、文旅研究、博物馆经营等,跨领域,包括行政管理、商业经营、文化产业等等,而且作者群,参与采编人员年龄跨越半个世纪,从耄耋老人到“00后”,真正做到了用不同人群的眼睛去“发现”五大道。

天津人民出版社第三编辑室岳勇主任说,从去年10月开始,他们出版社一直参与了包括选题策划、稿件筛选、后期排版等方面的工作。去年11月中旬,他们完成了第一批初稿征集工作,大概有25篇左右的文稿和相关的照片视频、音频材料,去年12月对文稿作了一些修改。

《重新发现五大道》这本书的题日,岳勇与相关人员研究很多次,因为题目需要体现对于五大道的一个重新认识,也能够通过这个题目反映一些新的东西,所以才确定书籍的名称为《天津文史资料选辑第136辑:重新发现五大道》。

天津市政协文化和文史资料委员会工作处郑祖元处长说,他们想通过《重新发现五大道》这本书让游客知道五大道的历史文化底蕴,发生过哪些历史故事,以便促进文旅部门深入思考怎样把文化和旅游真正地结合起来,实现文旅的深度融合。他们希望通过这本书让人们感受到把文化的力量注入旅游的真正意义和价值。

《天津文史资料选辑第136辑:重新发现五大道》出版

换一种视角,阅读五大道

本报记者 孙瑜

多角度展示五大道
感受城市文化奔涌向前的生命力

五大道并不是一天建成的,围绕五大道所发生的历史,故事以及产生的文化现象,一直在生发与丰富,并注入天津充满生命力的城市文化之中。

《重新发现五大道》中的文章,在刘炎看来,会让读者发现五大道并不一直是现在这样的,而是经过历次的规划、搬迁和不断更新发展,然后才变成如今的样子。为使读者对五大道的来龙去脉有一个整体的认识,该书的创作者根据整体内容的策划去布局文章,并且根据内容来确定作者,冯骥才曾居住过五大道,路红是历史风貌建筑的守护者,祖光为纪录片《五大道》的导演等。

岳勇表示,在去年12月末的时候,稿子基本确定下来了,策划团队为丰富书籍内容,确保内容准确和专业性,还向多名相关专家进行了请教。天津市保护风貌建筑办公室研究室主任金彭育,他长期作五大道研究的,从他的视角讲述了很多不为人知的五大道的故事。天津市城市规划研究总院副总规划师朱雪梅,从建筑规划专业方向,对五大道进行了分析介绍。岳勇认为,从建筑的规划和研究角度去写五大道,突破以往以名人角度写五大道,是一种新鲜的尝试,也使得《重新发现五大道》的内容被提升到研究的高度。另外,还有作者从运营者的角度来写五大道,编辑团队采纳了桑丘书店、沉香艺术博物馆等运营者的文章。大纲出来之后,编辑团队对这本书不同角度相关内容的占比、专题章节的设置和图文编排,都与专家进行了研究,让它更具可读性,更符合市场需求。

岳勇说,《重新发现五大道》中设置了很多专题,他们也是经过多次协商,尽量让文字更加精炼,能够提炼出文章的主题:例如五大道附近有一家咖啡店的店名叫简初,当时编辑团队觉得咖啡本身作为现在的快消品和舶来品,深受年轻人喜爱,咖啡行业在五大道的发展一定程度上能够体现出五大道的活力,所以才将这家咖啡店作为一个专题来写。后来经过大家的商讨,把题目确定为《一杯咖啡漫品五大道》。天津人民出版社曾经出版过不少与五大道相关的书籍,这次是第一次涉及与五大道咖啡有关的内容,编辑团队希望这本书能够被“00后”“90后”年轻人接受。

岳勇解释,现在到五大道旅游的人越来越多,很多外地年轻人可能并不是非常了解天津的历史。如今游客来天津,大部分是因为被网络上展示的五大道相关场景所吸引,这些内容对于想深度浏览的游客来说可能并不解渴,《重新发现五大道》就专门为他们提供了相关的专业内容。

岳勇说:“五大道选题的相关出版物很多,怎样将现在的文化理念、消费观念和历史文化结合

在一起,是在编辑这本书时首先考虑的问题。现在很多作者都是长期从事这方面研究的,也写了相关的文章,但是对于编辑来说要考虑市场和读者,因为现在年轻读者跟过去是不一样的,过去,书给读者一些观点和新材料,读者是可以接受的,但是现在的年轻读者阅读书籍,希望的是书对他能有触动或者启发。由于年轻人习惯从多媒体获取信息,今天的书籍要能吸引年轻人,不仅要有新的内容素材,还要有启发思考的作用。”

