

消费视窗·一条街一座城

南京夫子庙步行街、西安大唐不夜城步行街、重庆解放碑步行街……很多城市都有一条承载着商业繁荣和历史岁月的街区。从时光中走来，它们不仅丰富着居民的日常消费生活，扮靓城市容颜，也交织、彰显着文化底蕴、商业趋势和潮流风尚，成为城市人文经济名片。

近日，记者深入部分城市，调查采访城市商业街区的历史变迁和新生活力，探寻如何持续优化消费环境，培育消费热点，激发消费潜力，更好满足居民品质化、多样化消费需求，解码商业街区在城市发展过程中的重要作用。本版今起陆续推出相关报道。

编者

早上9点，在初夏明媚的阳光下，热闹了一晚的南京夫子庙步行街又开始了一天的繁华，贡院西街上的“晚晴楼美食轩”外观古朴典雅，不到10点就迎来了第一桌顾客，11点刚过，大堂里已经坐满了天南地北的游客。餐桌上，菜式精美，色鲜诱人。

南京夫子庙步行街位于南京主城区南部，秦淮河畔。大街上，棂星门、江南贡院等古代建筑鳞次栉比。桨声灯影之中，这条繁华热闹的商业街区吸引着众多天南地北的游客，不断升腾的“烟火气”，释放出消费市场新活力。

商业与文化始终交织融合

品一味小吃，乘一次画舫，秦淮河碧波光影，见证着历史与商业繁华交融

“五一”假期第一天，南京夫子庙景区迎来38.8万人次的客流，比去年同期增长32.88%。来自江苏镇江的林菲一家，到南京旅游的第一站就是夫子庙步行街。他们先到南京中国科举博物馆参观“中国科举饮食文化”展，又顺着人群来到非遗市集，在制作绒花中领略传统文化，最后给女儿换上汉服，和巡游舞蹈《繁花似锦》的演员们沉浸式互动……品一味小吃，乘一次画舫，看秦淮河碧波光影，林菲一家一边体验秦淮文化，一边享受美好生活。

夫子庙步行街由“三街一商圈”构成：“三街”为贡院街、贡院西街、大石坝街，“一商圈”即水游城、水平方、茂业天地组成的时尚购物商圈。步行街街长1284米，营业面积50.6万平方米。历史上，这里一直是南京商业文化中心，沿街遍布着的酒肆、茶馆、戏台，见证着历史与商业变迁。

根据出土文物，商周已有先民在这里生产生活。三国时期，吴国建都建业（今南京），经济进一步繁盛。当时，秦淮河水面宽阔，称为“淮水”或“小江”，水边驻扎着穿黑甲的军营，叫作“乌衣营”。六朝时期，逐水而居的百姓在“小江”边开店经营，是最早的“商业街”。东晋咸康三年，在“小江”之畔修建了祭奉孔夫子的夫子庙，到北宋形成“前庙后学”格局，南宋又在附近建成“江南贡院”的前身“建康贡院”，至明清时已成为全国最大的考场。大量考生的到来，催生了周边饭店、酒家、茶舍、字画、出版等商业迅速发展，商业市场的繁华又吸引了文人墨客到此游玩，留下许多传颂千年的诗词故事。

唐代诗人李白来到十里秦淮边酒家饮酒，写下“凤凰台上凤凰游，凤去台空江自流。吴宫花草埋幽径，晋代衣冠成古丘”的诗句。又过了数十年，刘禹锡也来此地会友，站在这“网红打卡地”浅斟低唱：“朱雀桥边野草花，乌衣巷口夕阳斜。旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”……在漫漫历史长河中，这条商业街始终是文化和商业的交汇点。

“从六朝开始，在秦淮河畔，商业与文化始终齐头并进，在一杯杯美酒中喝出家国情怀。”南京文史学家、南京老城历史文化研究会原会长高安宁介绍，文学上是“天下文枢”，商业上又接地气，南京夫子庙步行街兼具顶天立地、交织南秀北雄，共同构成南京城“温文尔雅、兼收并蓄”的商业气质。

1984年开始，夫子庙一带开始复建，形成了以贡院街、贡院西街、大石坝街为主街，占地0.21平方公里，“庙市街景”合一的夫子庙步行街和秦淮风光带景观群。1986年，南京市在夫子庙恢复举办一年一度的秦淮灯会，千载灯火重现风采。

