

品味百年风情

马维维

它曾是中东铁路沿线的商业地标,如今是“冰城”哈尔滨的魅力原点。踏上花岗岩铺就的“面包石”路,徜徉在一座座风格迥异的欧式建筑间,每个流连的游人,都会被这条街在时光里沉淀、岁月中浸润的独特气质深深吸引。住在、来过、关注过哈尔滨的人,一定能脱口说出它的名字——中央大街。历经近百年时光,它如陈年佳酿,愈久愈醇。来哈尔滨,一定要去中央大街走走。

修旧如旧

踩在中央大街面包石上,仿佛触碰一段悠长岁月。这些形似俄式“列巴”(面包)的石条,近百年来被无数脚步打磨出温润光泽,如同时光的音符,齐整而有韵律地铺满整条大街。光线是最好的“化妆师”,当朝阳、夕阳与夜幕下的灯光在近百座欧式建筑间交错,折衷主义建筑风格的穹顶、巴洛克风格的繁花雕饰,与屋檐下的老字号商铺、新晋打卡地相映成趣,毫不违和。在旧日回响与今日喧闹的交织中,你会真切感受到:这里独一无二。

1928年,中央大街正式定名。此后,街上老建筑的功能几经更迭。1997年,这里改造为商业步行街,逐渐形成“1条主街、25条辅街”的格局。之后,它也曾一度陷入“千街一面”的商业化困境。转折始于2019年——中央大街改造提升工作启动。哈尔滨市明确其“中欧陆风情街”的总体定位,坚持“不搞大拆大建”,聘请专家为老建筑量身定制“一栋一策”的修缮方案,以“修旧如旧”的态度精益求精。

“近些年,中央大街的建筑保护和再利用得到了充分重视。”哈尔滨工业大学建筑与设计学院教师唐家骏常年深耕历史建筑研究,见证着中央大街的变迁,“一方面,多栋建筑遗迹完成维修复原;另一方面,人们也在挖掘建筑遗产价值,打造

新的文化名片”。

这场改造不是简单的“翻新”,而是对欧洲建筑艺术的精准还原:工匠们用传统工艺调制涂料,只为复刻建筑的“原始色”;修复楼体雕花时,百年前的老照片是唯一参照;破损的面包石、原万国洋行、中华懋业银行等老建筑,一一恢复百年前的原貌;就连招幌、牌匾、雕塑、喷泉与休闲座椅,都遵循欧式风格设计。

越来越多的欧式建筑在发掘与修复中重焕光彩,浓郁的欧陆风情被完整保留,其展现的百年建筑艺术魅力,令无数建筑专家与游客赞叹,成为公认的“建筑艺术宝藏”。“还有一些未被认定的历史建筑藏在小区里,老建筑的保护与发掘需要漫长而有序的过程。我们不仅要留住建筑的‘壳’,更要守住它的‘魂’。”中央大街管委会专职副主任赵彬杰觉得任重道远。

如今,“修旧如旧”的故事仍在继续,更多欧式建筑不断完成修复。看似一切未变,实则焕然一新。中央大街正在挖掘历史、修复遗产、传承经典中,书写属于自己的新未来。

生活温度

“走在中央大街上,好像穿越到了欧洲,可耳边的东北话又提醒我——这里是哈尔滨。”广东游客陈青发在朋友圈的话别有意味。

这种意味无关“心理落差”,而像在讲述一个生动的中央大街:对游客来说,这里是认识哈尔滨的窗口;对哈尔滨人而言,这里是一种生活。

“父母年轻时在这儿约会,现在带着孙子来吃马迭尔冰棍。”这样的日常场景,构成了中央大街最生动的画面。它,是几代哈尔滨人的“第三空间”,是藏着烟火气的“城市客厅”。中央大街的美,不只是看着好看,更因为每个哈尔滨人都把它当作特别的“文化客厅”,生活于此,贼拉幸福!

如何让老建筑“活”在当下,融入现代人的生活?宋兴文给出了自己的答案。作为哈尔滨历史文化研究会理事、哈尔滨市历史文化建筑保护传承的专家,他始终觉得:“‘红绿大花’代表不了哈尔滨的文化,中央大街该有‘国际范儿’。”

在他的推动下,中央大街与端

街交会处的奥谢金斯基大楼旧址,变成了“文化复合体”:一楼是俄侨菜馆,二楼是俄侨家庭咖啡馆与老俄侨民宿,后院则是承载记忆的“端街博物馆”。不远处的东和昶大楼旧址,也转型为“东和昶1917宽街文化复合体”,音乐花园、啤酒花园、时光馆、杂货铺、画廊等多种业态在此交融,老建筑有了新活力。

