

商圈何以朝阳

# 从城市商业中心到新型活力中心

## ——“繁华长春的朝阳密码”系列报道(一)

本报记者 刘岸松 柳青

**背景导读:**消费是经济增长的重要引擎。党的二十届三中全会提出“完善扩大消费长效机制”。随着一系列扩内需促消费政策持续发力显效,新型消费模式不断涌现,居民消费潜力逐渐释放,为经济回升向好提供有力支撑。

对于长春市乃至吉林省来说,朝阳区不仅是区位优势中心,也是人流车流中心、商业聚集中心、文旅消费中心,形成了业态规划、风格特色各不相同的重庆商圈、红旗商圈、桂林商圈、前进商圈,并塑造了独特的商业文化,尤以繁荣的姿态,引领着整个城市的消费“潮”向。

仅以2023年的数据为例,朝阳区社会消费品零售总额达到549.2亿元,占城区总量的50%,“四大商圈”社消品零售总额在全区占比高达72%,对全市经济发展的基础作用进一步增强。

“最早的婚纱照一条街也在这里,我的婚纱照就是在这里的一家影楼拍的。”秋玲回忆道,“外景拍摄在离此不远的牡丹园,可惜后来这家影楼搬出重庆路了。”

尽管对重庆路一直有份特殊的感情,秋玲还是敏锐地发现,重庆路的人气、商业氛围跟之前相比有不小的变化,卓展购物中心、香格里拉酒店之外,近几年有影响力的一线品牌落位重庆路的变少了,“近些年我来的次数也少了。这里是市中心,停车不太方便,另外逛街的话,大家的选择实在太多了。”

东北师范大学经济与管理学院的吕康银教授对长春市的商业经济一直多有关注,“不可否认,老一辈的人对重庆路是有一种情怀的,但现在,重庆商圈需要突出自己的特色,向现代体验式商业转型。”不可替代,才是一个商圈的灵魂。

“重庆商圈的基础非常好,卓展、苏宁易购、香格里拉、金安大饭店坐落其中,其中卓展是长春高端奢侈品代表商场,LV、GUCCI、巴黎世家等30余个顶级品牌云集。”吕康银认为,高端精品商圈可以为重庆路的进化方向。

政府层面的努力一直在进行。“我们对消费人群进行了画像,重庆商圈的主力客群为都市白领,因此走高端精品消费路线是必然的。”张君说,“要将传统建筑、老字号企业等资源,与现代沉浸式、体验式商业消费有机结合,这几者也有结合的先天优势,从而推动整个商圈焕新升级。”

“从地理位置来看,重庆路商业带涉及长春的两个行政区,因此,整个商圈的转型升级需要跨区层面的统筹规划。其他商圈也是如此,但重庆路最为典型。”吉林大学经济学院副教授了肇勇认为。

### 永恒的青春舞曲

桂林路属于年轻人,这是每个长春人都有认知。桂林路,形成于1931年。新中国成立后,桂林路街区基本延续了此前形成的格局,以住宅区为主,商业建筑屈指可数。

“我记得小时候这里是一大平房,乱糟糟的,别说做买卖了,就是小伙找对象都费劲。”刚刚从印刷厂退休的王健是桂林路的老住户,“万万没想到,桂林路居然能够发展成现在的模样。”

桂林商圈并非是一条路,而是以桂林路为核心,人民大街、自由大路、新民大街、解放大路围合起来的街区的统称。

20世纪70年代末、80年代初,嗅到改革气息的桂林路街区迅速发生变化,西康路两侧的露天市场持续吸引着人气。

到80年代末、90年代初,露天市场搬进了“桂林路大棚”。桂林路大棚不但有了日用品、蔬菜,服装和化妆品摊位也开始出现了。由于附近分布学校较多,桂林路的生意,多以年轻人喜好为主。从20世纪90年代中期开始,陆续有韩国商人进驻桂林路街区,投资兴办了多家酒吧、咖啡馆、服饰、日用百货等店铺。

进入新世纪,桂林路街区加速进化。2005年,北方市场集团接手桂林路市场,通过改善购物环境,吸引大量年轻群体涌入,形成了集吃、喝、玩、乐及购物为一体的商业区。

一代一代的年轻人,在桂林路找到了安放青春的足够丰富的容器,它或是排半天队才能买到的新鲜出炉的绿豆饼,或是推窗闲坐一下午才慢慢腾离开的咖啡店,对了,拐角那家小厨上了新的剧本,是小时候几个同好体验了一番。

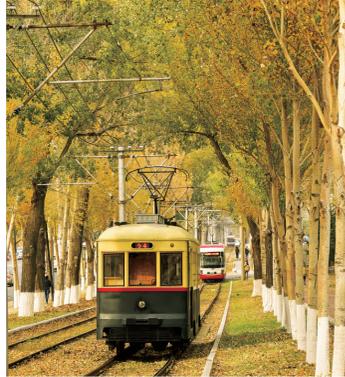
“周围有东北师范大学、吉林艺术学院、长春工程学院,再远一点有吉林大学,保守估计有数百万年轻人,他们的消费能力、行为方式影响了更多的年轻人,让桂林路成为年轻人的乐园。”桂林路“本地户”、依林小镇首任总经理刘晓峰说,“作为商户,当然要投其所好,我们因此将潮流女装作为主营方向,考虑年轻人有创业的需求,还开设了一个个的格子铺,众多年轻老板从这里迈出创业的第一步。”