2020年，夫子庙步行街获评首批全国示范步行街，2022年入选首批国家级旅游休闲街区。2023年，以夫子庙步行街为核心的夫



夫子庙—秦淮风光带总客流量超5000万人次、总营收近40亿元。

多种业态相互促进共同繁荣

商业街开放、包容、灵活多样地搭载“文、商、旅”等多元化消费场景

1969年出生的“老南京”井红，从小就住在秦淮河边的桃叶渡，见证了夫子庙周边商圈的兴盛变化。

1987年，18岁的井红进入夫子庙步行街上的南京市土特产商店当一名售货员。她注意到，这条街上，梅花糕、鸭血汤、回鹘干等餐饮、食品类店铺的比重日益增加，同时，以传统非遗手工艺为代表的精神文化类商品供给和消费也渐渐多起来。

上世纪90年代后期，步行街上的一些国营单位开始改制。井红所在的土特产商店转型升级为百货商场，她来到夫子庙旅游股份公司“晚晴楼”工作。

2018年，商务部在全国培育打造全国示范步行街，夫子庙步行街从内而外进行提档升级。夫子庙—秦淮风光带风景名胜区管委会副主任江永强告诉记者，在此之前，街区有两个“大动作”：一是在江南贡院原址基础上修建了南京中国科举博物馆，目前已成为国家一级馆，累计参观人次超过700万；二是在三条主街的外侧，新纳入了水游城、水平方、茂业天地组成的时尚购物商圈，园林风格的建筑外观与步行街相得益彰，而在经营业态上又错位发展，互相引流借势。

井红介绍，夫子庙步行街上各家餐饮店探索创新，将历史



意为文化买单。”戴雪松的话语中充满自豪。

游船上岸，邓静来到贡院街上的“秦淮礼物”文创店，准备把“秦淮故事”带回家。“状元郎”“秦淮灯彩”等多个系列、万余款文创产品让人目不暇接。

除新潮时尚文创，店内还设置了非遗专区：南京云锦、金陵金箔、金陵折扇……非遗产品打开了销售市场，非遗传承人有了传播技艺的舞台，消费者也有了参加研学游、近距离接触体验的课堂。

据介绍，一季度，南京持续开展“南京国际消费节”活动，实现社会消费品零售总额2321.3亿元，引入城市首店近百家，开展首秀首发活动10余场，消费市场持续回升。其中，夫子庙步行街围绕文创、餐饮引入多家品牌首店，消费活力不断增强。一个个不断打造的新业态、新场景，成为拉动内需和促进消费的新亮点。

夜幕降临，灯火闪耀，古老又年轻的夫子庙步行街迎来一天中最热闹的时候：街巷里游人如织，河面上桨声灯影，店铺中活力四射。在这个城市的发展中，商业与消费起源于街区，也回归到街巷中去。

文化注入小吃，从上百道秦淮小吃中精选、改进出“秦淮八绝”小吃，每款以一干一稀两道菜来搭配，例如第一道“雨花香茗茶配状元五香蛋”，就出自“秦淮状元”秦大士的母亲给他煮制茶叶蛋的典故。这些“有故事的菜肴”受到了市场的极大欢迎，经营收入稳步提升。

“商业街是城市的名片、消费的窗口，街文化也是南京的重要标志。因为它的开放性和包容性，以及不受时空限制的松弛感，可以灵活多样地搭载‘商文旅体康’多元化的消费场景。”南京市商务局流通业发展处副处长苏炜介绍。

2023年，南京市居民人均可支配收入7.2万元，而人均社会消费品零售总额约8.6万元，在全国地区生产总值过万亿的城市中排名第一。国内外游客慕名而来，带动了全市的消费。南京夫子庙步行街是许多人来南京消费的首站，从观光旅游、住宿休闲到购物消费，多种业态互相促进、共同繁荣，带动南京

南京夫子庙步行街

传承历史文化，释放消费活力

本报记者 姚雪青

图①：熙熙攘攘的夫子庙贡院西街。图②：秦淮河的夜晚灯光璀璨。图③：游客在夫子庙景区自拍留念。图④：华灯点亮夫子庙洋池。

陈煜摄 何小清摄 史俊摄 赵辉摄

市场漫步

人民对美好生活的向往将推动释放更澎湃的市场活力，也为全球经贸发展注入更多新动能

在北京首都国际机场采访，笔者有幸见证了进口鲜花的跨洋之旅：经首都机场海关查验合格放行后，一批清晨从厄瓜多尔进口到北京的鲜花，中午就能运抵北京王四营鲜花批发市场，最快下午就可摆进北京居民家中。