“我们既尊重建筑的历史肌理,又注入生活美学,让老建筑不再是冰冷的文物,而是可感知、可体验、可参与的文化空间。”越来越多游客慕名而来,拍照片、吃俄餐、品咖啡、办沙龙,在老建筑里读懂哈尔滨的过去,让宋兴文颇感欣慰。

转过街角,面包店前的长队旁,藏着一处曾经不起眼的银行大楼旧址——2024年改造后的“梅金·肖克庭院”。这是中央大街新晋“网红打卡地”。复古斑斓的墙体、麦香扑鼻的俄式列巴、憨态可掬的面包玩偶,既有传统的温度,又有年轻人喜欢的时尚感。“我们不想只卖商品,更想让游客体验当年的市井生活。”庭院运营经理焦颖晶的话,道出了活化利用的初心。

松浦洋行旧址里能吃俄餐,阿格洛夫洋行旧址有了鲜花庭院,远东银行旧址藏着秋林·格瓦斯百年文化馆……如今的中央大街上,越来越多的老建筑不再是沉默的见证者,而是活跃的文化创造者;不再是被观赏的展品,而是可参与的生活空间。它们没有被过度开发,也没有被商业大潮淹没,在保护与利用之间,找到了最舒适的平衡点。

不断生长

如今的中央大街,每天都在发生新变化。其逻辑非常清晰:在守护文化根脉中推动生长,一边是给旧建筑赋予生活新空间,另一边是为老街区打造文化新业态。

穿过欧陆风情的街道,走进“巧克力星人”博物馆,浓郁的可可香气瞬间包裹全身——雕塑、名画、文创产品全由巧克力制成,仿佛闯入甜蜜的微观世界。这里不只是味觉盛宴,更是年轻人追捧的打卡地,他们手持巧克力饮品的照片,在社交媒体上刷屏。2024年底开业的这家巧克力主题博物馆,正为中央大街注入“甜甜的文化活力”。

“我们结合东北冰雪特色,用十几吨巧克力量身打造了索菲亚大教堂、2米高的大雪人、北极熊等雕塑,让游客在这里获得视觉、嗅觉、味觉的三重享受。”店长段俊没想到,开业后店铺热度持续攀升,每天能吸引超万人次客流。

在“大白兔”东三省旗舰店,游客能找回儿时记忆;年轻服饰品牌的全国首家IP熊偶店,“爬墙小熊”与“小熊专车”成了必拍地标;泡泡玛特黑龙江首家S级木纹形象店,看中的正是哈尔滨的城市吸引力与中央大街的黄金区位。在中央大街街区1100多家门店中,这样的首店、旗舰店、体验店、特色店有103家。它们以鲜明的创新性、文化性与体验性,构建起强大的“内容引力场”,也折射出哈尔滨从传统旅游消费向文化体验经济的转型。

新业态的爆发并非偶然,背后是中央大街百年商业文化的厚重承载力。吃、住、行、游、购、娱的基础配套早已成熟,高铁、地铁、公交、水路航运乃至空中缆车的立体交通网,为街区注入了便捷活力。更难得的是,“尔滨热”中展现出的高效政务服务与能力作风,成了中央大街的“软实力”——无论游客还是商家,在这里都能感受到优质、贴心的服务。

这些新业态,不只是商业的补充,更是重新定义中央大街现代价值、吸引新生代客群的关键。正是这份“生长力”,让这条百年老街在时代变迁中始终保有旺盛而新鲜的生命力。

华灯初上,面包石路被灯光染成暖金色,马迭尔宾馆的阳台音乐会如期奏响,老建筑在明暗交错间重获新生。俄罗斯商品店里人头攒动,秋林格瓦斯铺前依旧排着长队,人们穿过地下通道来到松花江边,坐在台阶上等待对岸太阳岛的灯光秀。

中央大街从不是一条“复刻”的欧陆风情街,而是一个不断生长的文化生命体。每天,都在创造新故事;每天,都在续写新传奇。

网上购物结账时,经常浏览一下“顺手买1件”的商品,看得多了,也难免会顺手下一单。这个场景类似于消费者在传统超市排队结账时,随手拿起收银台旁的口香糖或小电池。但相较于传统超市的收银台商品陈列策略,线上“顺手买1件”可谓冲动消费的2.0版本。

冲动消费是指在计划外临时决定的突发性消费行为。“双系统理论”将冲动消费行为分为直觉反应和理性失衡:结账时,消费者处于一种“完成任务”的快速、情绪化的思维模式,直觉反应占主导地位,消费决策受到即时情绪和环境刺激的影响,没有时间去理性思考是否真的需要。叠加“反正也不贵”“试试看呗”等心理因素,消费者为冲动购买找到合理借口,觉得买了就赚了,有时还会对顺手买的商品种类产生更多期待。

