**2013年中南财经政法大学青年研究中心课题结题报告**



**项 目 名 称：文化地理视域下青年文化街区的构建—以昙华林例**

**项 目 编 号： 2013TW04**

**项 目 负责 人：**　　　　　　　**朱 兰**

**学院年级专 业： 经济学院2012级硕士研究生**

**联 系 电 话： 13871437028**

**填表日期：2013 年 12月20日**

目录

[一、问题的提出 - 3 -](#_Toc375314177)

[（一）相关概念界定 - 3 -](#_Toc375314178)

[1.文化地理学 - 3 -](#_Toc375314179)

[2.青年 - 3 -](#_Toc375314180)

[3.青年文化 - 3 -](#_Toc375314181)

[4.青年文化街区 - 4 -](#_Toc375314182)

[（二）研究背景 - 4 -](#_Toc375314183)

[1.城市文化产业的发展 - 4 -](#_Toc375314184)

[2.青年文化消费的关注较少 - 4 -](#_Toc375314185)

[3. 促进青年就业 - 5 -](#_Toc375314186)

[二、青年文化街区成功经验借鉴 - 5 -](#_Toc375314187)

[（一）北京798成功经验 - 5 -](#_Toc375314188)

[1.厂区建筑风格：传统与现代的结合 - 5 -](#_Toc375314189)

[2.艺术类院校的支持 - 6 -](#_Toc375314190)

[3.成功的发展模式：文化创意产业聚集区的链接效应 - 6 -](#_Toc375314191)

[（二）扬州花局里建构经验 - 6 -](#_Toc375314192)

[1.政府主导，加快转型 - 7 -](#_Toc375314193)

[2.多方支持，促进发展 - 7 -](#_Toc375314194)

[3.活动多样，吸引人流 - 7 -](#_Toc375314195)

[三、昙华林发展现状及其打造为青年文化街区的可行性分析 - 8 -](#_Toc375314196)

[（一）昙华林发展简介 - 8 -](#_Toc375314197)

[（二）昙华林打造为青年文化街区的可行性分析 - 9 -](#_Toc375314198)

[（1）昙华林产业结构 - 9 -](#_Toc375314199)

[（2）昙华林的知名度、满意度 - 9 -](#_Toc375314200)

[（3）武汉市政府政策支持 - 9 -](#_Toc375314201)

[（4）昙华林艺术村 - 10 -](#_Toc375314202)

[（三）昙华林的发展瓶颈 - 10 -](#_Toc375314203)

[（1）缺少系统、整体的规划 - 10 -](#_Toc375314204)

[（2）房屋产权归属不清 - 10 -](#_Toc375314205)

[（3）投资运营主体缺失，市场化运作水平不高 - 10 -](#_Toc375314206)

[（4）基础设施配套不足 - 11 -](#_Toc375314207)

[四、青年文化产品消费需求特征分析——以昙华林为例 - 11 -](#_Toc375314208)

[（一）国内外文化产品需求研究状况 - 11 -](#_Toc375314209)

[（二）文化产品分类 - 11 -](#_Toc375314210)

[（三）文化产品需求的定量研究 - 12 -](#_Toc375314211)

[（四）研究结果分析 - 12 -](#_Toc375314212)

[1.产品结构需求多样化 - 12 -](#_Toc375314213)

[2.产品品味偏好文艺 - 13 -](#_Toc375314214)

[3.产品价格中等偏下 - 13 -](#_Toc375314215)

[4.消费场合安静悠闲 - 14 -](#_Toc375314216)

[五、昙华林文化供给来源分析 - 14 -](#_Toc375314217)

[（一）武汉的文化积淀 - 14 -](#_Toc375314218)

[1. 艺术文化 - 14 -](#_Toc375314219)

[2.高校文化 - 15 -](#_Toc375314220)

[3.丰富的非物质文化遗产 - 15 -](#_Toc375314221)

[（二）昙华林自身的文化遗产 - 16 -](#_Toc375314222)

[1.近代文化转型遗址 - 16 -](#_Toc375314223)

[2.殖民风格建筑 - 16 -](#_Toc375314224)

[3.文化主题多元 - 17 -](#_Toc375314225)

[六、政策建议 - 17 -](#_Toc375314226)

[（一）政府制定长期规划，指导产业持续发展 - 17 -](#_Toc375314227)