鲜花娇嫩易腐，如今却可快速飞入大江南北的家家户户，折射出国内国际双循环的畅通高效。

人民对美好生活的向往激发了超大规模市场潜力。人们对鲜花的消费需求变得更加常态化、高频化。以前人们买鲜花，更多是在节日、生日等特殊节点，以作庆贺之用。而现在的消费者，尤其是年轻消费群体，日常就有买花的习惯，用来装饰工作和生活场所，成为注重生活品质的常见方式。在社交平台上，时常能看见消费者分享不同时节买花、养花的心得，从玫瑰、百合、月季到虞美人、风铃花、芍药，鲜花种类大大丰富。越来越火的“鲜花经济”正催生千亿级消费新蓝海。中国花卉协会分析报告显示，2022年我国花卉零售市场总规模达1986.8亿元。

商贸物流业的高质量发展为鲜花架设了一条通往百姓家的“高速路”。“鲜花经济”的热火，离不开畅通的国内大循环。“跨境电商+快递物流”的组合，改变了消费业态，也为鲜花、水果等消费市场打开了发展新空间。中国花卉协会分析报告显示，2022年，鲜花电商零售额一路攀升，占花卉零售市场总规模的54.6%。比如，在被誉为“亚洲花都”的昆明斗南花卉交易市场，通过电商平台，全国各地的消费者皆可轻松购买到来自该市场的鲜花。快递物流时效不断优化、冷链运输技术持续提升，斗南市场的鲜花可以在24小时内抵达全国主要省会城市。

高水平开放政策丰富了鲜花市场的供给，推动产业蓬勃发展。从推进自贸协定谈判到举办进博会，再到不断优化通关便利程度，开放中国敞开怀抱欢迎全球好物。以产自厄瓜多尔的进口玫瑰花为例，5月1日，《中华人民共和国政府和厄瓜多尔共和国政府自由贸易协定》正式实施，中厄双方将分别对约90%的税目逐步相互取消关税，进口玫瑰花的关税也从10%降至8%。除了进口成本更低，针对鲜切花易枯萎霉变、对环境湿度要求高等特点，首都机场海关开辟专门区域，提供“7×24小时”不间断通关服务，贸易便利化程度大大提升。在开放的市场环境下，进口鲜花与本土鲜花竞争斗艳，花卉产业创新发展，鲜花品种更加丰富，种植技术愈发成熟，更好满足人们对“美”的消费需求。

“鲜花经济”繁荣的背后，是超大规模市场的澎湃动能，是中国高水平开放的政策效能，是更加畅通高效的国内国际双循环。迈向中国式现代化的新征程，14亿多中国人民对美好生活的向往将推动释放更澎湃的市场活力，也为全球经贸发展注入更多新动能。

市场资讯

《村务管理》系列国家标准助力乡村全面振兴

本报电 市场监管总局日前举办《村务管理》系列国家标准新闻通气会。市场监管总局标准技术司相关负责人介绍，《村务管理》系列国家标准实施两年来，对指导我国转变村务管理方式，规范开展乡村治理工作，提升乡村治理现代化水平，夯实乡村全面振兴基础发挥了良好的作用。为打造宜居宜业和美乡村的新画卷起到了重要支撑。据介绍，《村务管理基础术语与事项分类》等3项国家标准明确了村务管理相关的基本概念，为乡村基层工作人员开展村务管理工作提供了基本依据。（林丽鹂）

2024脱贫地区农副产品产销对接活动举办

本报电 近日，由中华全国供销合作总社、广东省人民政府主办的2024脱贫地区农副产品产销对接活动在广东惠州市举办。本次产销对接活动以“发挥‘832平台’产销对接作用 助力推进乡村全面振兴”为主题，吸引了众多采购商参加，现场集中展示推介了中西部22个省份832个脱贫县的近万款特色优质农副产品，组织现场签约等系列对接活动，进一步拓宽了脱贫地区农副产品销售渠道。截至目前，脱贫地区农副产品网络销售平台（“832平台”）入驻供应商3.1万家，在售农副产品超40万款，采购单位69.4万个，累计交易额达536亿元。（齐志明）

本版责编：罗珊珊 版式设计：张芳曼

「鲜花经济」里的消费新蓝海

罗珊珊