独特的校园文化、文艺基因,杂糅现代商业的新鲜多变,桂林商圈成为年轻人的打卡胜地也就不奇怪了。

年轻人对于环境的“老旧”兴许没那么挑剔,但从长远看,传统住宅区、硬件先天不足的桂林商圈,亟需在基础设施上升级,跟上文旅融合发展的新时代。



重庆园后后备箱市集



54路有轨电车如在画中行



这有山人气攒动



市民购物总会想到欧亚卖场



桂林路美食街吸引众多游客和市民打卡



桂林路已经成为长春咖啡馆的集聚地

2020年,桂林胡同美食街改造项目正式开工。此后几年间,水电气改造,街道亮化,口袋公园、街边小品、楼宇绘画……一个个见缝插针的“小工程”完成后,桂林街区整体面貌焕然一新,成为集地域美食、名优商品、时尚购物等多业态为一体的多功能综合性街区,成了“城市夜生活的打卡地”和“吉林省特色街区”。

“要说还有什么不足的,就是小吃的价格涨了,炒粉从5元一份变成了10元一份。”就读于东北师范大学信息科学与技术学院的刘多笑着说。

“我们对桂林商圈的定位是时尚轻奢商圈,以桂林胡同美食街为商圈核心,打造长春最具烟火气的商业区。”张君说。

如今,桂林商圈吸引了近千户各类企业、3000余家个体业户,其中特色餐饮、时尚服饰、休闲娱乐、艺术设计、金融保险、教育培训等服务业占了商圈商家的九成。

在丁肇勇看来,桂林商圈的业态还可以更丰富一些,产生更大的溢出效应。“底商之上的楼层可吸引更多业态,做立体化开发。周边高校聚集,可考虑做文创集散地,满足年轻人的消费需求。”

### 鲜活的长春印记

40年前,在长春西郊的和平大路坐上54路“摩电”(有轨电车),听着单调的嘟嘟嘟声,打个盹,就到了“繁华富庶”的红旗街。这是50岁的张朋童年记忆中印象最深的片段。

54路有轨电车,其历史可以追溯到1941年,至今仍然行驶于城市的中心区域,而它承载的历史人文意义要远远大于其在城市交通上的作用。

张朋没有想到,40年后,需要预约买票才能登上这样的复古“摩电”。今年年初,绿色车身的“摩电”被长春文旅部门打造成特色文旅产品,与长影旧址博物馆一起,成为外地游客来长春必须体验的项目之一。

“里面的内容很丰富,有关于长春历史和沿途景观的介绍,还能集章盖戳。”张朋说,“就是节假日抢票太难了。”

“红旗商圈是长春唯一集经济、历史、文化、旅游为一体的综合性商业聚集地,既保留了长影旧址、54路这样的老元素,又有欧亚商都、这有山、万达广场等综合体。换句话说,最能代表长春的元素都可以在这里找到,消费体量在全省也是排在第一位的。”张君说。

事实上,早年的红旗街并不繁华,20世纪80年代,除了长影,这里能拿得出手的只有新华书店,其灵活创新的经营理念,在当时的长春开了先河。

书店前经理许漫秋已经在这家店工作23年了,尽管没能见证三四十年前的书事盛况,但在实体店日子普遍难过的今天,老书店的销售情况一直还不错,“毕竟我们处于核心商圈,还挨着长影,客流量还是很可观的。”

20世纪90年代初,欧亚商都和亚细亚百货在工农大路 with 红旗街交汇处相继开业,红旗街商业的发展迈出了关键性的一步。

2010年10月,长春万达广场在红旗街开业。这个按照城市综合体模式打造的万达集团第三代购物中心,包括国际连锁超市、大型百货、国际影城、量贩式KTV、特色餐饮、室内精品步行街以及城市公寓等众多业态。一时间,红红火火,人头攒动。

9年后,在单体楼里建了一座山的“这有山”来了。这有山的意义在于,它在全国都是独一无二的。仅仅7万平方米的建筑面积,单层面积更是有限,在红旗商圈后来居上,靠的就是完全的差异化。“这有山从开业的第一天起,立意就要区别于其他成熟的商业综合体。首先,这有山是一个文旅项目,你可以将它定位成一个

【编者按】

在“以市为城”的现代性结构中,一座城市的商贸史就是城市的发展史。

长春四大商圈,为什么都在朝阳?