[（二）引进投资运营主体，提高市场化水平 - 18 -](#_Toc375314228)

[（三）发挥“两院龙头”作用，打造文化艺术产业 - 18 -](#_Toc375314229)

[（四）加快基础设施建设，搭建公共服务平台 - 18 -](#_Toc375314230)

[（五）合理利用现有资源，开发武汉非物质文化遗产 - 19 -](#_Toc375314231)

[（六）引入“大昙华林”概念，丰富文化品牌内涵 - 19 -](#_Toc375314232)

[附件一 调查问卷 - 21 -](#_Toc375314233)

[附近二 访谈问题及记录 - 23 -](#_Toc375314234)

**文化地理视域下青年文化街区的构建**

**——以昙华林为例**

# 一、问题的提出

## （一）相关概念界定

### 1.文化地理学

文化地理学是研究人类文化空间组合的一门人文地理分支学科，研究地表各种文化现象的分布、空间组合及发展演化规律，以及有关文化景观、文化的起源和传播、文化与生态环境的关系、环境的文化评价等方面的内容。[[1]](#footnote-1)文化区或区域文化是文化地理学的一个核心概念，文化的形成发展具有鲜明的区域特征。从文化地理学的角度进行研究，对物质文明和精神文明建设都可发挥有益作用，有助于正确理解文化在形成当地经济发展中的作用，以及了解当地文化需求，进行适宜的文化规划。武汉青年文化街区的构建应着眼于武汉地区的地域文化特色以及文化需求，从空间地理的角度进行有针对性的文化规划。

### 2.青年

青年一词的含义在全世界不同的社会中是不同的，而青年的定义随着政治经济和社会文化环境的变幻一直在变化。联合国于1985年国际青年节，首次将青年界定为15至24岁之间的人。2013年，联合国世界卫生组织确定新的年龄分段：44岁以下为青年人，45岁至59岁为中年人，60岁至74岁为年轻老年人，75岁至89岁为老年人，90岁以上为长寿老人。中国国家统计局将15-34岁的人为青年，共青团则认为是15-28岁的人为青年，青年联合会认为是18-40岁的人为青年。本课题采用青年联合会的概念，将青年限定为年龄18-40周岁的人。

### 3.青年文化

对“青年文化” 的研究，国外主要集中于文化人类学和社会学中，基本上界定其为一种反主流文化。国内对青年文化的关注较晚，在二十世纪八十年代后对青年文化的研究开始增多。我国学者受西方学者的影响，一方面认为青年文化是一种非主流文化，另一方面，对青年文化的概念又提出了一些新的看法。国内外学者从不同角度对青年文化做了不同的解释，但综合而言，青年文化是以青年为主体的文化现象，“是青年在参与各种社会活动时由其特殊的行为方式所体现出的独特的价值判断、人格倾向、审美情趣及思考方式的概括”，具有鲜明时代特征和青年特点，是青年认知方式、表达方式和生存方式的重要体现。

### 4.青年文化街区

青年文化街区是一条以青年为主要消费群体，项目以青年创业交流中心、青年书吧、青年高新人才俱乐部、青年社团之家、青年旅舍、文化艺术产品展示中心等为主，具有服务青年创业、吸引青年人才、凝聚青年组织、展示青年文化等功能。

与商业街区不同之处在于，商业街由众多商店、餐饮店、服务店共同组成，按一定结构比例规律排列的商业繁华街道，是城市商业的缩影和精华，是一种多功能、多业种、多业态的商业集合体。而青年文化街区以文化为载体，产品主要展现青年文化，品位更时尚、潮流、小资。另外，青年文化街区积极引进具有时代气息，青年喜爱和参与性较强的项目。创造一种轻松、休闲、富有情趣的人文环境，吸引青年聚集，在此增加交流，发挥青年的创造性。

## （二）研究背景

### 1.城市文化产业的发展

十八届一中全会上，习近平同志指出，要继续坚持走中国特色社会主义文化发展道路，推动社会主义文化大发展大繁荣，深化文化体制改革，提高国家文化软实力，加强社会主义核心价值体系建设，丰富人民群众精神文化生活，增强人民精神力量。

