

老街焕“新生” 旧房变“网红”

——超大城市更新里的现代化治理智慧

从嘉陵江南滨拾级而上，一条隐匿在崖壁中的“空中街市”逐渐显现。沿街火锅店和咖啡馆内，三五好友围坐谈笑，老小区的红砖老建筑中，一场沉浸式戏剧即将上演……

一侧是浩浩江水，一侧是人间烟火。近年来，山城巷、戴家巷、妙街等一批旧城中心的老街巷，成为海内外游客热衷的“网红打卡点”，它们的新生是重庆渝中区以城市更新赋能超大城市现代化治理的一个缩影。

重庆素有“山城”之称，独特的城市地貌为这座超大城市治理带来诸多难点。作为重庆“母城”，渝中区是重庆唯一城镇化率100%的行政区，也是全国首批城市更新试点城市。

“街巷纵横、空间逼仄、基础设施破旧，以前的戴家巷崖壁上堆满垃圾，老居民们纷纷搬离。”重庆市渝中区住建委相关负责人表示。

城市更新工作是一项重要的民生工

程，考验基层治理智慧。“城市更新不是大拆大建，不能孤立为之。”重庆长翔文化旅游发展有限公司市场运营部负责人陈林说，戴家巷在解决老城区城市功能不足、基础设施滞后等问题后，更注重完善公共服务、盘活闲置资源、融入历史人文。

在戴家巷，以前专供居民热水的“老虎灶”成了打卡点，年久失修的无人房屋重新打造为集餐饮、文创为一体的商业聚合体，老旧社区改造提升总建筑面积约6.2万平方米，惠及常住居民近千户。“如今，老居民们将沿街底商出租，每月通过租金获得收益。”陈林说。

社区干净了、设施完善了、旧房焕新了，生活越来越惬意，但如何让更多老居民主动参与到更新治理的过程中，让城市更新这件大事办到更多居民心坎上？

在山城巷传统风貌区内，一场居民议事会在金马寺小学校旧址的院坝前举行。

“怎么让游客在山城巷更有体验感”“能否在栈道上修建免费休息设施”“能否

打通周边的马蹄街”……一圈座椅上，渝中区人大代表、山城巷运营公司负责人、商户代表和社区居民代表等展开讨论。

在山城巷的城市更新和运营过程中，这样的民主讨论不止一次。

“城市更新最终是要惠及居民。”山城巷运营公司负责人杨杰说，山城巷采用微更新、微改造手法，保留了部分原住民和街区生活味，变身为充满活力和城市记忆的文旅街区。

“我从小生长在这里，已经快70年，对这里充满感情，以前这里是棚户区，现在是打卡区，山城巷变得越来越有活力。”山城巷居民周英碧说，自己退休后在家门口售卖冰粉、重庆小面等小吃，最喜欢和游客“摆摆龙门阵”。

更新改造之后如何实现长久运营、系统治理，让市民持续受益？

繁华的解放碑商圈内，宁静肃穆的千年古刹旁，一条城市后街——妙街在去年开业。“妙街原是罗汉寺旁一条无人

问津的狭窄通道，如今通过引入精品小店、文创珠宝、咖啡轻餐、特色餐酒吧等融合业态，成为重庆后街一张新名片。”重庆简之商业管理有限公司项目现场负责人张苏说。

妙街主打融入传统禅意文化、祈福文化。在一家家精致小店里，处处可见传统文化与现代美学设计的结合：主打“小面+咖啡”新奇搭配的面馆，专注本土化洗护品牌和新中式珠宝设计的店铺……

“妙街闹中取静，很符合我们的品牌内涵。店内推出具有重庆特色的产品——花椒香薰，深受游客喜爱。”巴颜喀拉主理人李木子是老重庆人，曾在广州打拼多年，如今她回到家乡，在妙街开启二次创业。

在传统文化与多元业态的融合中，改造后的背街小巷挖掘出更多发展新动能。据了解，山城巷等更新项目还成立“巷委会”，形成共建共融共生的模式，用人之聚合、思维碰撞，促进项目持续性运营。

新华社重庆6月7日电

2024“天下大同 木兰有礼”文化创意设计大赛 (第一阶段木兰形象城市IP设计)征集公告

大同历史悠久，文化底蕴厚重，孕育了丰富多彩、特色鲜明的地域文化。近年来，市委、市政府深入贯彻习近平文化思想，坚定不移赓续文脉，以文塑形、以文彰旅，使“中国古都 天下大同”的城市品牌更加响亮。为深挖古都大同厚重历史文化，依托《木兰辞》中的木兰形象，打造精品文创产品，培育壮大文创市场主体，推动文化创意设计成果转化，全方位塑造大同良好城市形象，特举办“天下大同 木兰有礼”文化创意设计大赛。本次大赛分木兰形象城市IP设计征集和木兰形象文化创意产品设计征集两个阶段进行。现面向全社会进行第一阶段“木兰形象城市IP设计”征集。

一、大赛主题

天下大同 木兰有礼

二、大赛组织机构

主办单位：中共大同市委宣传部

大同市文化和旅游局

承办单位：大同日报社

协办单位：山西大同大学、云冈研究院、大同市博物馆、大同市旅游集散中心、山西歌风文化发展有限公司、大同尚瑞文化传媒有限公司、华夏江鸿(大同)文化旅游开发有限公司、山西小南唐文化传播有限公司