《重新发现五大道》编辑团队还把过去在五大道生活、工作的人群的文章也收录到这本书中。例如作五大道讲解的张振东老师的文章。岳勇认为,《重新发现五大道》这本书突破了过去作为一个选集或者史料的桎梏,采用了大量新的主题以及新的写法,包括在表现形式上也有突破。这次《重新发现五大道》项目不仅出版图书,而且还配有与书籍相关的视频以及明信片。

刘炎说,当时,她偶然看到《跟着小虫游香港》漫画书后,觉得书中插画十分有趣,因此受到启发,决定尝试借鉴这种形式,邀请天津大学环艺学院的叶武老师为《重新发现五大道》这本选辑作画。在一本文史资料选辑里出现漫画、明信片,这是前所未有的。

《重新发现五大道》出版后,天津人民出版社也收到了很多读者的反馈,尤其是五大道管委会觉得书中的明信片可以在五大道作为纪念品来出售,特别增加了订购的数量。岳勇说,他们想通过这本书的出版,尝试通过新形式更好地宣传五大道。

文旅与街区规划相融合
各行业作者提供发展五大道新思路

《重新发现五大道》的出版,不仅是为市场增添一本高品质文史资料选辑,也作为地图和科普读物为游客游览五大道提供服务,更为五大道的发展提供了很多创新思路。

编辑团队聘请天津美院的研究生专门进行实地调研,根据五大道建筑特点,做了一份五大道手绘地图,并请天津市城市规划研究总院来审核。在绘制的时候,地图设计风格也结合了民国时期的租界地图风格,尤其是英租界的地图,在手绘地图中很多的路同时标注了民国和现代的路名。对于一些有历史情怀的读者,他们可以通过这份手绘地图,清晰地了解历史与现实结合起来。很多的游客拿这张地图游览五大道,效果非常好。

这本书内增设二维码,读者通过扫描二维码,可以看到天津市政协制作的天津文旅宣传片、和平区提供的五大道宣传视频、祖光老师提供的纪录片《五大道》宣传片以及部分作者的访谈视频。丰富的内容让这本集“三亲史料”“街区文化”“旅游攻略”于一体的文史资料立体鲜活起来。

《重新发现五大道》的作者之一,天津市冯骥才民间文化基金会理事长冯骥说,对于五大道历史文化街区的定位,专家学者们视角不同,观点也各有不同,他认为,五大道的神韵在于小洋楼,而

精髓是名人旧居。在冯骥看来,五大道的神韵,就是小洋楼之外的,建筑的美,掩映于四季更替光影变幻之中,而五大道的精髓,也就是小洋楼内在的魅力和神秘之处,就是深藏在这些旧居中,叱咤于近代中国的历史名人。房子没有灵魂,但旧居中这些历史人物赋予了房子独特的气质和精神,他们的往事、回忆,还有他们跌宕起伏、惊心动魄的故事,就是房子的灵魂。对于像五大道这样大型的历史文化街区的保护发展,冯骥认为,可以学习和借鉴欧美国家在文化保护和文旅融合中的一些先进机制和做法,例如英国。五大道文旅发展需从以下几方面提升:完善法规机制,形成良好的社会氛围;在文旅融合方面,将历史文化资源进行挖掘和转化,并发展成新的文化业态,像一些名人旧居和故居,在保护发展中既要注重原汁原味,又要注重游客的体验和感受;像景点或历史街区的游览路线,需要进行合理设计,始终让游客处于新奇的探索和充满乐趣的发现之中,线路上的咖啡厅、餐厅、纪念品店等,也要布局合理,充分考虑到游客的需求,也促进消费,增加旅游的收入;最后,导游导览机制也要进一步成熟。

《重新发现五大道》的作者之一,天津市城市规划研究总院有限公司规划八院副院长冯天甲说,从城市规划方面看,如何设计经典旅游线路是盘活五大道旅游资源的一把钥匙,也是升华五大道旅游体验的关键。她介绍,她们挖掘的这条线路一共串联了包括3任总统、5任总理故居等这样48处名人故居,也集中地凝练出了街区最具价值最有影响力的历史文化的展示线索。这里面还设计了天津市的风貌建筑,大约有433处,全国重点的文保单位有46处,天津市级的文保单位13处,区级的文保单位2处,总的历史文化资源的载体面积达到了42万平方米。