为实施文化产业“超倍增”计划，增强文化产业发展活力，努力形成与国家中心城市相适应的文化软实力，武汉市出台了《武汉市历史文化名城保护规划》、《武汉市文化产业发展计划》、《武汉市文化发展规划》、《武汉市红色旅游建设专项规划》、《武昌昙华林历史街区保护和利用控制规划》等文化振兴计划。武汉市政府常务会讨论并原则通过了《武汉市文化产业振兴计划(2012—2016)》、《武汉市关于加快文化产业发展的若干政策》和《武汉国家级文化与科技融合示范基地建设实施方案(2012—2015年)》。

### 2.青年文化消费的关注较少

以时尚、潮流、新鲜等为主的文化消费吸引了广大文化商的注意，青年成为文化消费的一大主体。青年文化消费需求特征和消费倾向，引导文化企业的价值取向和文化产业的发展方向。然而国内学术界关于青年文化消费调研基本空白，政府的关注视野也主要集中在对文化创造主体和传播主体的研究管理上，对文化产业的末端——文化消费者——的研究极少。本课题从青年文化街区出发，以昙华林为模板，选取武汉高校学生及在职白领为样本，研究青年文化消费需求特征，找准青年文化街区消费偏好，挖掘青年文化消费潜力，为城市管理者构建青年文化街区，促进青年文化产业发展提供政策建议。

### 3. 促进青年就业

青年就业形势严峻。青年追求时尚、新鲜，青年文化街区的产业也主要以文化创意产业为主。文化创意产业离不开青年人，创意产业主要依靠的不是资金、厂房、设备等传统的物质资产, 而是人们的理念和创意, 创意产业是知识密集型产业, 人们的创造力和想象力是创意产业的原材料。创意产业的发展靠创意阶层, 靠创意群体的高文化、高技术、高管理和新经济的杂交优势, 高度依赖策划, 依赖人才。青年作为文化的传播者与创造者，打造一个青年文化创意街区，提供青年文化交流，创意展示，休闲娱乐的街区，既引导人才流向创意产业, 又为解决大学生严峻的就业问题提供方向，既有它的经济价值又有文化价值。

# 二、青年文化街区成功经验借鉴

## （一）北京798成功经验

### 1.厂区建筑风格：传统与现代的结合

北京798 艺术区的原建筑是东德设计、苏联援建的工业项目，厂区的部分建筑为典型的包豪斯风格，是实用和简洁结合的典范。随着北京城市化进程的发展，原处郊外的厂区成为城市的一部分，同时伴随原有工业项目的停改，厂区几近废弃。从2002年起，一批视角独特的艺术家、画家、经纪人率先进驻厂区。伴随着艺术家、文化机构的逐渐进驻，798 开始了民间自主创建，自发推动，形成了一个工厂型的艺术生态圈。这里健康而充满活力，艺术理想与商业利益同时交集。

伴随着798艺术区的发展，艺术区内不仅保留了旧厂房原有的建筑风格，对原有的历史文化遗留进行保护，同时创造性地发挥了对于建筑和生活方式的理解，对原有的工业厂房进行了重新定义、设计和改造。整体建筑中融入了加以精心设计改造过的大门和室内空间装饰等现代的艺术风格，更好的形成了艺术和建筑相融合的风格，增加了建筑的现代感结构感和简约感。因此，这些空置厂房经艺术工作者的改造后本身成为新的建筑作品，在历史文脉与发展范式之间，实用与审美之间与厂区的旧有建筑展开了生动的对话。前卫的艺术画廊、五彩缤纷的艺术展、漂亮的时尚店铺、光怪陆离的艺术空间，就连外墙的装饰画也散发着艺术的气息。

### 2.艺术类院校的支持

作为一个产业聚集园区，798艺术区位于北京东部城区，它临近首都机场，有聚集着大批的外国人和白领群体的使馆区和跨国公司，更为重要的是这里拥有中央美院和清华大学美术学院两所艺术高校。一方面，以废弃的旧厂区作为发展园区，租金相对便宜，运营成本低廉，有利于尚处于发展初期的文化创意产业的崛起。另一方面，浓郁时尚艺术氛围和便利的交通，有利于开展国际性交流。