法律顾问单位：山西华瑞律师事务所

三、征集内容

木兰形象城市IP设计征集

四、征集时间

2024年5月11日—6月30日

五、征集原则

1.坚持创意赋能

依托木兰形象挖掘大同历史文化内涵，让创意设计跨界融合，创造性转化和创新性发展，通过木兰形象城市IP的文化创意与设计服务的多元实践，体现大同时代精神和人文价值，用创意赋能相关产业，发挥审美教育功能，实现社会效益和经济效益相统一。

2.突出大同元素

大赛作品征集范围以木兰形象为创

作蓝本，涵盖大同古都文化和历史各个领域，融合云冈、恒山、大同古城、大同长城、平型关、大同明堂等文旅元素，通过文化创意设计大赛，实现大同文化的守正创新、文创产品的提档升级。

3.关注品质生活

本次大赛倡导创意设计融入日常生活，鼓励参赛者基于人民群众日益增长的美好生活需要而进行创意设计开发，从创意、外观、功能、体验等方面发力，以高质量文创产品提升大同城市形象，以大同特色创意设计推动文化消费升级。

4.注重成果转化

以赛事为引擎、高质量文创产品为媒介，提高参赛者和参赛单位的影响力，搭建文化创意产业化平台，加强产、学、研对接，将“设计、生产、销售”三位一体化，让创意设计更好地实现成果转化，进一步培育、壮大大同文创领域市场主体，推动文旅领域新质生产力不断更新进化。

六、征集要求

1.作品应贴合历史、文学作品中的木兰形象，突出《木兰辞》中“归来见天子，天子坐明堂”的形象表达，体现北魏历史文化元素，在人物形象的服饰、容貌、坐骑等设计中体现大同元素。可以是木兰一人形象，也可创作“木兰和她的朋友”“木兰和她的宠物”等谱系式人物形象。在创作过程中要充分考虑木兰IP后期在推广中的场景应用、静态和动态的呈现等。

2.既能体现大同城市形象气质，又与当下流行文化、动漫文化相契合。

3.形象设计必须有其鲜明的人物特征，同时要可爱、可敬、可亲，有良好的视觉效果。

4.要求IP形象具有可塑性、创造性，可以根据需要设计不同表情、声音、姿势、动作，使之更生动；造型简洁，活泼可爱，形象应该适合动画、flash制作；应方便印刷及制作公仔、模型、礼品等开发衍生性产品。

七、投稿方式

1.本次大赛所征集作品以电子文件

为主，作品应包含设计源文件(后缀为PSD/CDR)和高清图片(后缀为JPG/JPEG/PNG格式，图片大小不低于5M)。

2.每件设计作品需标注详细的设计说明，包括但不限于：作品名称(卡通形象名字)、设计思路、亮点特点、尺寸详情等。

3.投稿人按要求填写报名表和承诺书，连同投稿作品放在一个文件夹压缩后上传，发送至邮箱dtrbipzj@126.com，邮件主题需注明“大同木兰形象城市IP设计征集”字样。

4.联系人：13835291628(贺女士)

18635299321(王女士)

八、奖项设置

一等奖1名，奖金30000元

二等奖3名，奖金8000元

三等奖10名，奖金2000元

以上奖项仅限参赛部分，若作品采用，另购买版权费(最高10万元)

九、入围与评选

1.初选：由主办单位、承办单位邀请相关专家组成评审组，本着公平、公正、公开原则进行初审，选出20件作品进行复选。

2.复选：在指定媒体平台开通投票通道，采取网络投票和专家组结合评审方式，对复选的20件作品进行评审。其中网络投票评选占总成绩的25%，专家意见占总成绩的75%，最终评出的获奖作品名单通过大赛官方平台进行公示。

如征集不到合适的作品，奖项可空缺。如有雷同作品，按照先投先录的原则处理。

十、法律申明

1.所有参加大赛的作者对其作品均依照《中华人民共和国著作权法》享有其著作权。一经提交参赛，视为参加大赛的作者同意，组委会对征集的作品享有发表、放映、出版、宣传及展览的权利，并享有优先使用权及购买权。

2.参赛作品须为参赛者本人(或团体、单位)创作的作品，如作品发生侵犯他人知识产权纠纷等，组委会将适时取

消其参赛资格，并由作者承担相应后果。所有因参赛作品引发的版权或知识产权纠纷均与组委会无关。

3.参赛者必须保证在各方面均没有侵犯他人的知识产权，包含但不限于商标、专利、版权、反不正当竞争、地理标志、货源标记、商号、集成电路、多媒体、数据库、商业秘密、生物技术等各方面权益，不违反国家法律法规和政策规定以及与其合作方的有效合同约定，参赛者须严格遵守大赛处理侵权投诉的规定和程序。有关法律责任由参赛者承担。

4.当遇到以下情况时，大赛组委会有权收回奖杯、证书和奖金，并追究相关法律责任：

①正式确认获奖作品侵犯了他人的知识产权。

②设计者对已获奖作品进行重大修改，并继续在该作品上使用获奖标志或利用其进行宣传。

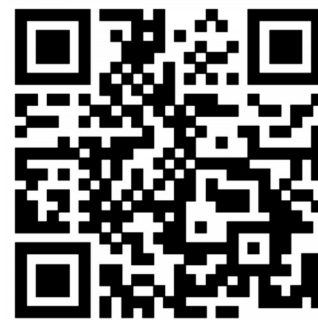
5.获奖作品的知识产权转移事宜由组委会另行规定。

6.大赛的其他要求、细则和安排由组委会适时制定并公告。

大赛组委会对本届大赛事宜具有最终解释权。

十一、征集提示

参赛选手需填报报名表+原创承诺书。



扫码登录大同日报融媒
下载报名表和原创承诺书