冯天甲解释,在规划中,在与主要道路和轨道站点衔接的地方,利用现有的一些存量用地和边角地,通过精细的步行人性化设计,五大道街区建立了6个门户入口。规划线路为一个环路,游客在环路主线上游览,在主线上伸出去的一些支线,可以随时与主线发生联系,这样游客在游览的过程中始终对五大道的整体有一个比较清晰的把握,让游客对这个街区有一种安全感或者是一种归属感。另外,游客还可以利用互联网手机App,进行即时的定位,让游客能在App显示的地图上寻找到自己跟线路的关系,形成街区内部的穿梭。为了能让普通的民众或者是游客领略到街区内部风貌,他们还挖掘了一些可以去体验的街巷里弄。这些规划设计让五大道的整个体验变得更加的饱满丰富,这样就形成了环形的主线串联,三处集中的别具风格的经典街巷,而且还有33处变化丰富的里弄的巷道,例如先农大院、民园西里等。

五大道从历史中走来,它将以怎样的文化面貌走向未来,离不开今天建设者的智慧,以不同的眼光去重新发现五大道,以不断更新的理念发展五大道,这片历史街区才能更加生机勃勃。

非遗新传

赵语馨 古装达人 为非遗注入新活力

本报记者 郭晓莹



一位从小就对中国传统服饰情有独钟的年轻人,对中华传统文化的美,她有着自己的见解。她把传统的美和时尚的美,交织在一起,以自己独到的眼光,把这种美倾注到非遗项目绣花鞋的创新设计和理念中。她就是“90后”的赵语馨,自从与丈夫周建通相识后,两人一起成为非遗项目“天津长荣绣花鞋制作技艺”的第五代传承人。他们夫妇都师承于周建通的父亲,即第四代传承人周绍志。她与丈夫一起整合当代绣花工艺,把手绣工艺复制到机器生产,融入互联网思维,让长荣中国风绣花鞋成为时尚。

的一种文化自信。我在舞台上参加活动时穿的都是我们设计出来的绣花鞋,希望通过我的展示让更多人感受到中国服饰文化的秀美。

带着对传统服饰和传统文化的热爱,我对传统服饰行业进行了进一步研究,汉服每年都有改良,如花样、款式、风格、色彩、图案、面料、工艺等等。这也给我带来了一些新的创作灵感和款式设计新理念,我也会从中摘取一些花样、面料、工艺以及色彩搭配等,融入到新产品的设计理念。我希望让更多的年轻人能够喜欢并接受国风布鞋,把这么优秀的文化传承下来并传播出去。

记者:无论是从产品设计还是从运营模式上,您都给传统的非遗项目带来了创新理念和时尚元素,请详细介绍一下在实践中的具体做法。

赵语馨:我刚到工厂工作时,当时我们产品的定位是适合50岁以上人群,配色以饱和度较高的红和绿为主,花样上以寓意较好的牡丹、凤凰、祥云等为主要图案元素。随着时代的发展,产品设计也要迭代更新,结合日常对传统服饰的专业了解及阅历的积累

并参考市场需求,我经常带设计团队去广州、北京、福建、四川等地走进市场学习和参观,从《山海经》《中国经典纹样图鉴》《中国国宝全书》等书籍取样,去各地博物馆从瓷器、建筑、服饰、配饰、鞋等文物上取图纹、图样,融入到我们的新产品开发的理念中。

创新初期,在我的主导之下,我们优先做了绣花鞋面料的全面升级,有香云纱、红云纱、绸缎、提花布等。关于面料升级,在当时曾发生过一件非常重大的事件,那就是723系列中的一款鞋子,当时这款鞋子鞋型比较时尚,做出来的鞋子很“摩登”。当初采用的面料是绸缎,样品开发出来,一推上市就受到了客户的青睐,仅此一款,我们工厂就收到了二十多万双鞋的订单。但在市场推广一段时间后,就开始有客户反馈鞋子不耐穿,有开裂的问题,收到问题反馈后,我和爱人周建通第一时间召开内部紧急会议,并叫停了这批次鞋子的生产。我们深知产品质量的重要性,经过测试发现,是面料与鞋底黏合度不够而导致容易开裂。当时货已经发出十多万双,怎么处理?这个问题扣人心弦!