中央美院是艺术人才的储备库，北京当地的毕业生加上全国各地汇集的“北漂一族”都可以作为艺术区发展的坚实后盾，因此就有了散落的自发的画家村的存在。在开始之初，798由于低廉的租金吸引了穷画家的进入，自发形成的艺术区，为以后的崛起打下了基础，也为798的保存打下了基础。画廊和高档服务业的进入完善了798艺术区的功能，一体化的发展吸引了大量游客，成为最活跃的艺术区落扩展了影响力，虽然租金的高涨和热闹可能会赶跑艺术家，但其周边散落着更多的自发的租金相对低廉的或者已经建好待出租的艺术区，如酒厂、索家村、草场地、环铁、费家等。这就为798艺术区的成长提供了保障，创作和交流展示平台的分工为艺术家的生命力和作品的质量提供了保证，也为798带来新鲜的血液。

### 3.成功的发展模式：文化创意产业聚集区的链接效应

798 本为民间自发组建的艺术区。艺术家自发聚集在798，开展一些展览活动，但随着艺术家进驻人数的增多致使其规模逐步扩大，导致相关联的消费者、生产商也同时聚焦于798，画廊画商进入。同时，政府也加大财政投入，展览馆的出现，艺术活动的不断增多，大量游客聚集，就吸引了更多的服务业进驻，798的影响力就进一步凸显，成为了著名的艺术区。798大概的成长过程始终离不开艺术家的努力，特别是早期，艺术家的创新实力推动了整个艺术区的发展。

798的链接效应进一步开辟了相关的贸易平台，文化创意产业的知识产权保护也提上日程。由于集聚规模扩大，艺术品交易、设计与咨询、时尚演艺、知识产权保护等贸易平台的随之而来，北京市确立其为文化创意产业基地，为产业快速健康发展提供了机遇，知识产权保护也为产业规范发展提供了保障。文化创意产业是新经济时代的产物，798的成功模式正是这一链接效应的完美体现。

## （二）扬州花局里建构经验

花局里商业街总占地面积11350.28平方米，建筑面积8307平方米。规划辟有淮扬美食、传统工艺、茶馆酒吧、旅馆客栈、文艺展演以及盐商私家园林观光旅游等六大特色区域。花局里是一个经济项目，更是一个文化项目、一个艺术项目。

### 1.政府主导，加快转型

2008年，花局里已开始打造一条商业街区。而2011年开始，政府将街区定义为“全国首个青年文化休闲街区”，将转型升级的目标锁定为古城扬州的娱乐、休闲新坐标。团市委与个园管理处正式签订街区合作建设协议，逐步淘汰一批缺乏特色的地方特产店、旅游工艺品店，共同引进和打造文化创意旅游项目，如青年创业交流中心、青年书吧、青年高新人才俱乐部、青年社团之家、青年旅社和文化艺术产品展示中心等。同时拿出一批商铺，给予八折优惠，帮助青年在花局里街区创业，发挥青年的创造性，使花局里成为扬州青年创业者的孵化基地，形成了一个以青年人为主的文化沙龙、文化创意、文化休闲的主导片区。

### 2.多方支持，促进发展

青年创业交流中心会集扬城多位优秀青年企业家代表，以联谊型、非营利性为特点，主要是通过组织开展系列活动，为青年创业提供政策解读、项目合作、资金筹集和人才引进等服务。文化艺术产品展示中心是由扬州报业传媒集团精心打造的文化艺术产品展示交流平台，同时为广大青年提供文化交流、产品展示、公益拍卖等活动载体。建设花局里青年文化休闲街区，把年轻人的想法和文化创意与历史老街紧密联系起来，才使得老街呈现出丰富多彩的文化特色。

### 3.活动多样，吸引人流

花局里开辟了具有现代演出功能的传统演艺空间和游乐场所，既方便地方曲艺表演，有适宜引进各种演出交流活动，经常举办青年喜闻乐见的文化娱乐活动，打造青春、时尚、激情的青年文化休闲街区。在个园花局里街区，同时还拥有扬州青年创业交流中心。这里，几乎每周都会有青年创业的专题活动，每当到有活动时，扬州各地的青年创业者们就会涌到这里，听创业讲座，交流创业经验，营造青年创业的氛围。

共青团扬州市委、个园联合举办“青年社团风采展示汇演”活动，大学生乐队表演、街舞、武术等一系列精彩动感演出向人们展现出扬州青年的蓬勃朝气和积极向上的活力。如今，这类青年文化活动在花局里几乎每周都会举办，这些活动都引来了游人的驻足。