仔细研究,行为经济学非理性决策机制认为冲动消费受到消费者特征、产品特征、营销策略、外部环境等影响。当消费者开始购物时,会在心理上建立一个消费账户。在结账时,消费账户被激活,消费者对额外消费的接受程度更高。“顺手买1件”设置在结账的页面,巧妙利用心理账户和购物惯性,让额外消费看起来更加合理,更易于促使消费者产生购买欲望。

线上购物时,面对网上大量同类商品的对比和选择,消费者容易产生决策疲劳。结合精准用户画像,线上“顺手买1件”往往推荐的是消费者已经查找过的商品或日常高频刚需产品。在此场景中,一方面降低了消费者的搜索成本和决策成本,避免了每一次小额支付都重新经历一次完整的理性评估所带来的心理负担。另一方面消费者会有“反正迟早用得到”的感觉,从而在心理上认为“顺手买1件”符合理性决策过程。

此外,商家在“顺手买1件”商品上标注原价和折扣价,通过限时降价的营销策略,让消费者认为自己面临较低的价格风险,在低风险、低成本的情况下容易产生冲动购买。产品限时稀缺的特点,也让消费者产生了错失焦虑,从而使得短期即时满足的边际效用大于长期成本和实际需求的理性评估,刺激消费者的购物决策从理性转向感性。消费者购买“顺手买1件”商品的效用既来自于商品本身的效用,也有“占便宜”的交易效用。

“顺手买1件”看似临时起意,其实蕴含着丰富的经济学原理,它如同多面镜,折射出消费者消费行为的复杂性。当然,生活也不是全然由理性构筑,偶尔的冲动,也不必追究反这这笔消费值不值。小成本买下当下的快乐,可以点亮生活,留下小小惊喜,这也是一种值得。

你会生活中的经济学

郭娜

他们吃上了自己种的菜

代 玲

阳光洒满广袤草原,西藏自治区阿里地区噶尔县扎西岗镇鲁玛村村民次仁班久小跑着来到了自家庭院旁的小型温棚,麻利地揭开棚膜。“一会儿太阳大了,菜就熟啦!”次仁班久一边干活一边扯着嗓子对老伴喊,喊完嘴里又嘟囔起来,“又不是不知道在我们这样的地方种种菜多不容易”。

西藏阿里,种菜不易。这里平均海拔4500米以上,是传统的农业禁区。“野草都比海拔低的地方长得矮、长得少,何况是蔬菜!”次仁班久感叹。当初陕西援藏的农业专家来村里推广小型棚蔬菜种植项目,他试着报了名。没想到,半辈子只会传弄牛羊的他,在快60岁时学会了种菜。

“现在棚里的蔬菜能长这么好,离不开何老师。”次仁班久打心底感激陕

西援藏干部、阿里地区农业农村局高级农艺师何晓庆,从温棚选址、搭建再到种植全过程,她全程指导。

长期以来,阿里地区的蔬菜依赖从上千公里之外的地方运来,菜价高还不新鲜,农牧民很少购买。要在祖辈缺乏种菜经验的地方教会大家种菜,要付出更多的努力。拿修建温棚的材料来说,当地没有现货且成本极高,加上推广资金有限,何晓庆便请陕西的老同事推荐了熟悉的供货商。

第一次接到来自西藏的订单,河北沧州的李雪非常惊讶。多少厚度的棚膜才能适应阿里的大风,多粗的钢管才能撑得起来……反复商定细节后,运输又成了新的拦路虎。为了找到合适的物流公司,又折腾够呛。

顶着高原烈日和能吹跑石头的大

风,何晓庆在阿里地区3县6村19户农牧民家中,按照防风防滴漏防紫外线的要求,和村民一起建起了平均长10米、高1.5米、宽2米的温棚。手把手教、一遍遍示范:种什么品类、播撒多少种子,株距、行距如何确定,如何浇水、施肥……闷热温棚里,共同劳动洒下的汗水让大家的心近了。

在何晓庆的指导下,次仁班久不仅学会了种菜,还种得很好。他今年已经成功种出了3茬菜,小白菜、茼蒿、黄瓜、白萝卜、辣椒、西葫芦……以前,和村里人一样,要吃蔬菜得骑近1小时的摩托车去县城买,菜价很贵,种类也少。“自己种出来的菜,味道就是好。”次仁班久的爱人卓嘎原本只擅长烹调牛羊肉,现在也研究起了各种蔬菜的做法。

“今年家里靠卖菜已经收入了1200元。你看这个温室能不能扩大一点,建高一点?”看到何晓庆又一次来到村里指导,次仁班久快步迎上来,抓着她的手激动地聊起来。现在,次仁班久不仅实现了一家“吃菜自由”,还有多余的菜可供出售。这对高原的农牧民来说,不只是掌握了一门新技能,更让他们在追求美好生活的路上更有盼头。