答案也许简单,就是因为需求在这里找到了供给,人们的期待在这里被满足。

答案当然也不那么简单,因为它所牵连的不仅有数百万人、数十年消费习惯养成的历史,更有一座繁华大城如何保持焕新活力的现实路径。

从底蕴丰厚的红旗商圈、重庆商圈,到“有一座城市烟火气”的桂林商圈,“单体建筑面积世界第一大”欧亚卖场所在的前进商圈——当下,朝阳区按照长春市赋予的“都市活力中心”定位,通过培育消费新业态、改善消费环境、创新消费场景等手段,全力建设消费资源集聚地,扎实推进区域经济高质量发展。

朝阳区委宣传部与吉林日报联合策划,历时近4个月,走进四大商圈不同类型的商贸业态,对话商户、消费者、学者、政府部门百余人,推出系列深度报道《商圈何以朝阳·繁华长春的朝阳密码》。

调研采访中,我们不止一次被城市商业中心的深厚历史底蕴,和人们紧跟时代潮流、开放创新的拼搏精神深深打动。在经济结构调整的剧烈变局中,商圈发展的确定性在哪里?创新方向如何锚定新质生产力落地?如何提升基层治理优化商圈“人文生态”,让更多的人实现更好的发展?这些都是人们在努力探究和实践的问题。

文字有尽,奋斗无穷,愿商圈更旺,城市更好!

成了卖场历史上一个著名的典故。想让顾客上门,首先要解决交通问题,这不仅关系顾客购物体验,更关乎员工上下班便利。当时,附近离欧亚卖场最近的公交车就是20路,但其终点站与卖场还有一站地距离。消费者往来卖场都需要坐小飞龙(摩的),极为不便。

经过反复衡量,欧亚卖场董事长、总经理于志良带人多次与公交集团沟通协商,最后不仅将20路终点站延伸到卖场,更把卖场广告喷绘在车身上。

随着带有“欧亚卖场,与您共享”字样的20路公交车在中心城区与欧亚卖场间穿梭往返,卖场名气大了,客流也多了。目前,卖场周边有20多条公交线路环绕,地铁6号线开通后,专设欧亚卖场站,进一步方便消费者前来逛街购物。

“2004年前后来过欧亚卖场,想买一件羽绒服,看了一圈我就走了。实在是可选的品牌太少,当时我想以后可再不来了。”如今已是报喜鸟欧亚卖场店店长的赵露说,“没想到如今我是天天来,选择在这儿工作,也正看到这里的业态越来越全、环境越来越好,营商环境、经营品质等眼见着一天天变好,同时在这里能够获得更具潜力的职业发展前景。”

“红旗商圈对于整个朝阳区甚至长春市来说,具有特殊的意义。”吕康银认为,红旗商圈是新业态体现得比较充分的商圈,同时也是倾心呕血地想创意,做产品,就是为了讲好长春故事,让更多的人了解长春,爱上长春。”

### “金街”的传承鼎盛

重庆路被长春人称为“金街”,一条路曾经带火一座城。重庆商圈,总面积约1.19平方公里,新中国成立前,这里就是一条商业繁华的街路,是长春市历史悠久的商业中心。

新中国成立后,省暨长春市的党政机关、事业单位都集中在这里,地理位置得天独厚,可以说是一块商业宝地。

1952年,长春市政府成立“长春市百货公司第五商店”。这就是百货大楼被称为“五商店”的由来,直至今日,还有一个老长春人把长百大楼叫做“五商店”。

20世纪80年代,“五商店”是长春商业的绝对中心,“进城,进五商店”成了当时最为时髦的休闲娱乐方式。浩浩荡荡的人群,从四面八方涌来,集中于此,市民既能挑选心仪的商品,又能享受逛街带来的愉悦感,用摩肩接踵来形容百货大楼的繁华,毫不为过。

秋玲童年时期关于逛街的记忆,也是源于百货大楼。在单体的周日,大楼偶尔有促销活动,必然是长春人期盼已久的重头戏,商场上了最新款的衣服,也是青年男女茶余饭后谈论最多的话题。在通讯尚不发达的年代,人们获取信息,大多源于口口相传。

“当时大人说去逛街,就是去百货大楼。”秋玲说。正是百货大楼的兴盛,带动了周边其他店铺的崛起,形成了朝阳区最早的核心商圈,就是现在大家耳熟能详的重庆路商圈。改革开放后,重庆路商圈迅速扩大,先有集百货和餐饮于一体的长春国贸,后有精品百货展购物中心横空出世,恒客隆、沃尔玛等大型连锁超市也都红火一时。

众多的专卖店,是重庆商圈的又一大特色,尤其是一大批国内外知名品牌的服装专卖店最为集中,此外,还有众多的美食、电器、手表、眼镜、婚纱摄影品牌店以及麦当劳、肯德基等餐饮连锁店。

“长春不少老字号企业坐落于此,如长百大楼,是朝阳区最早的吉林老字号企业。还有宇泰珠宝,已经创立60年了。”朝阳区委常委、副区长张君说,难能可贵的是,这些老字号企业在今天的商圈中依然能发挥引领作用,“金街的另外一个定义就是金银饰品一条街,重庆路是目前长春市金银珠宝品牌店最为集中的区域,长春市的年轻人结婚大部分会在这里挑选婚戒和首饰。”



南顺公司周边与红旗商圈、桂林商圈,以及未来重点打造的“南顺商圈”。



54路“摩电”文旅专列



周末,市民们流连于各大商场,感受购物乐趣。



文创市集吸引游客,开业至今氛围火爆。

本版摄影:林刚 闻来