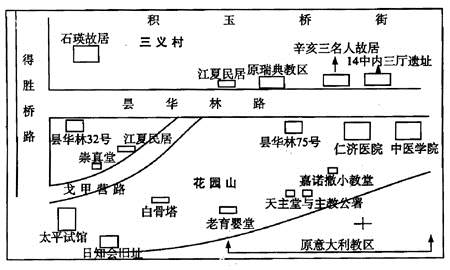
# 三、昙华林发展现状及其打造为青年文化街区的可行性分析

青年文化街区是服务青年创业、吸引青年人才、凝聚青年组织、展示青年文化、进行文化消费的主要场所，彰显青年生活方式，体现青年文化消费需求。武汉目前没有真正意义上的青年文化街区。昙华林作为武汉现存最好的历史风貌街区之一，集中了众多特色鲜明的手工饰品店铺、创意小店、特色水吧、手工刺绣等，吸引众多文化爱好者前往，周末及节假日日客流量达到800——1000人，其中青年群体占据总消费者群体人数的70%以上。因此，选择昙华林作为调查青年文化消费需求的模板具有典型性，数据具有可信性，调研具有可行性。

## （一）昙华林发展简介

昙华林东起中山路，西至得胜桥，全长1200米，面积约64.6公顷，是明洪武四年（1371年）武昌城扩建定型后逐渐形成的一条老街。昙华林集中了52处百年以上的优秀历史建筑，老教堂、老医院、老学校、老民居、老公寓、老花园、老领事馆、老城墙等不一而足。昙华林片区自身拥有了历史、文化、美学、艺术、环境价值，具有很高的经济和社会价值，是一种不可再生的城市财富。他们是武汉城市肌理的重要组成部分，不仅承载了重要的殖民地和辛亥革命历史，而且还提供了真实的生活场所。

**图1 昙华林街道建筑分布图**



## （二）昙华林打造为青年文化街区的可行性分析

### （1）昙华林产业结构

昙华林产业发展迅速，从规模上看，不仅有雕塑工作室、艺术展览馆、艺术家工作室等大型文化艺术产业，也吸引了一批如特色水吧、手工饰品店、书吧等小型产业。这些产业主要集中在人流量最集中的昙华林西段，或者胭脂路西段。从经营类型上看，昙华林的经营者的盈利方式一般分为三种，单纯的艺术盈利、艺术产业的衍生盈利和纯商业经营盈利。昙华林已经初步具备以文化艺术产业为核心的产业结构，但由于文化艺术产业和街区的结合不紧密，产业系统化不高，产业结构不完整，产业与当地居民结合不够等问题，使文化艺术产业并没有得到突出发展，从而使昙华林地区的发展不足。

### （2）昙华林的知名度、满意度

从2008年昙华林三期工程改造以来，昙华林的发展速度越来越快，知名度、满意度也随之提高。根据调查结果，我们发现77.6%的受访对象知道昙华林，而且79%的人是通过同学介绍。由此可见，昙华林知名度较高，在市民心中口碑较好。超过半数的受访对象表示满意，愿意再次前往昙华林参观游览。关于产业结构、产品品位、产品价格、文化氛围、交通设施五项满意度的分项调查中，文化氛围满意度最高，为61%，其次是产业结构、产业品味，分别为60%和51%，说明昙华林的文化氛围已得到大多数人的认同。

### （3）武汉市政府政策支持

根据《武昌昙华林历史街区保护和利用控制规划》提出的整体规划、分期实施的原则，结合市城建计划安排，2005年，一期工程启动了八处历史建筑保护修缮（仁济医院、嘉诺撒仁爱修女会礼拜堂、孙茂森花园、翁守谦旧居、昙华林32号民居、昙华林34号民居、昙华林81号民居、教士公寓楼等）、花园山山体恢复暨胭脂路小游园建设、昙华林正街西段道路改造等三项工程，主要建设内容包括：拆迁居民及企事业单位142户（面积10824㎡）、抢救性保护修缮历史建筑8处（面积5727㎡）、花园山山体保护及小游园建设（面积5276㎡）、昙华林正街西段道路综合改造（长433米、宽8~15.4米），概算投资5083万元。

2006年，二期启动了昙华林正街西段管线入地工程、昙华林正街西段街景及立面整治、胭脂路立面整治等三项工程，主要实施供电、路灯、电信等杆线入地，整治各类房屋86栋，面积65000㎡，概算投资3396万元。