大家在会上激烈讨论,我和爱人周建通一致坚持,有质量问题的鞋子我们不做。但当时工厂厂长坚决不同意我们的做法,觉得这样会对工厂损失太大,会影响到工厂的利益,有一些客户在售效果还不错,希望我们以低价处理给他们,既不影响销售也能保证厂里的利益。但我们夫妇一致认为在质量问题上不能妥协,最终我们顶住压力全线召回产品,虽然造成了几百万元的损失,但是挽回了工厂的信誉。这次经历也给我上了一课,后期再研发新产品时,我会投入更多的精力和测试,以保障鞋子的品质,不出任何质量问题。

记者:您在短视频平台上开设了“长荣鞋业语馨”的账号,拍摄了很多推广汉服文化和绣花鞋的短视频,成为了一名推广非遗和传统文化的“网红UP主”。在网络推广非遗的过程中,有哪些故事、感受或收获呢?

赵语馨:记得那是在2021年,按照往年的惯例,每逢年度订货会,全国的客户都会从四面八方聚到天津来我们工厂。因为当时的疫情原因,原本已经提前订好机票的客户,因配合疫情防控而无法到津。可是,我们不能就这样一直苦等着呀,想想工厂里很多工人还在期盼着手里拿到订单后开工来养家糊口呢。在居家隔离的时候我也一刻不停地与客户进行沟通,了解客户情况。我找到可以对接上的客户,把大家约到全国中心城市河南洛阳,打破只在工厂举办订货会的常规,第一次尝试走出“家门”到外省市举办订货会。在河南洛阳的订货会上,我们成功地拿到了四十万双鞋的订单,当时我非常开心,回来就安排工厂生产。可是当时由于疫情,很多地方的批发市场不营业,快递发不出去,为此客户纷纷退单,新制造的四十万双鞋子瞬间成了库存,在这样的背景下我们在短视频平台开设了“长荣鞋业语馨”的账号。

账号开播初期,怕影响流量我不敢断播,在

2022年春节的大年三十,我还在坚持作直播。为了账号能够积累“粉丝”,我们拿正价的鞋子以“9.9元/双包邮”的价格去拉直播间的流量,记忆比较深刻的是当时直播间在线人数比较少,我通过做一个抽奖活动来拉人气,可在直播间就这几个人,有的人来来回回抽奖,一天就抽中十多双鞋子,我心里虽然觉得有点不合理,但还是本着诚信的原则照单全部发给客户。也正是因为坚持品质和诚信收获了大批量“铁粉”。直播间“粉丝”量逐渐增长到20多万,有了一些影响力,受众人群分布在全国各地。

我们产品的创新设计,打破了大家对传统绣花鞋的定义,每当有一些“黑粉”或竞争对手来直播间乱带节奏,我不需要作过多的解释,“粉丝”就像家人一样维护和支持我们,让我内心感到非常温暖和感动。

记者:文化传播与推广对非遗来说至关重要。长荣鞋业拓展绣花鞋的应用领域和市场,结合地方文化旅游资源,将绣花鞋制作技艺与旅游产业相结合,向游客传播绣花鞋文化,您在其中做了怎样的努力,发挥了怎样的专长?

赵语馨:2023年10月,长荣绣花鞋登上纽约时代广场大屏;2023年还荣获“天津礼物”特色旅游商品称号;2023年12月,天津市北辰区文化和旅游局颁发“北辰区非物质文化遗产代表性项目”铜牌;2024年春节,还在“京津冀非遗市集活动”中亮相,受到业内人士的高度关注。2024年6月初,长荣实业有限公司随“香港天津同乡社团”赴港,参加津港两地经贸交流合作座谈会。先后受邀参加香港天津联谊会成立30周年庆典和香港维多利亚公园举办的第二届同乡团家乡市集嘉年华活动,受到同行业和参观者一致好评。

我们一直希望将天津长荣绣花鞋发展为天津旅游“必游、必带”的产品,为天津旅游发展添一份力。在此,我想发出一个活动邀请,帮助一千个创业者实现“创业梦”,我们将免费提供培训场地,免费提供培训内容,内容至少涵盖直播、传统文化、工艺工序、品牌建设、供应链管理等等,让创业者从容地应对市场挑战。为了减轻创业者的负担,我们将采用灵活的供应链管理策略,确保产品能够快速响应市场需求,避免库存积压。我希望能够激励更多的创业者,帮助他们实现创业梦想。