2008年对石英旧居、国民政府政治部第三厅、原武汉市电子工业局党校三处历史建筑进行保护修缮。

2011年三期启动了昙华林正街东段道路改造、管线入地、街景及立面整治工程，目前正在进行中。

### （4）昙华林艺术村

武昌区斥资1.3亿元打造昙华林，依托湖北美术学院的艺术氛围推出了“昙华林艺术村”。目前，园区内已有各类艺术与设计研究机构、艺术家工作室及设计公司多家入驻，如获得湖北省“终身成就艺术家”荣誉称号的艺术大师——周韶华艺术工作室、周韶华艺术中心、湖北省重点人文社科研究基地——现代公共视觉艺术设计研究中心、国画工作室、雕塑艺术工作室、版画艺术工作室、漆画艺术工作室、楚美术暨中国南方先秦美术形态研究中心、湖北民间艺术研究所、陶瓷艺术研究所、半亩园艺术园等。现有艺术家有103人，在国内外具有良好的声誉和较高的学术影响力，在我国特别是中部地区的中国当代美术教育、文化艺术事业和经济建设与社会发展中占有重要地位。艺术村正逐步发展成为一个为艺术产业基地，初步形成了产业集群效应。与此同时，昙华林也成为了武汉市第一个微电影产业发展基地。

## （三）昙华林的发展瓶颈

### （1）缺少系统、整体的规划

长期以来城市建设规划对于土地使用规模、道路交通等方面都有较详尽的规划，但对于城市文化建设的内容少有涉及，对如何把城市建设和城市文化特色营造结合起来的阐述不够。而同时由于规划的相对滞后，过去管理存在不可避免地疏忽，没有专职机构和制度化手段去规范昙华林的建设与保护。

### （2）房屋产权归属不清

2012年年初，武昌区政府有关部门再次对昙华林街区所有“老房子”登记造册。翻开“昙华林52处优秀历史建筑使用情况一览表”，显示“未维修”的有31处，“已拆建”的6处，曾小有名气的“半园”、得胜桥老店面等，如今已踪迹难觅。现存的40多处房屋产权又分别归属多个单位或个人，回购需要一笔不小的资金。与此同时，改造后更加浓郁的艺术氛围吸引来越来越多的“驴友”和艺术店铺，无形中进一步托高了这一地段的继续改造成本。

### （3）投资运营主体缺失，市场化运作水平不高

昙华林地区现阶段有湖北美院实习基地、艺展中心、雕塑研究所等大型文艺产业，并且有多家知名画室进入，还有字画装裱、印章销售等与之相关产业，但数量不多，且地区内部上下游部门关联不高，各自为战，所以生产销售效益低下，地区产业没有活力。当前昙华林艺术村的建设基本上以政府投资和建设为主，市场化程度不高，有竞争力的企业不多，经济效益低下。

### （4）基础设施配套不足

交通不便和停车难客观上导致企业不愿入驻，买家和游客通行不便，使艺术村人气不旺。同时，服务设施缺乏和服务水平不高，公共厕所、餐饮场所较为欠缺，店铺分布分散 ，也制约了昙华林人气聚集。

# 四、青年文化产品消费需求特征分析——以昙华林为例

## （一）国内外文化产品需求研究状况

国内外研究学者在文化产品需求方面的研究已经取得了大量的文献成果，归纳起来集中在文化产品需求的社会意义、文化产品需求的结构和文化产品需求的影响因素三个部分。在文化产品需求影响因素的研究领域，较有代表性的成果是Baumo（2003）的观点，认为消费者选择和使用文化产品的影响因素既包括消费者的个体特征因素（性别、职业、年龄、受教育程度和可支配收入等），也包括社会经济因素（偏好、效用、替代效应、价格弹性、收入约束和时间约束等）。

## （二）文化产品分类

文化产品是文化产业活动所提供的产品，分为文化商品和文化服务两大类。文化商品指的是那些能够传达生活理念、表现生活方式的消费品，包括图书、杂志、多媒体产品、软件、唱片、电影、录像、视听节目和工艺品等。文化服务指的是政府、私人、半公立机构或公司取得文化利益或满足文化需求的活动，文化服务不包括其服务所借助的物质形态，只包括艺术表演和其他文化活动，以及为提供和保存文化信息而进行的活动（图书馆、档案馆和博物馆等机构的活动）。

## （三）文化产品需求的定量研究

以问卷调查法对文化产品需求及其影响因素进行定量研究，首先要解决文化产品需求的测量问题——文化产品的需求结构。文化产品的需求结构是指消费者对各类文化产品的需求构成，现有文献大多从文化产品分类的角度来界定相关内容，具有代表性的观点有三大类：一是研究性分类，二是功能性分类，三是统计性分类。不同的分类范式，反映了不同的理论切入点，从不同的侧面指认了文化产品需求的分类结构。本课题基于文化地理学的视角，为全面、客观、直接的了解青年文化消费需求的特征，采取问卷调查和一对一访谈相结合的方式进行实地考察。

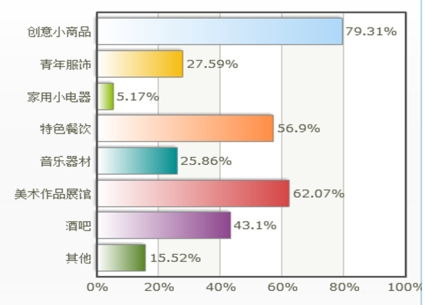
## （四）研究结果分析

本次调研对象主要选取受教育程度较高的武汉高校学生以及在职“白领”，其中，发放问卷200份，有效回收180份，一对一访谈25人。调研对象年龄从18岁到50岁不等，男女生比例基本持平，学历主要以本科生、研究生为主，月收入1000元以上。这部分青年收入水平较高，具有购买力。高校学生收入虽然不高，但支出也比较少，且未来预期收入水平较高，巨有潜在购买力。

本次研究主要从青年消费者的产品结构、产品品位、产品价格以及消费场所四个方面进行考察，研究发现：

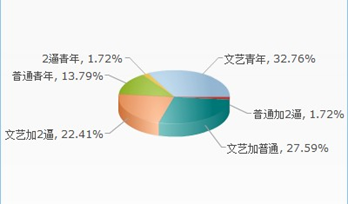
1.产品结构需求多样化**。**“世界上没有两片完全相同的叶子。”青年消费需求具有差异性，不同的消费者具有不同的产品需求。通过提供创意小商品、青年服饰、实用小电器、特色餐饮、音乐器材、美术作品展管、酒吧等各种产品类型，青年消费者从中选取最希望出现在昙华林的三类产品，我们发现不同个体产品需求差异性较大。最终通过数据分析，我们发现创意小商品人气最高，支持率达到80%；其次是美术作品展馆和特色餐饮，支持率分别为62%和57%。

**图2 青年消费者产品结构需求分布图**



2.产品品味偏好文艺。受教育程度较高的青年更倾向于追求精神文化生活，在享受物质生活的同时追求精致、优雅、舒适、浪漫的“小资”生活，具有比较强烈的文化消费需求欲望。本文通过选取当下流行的文艺青年、普通青年、二逼青年的分类方法，对青年文化街区消费品位进行调查。普文二（普通青年、文艺青年、二逼青年的简称）用来指代三种生活态度，文艺青年泛指一切喜爱文化的青年。根据调研数据，我们发现文艺青年总占比高达90%，昙华林依旧是文艺青年的天堂。

**图3 青年文化品位需求特征**

****

3.产品价格中等偏下。价格是决定消费者需求的主要因素，昙华林80%的游玩者属于年龄在16—24岁的年轻人，但真正的购买者主要是收入较高的中年人。青年购买的产品集中在一些小型的手工艺品、奶茶、部分小吃，对于其他的艺术品，诸如刺绣、书画、雕刻、玉石等望尘莫及，因此出现了人潮汹涌但店家销售额缓慢增长的局面。通过调研，我们发现15.52%的人选择50元以下，50%的人选择在50—100元之间，24.14%的人选择在100—150元之间，仅有不到10%的人选择在150元以上，青年消费需求价格较低。

4.消费场合安静悠闲。此次访谈，大部分受访对象反映整体店铺位置距离地铁出口较远，交通不便导致许多私家车辆进入，本不宽广的街道变得更加拥挤，影响游客出游安全及心情，破坏昙华林安静、休闲、放松的氛围。对于逃离拥挤都市的文艺青年们来说，没有比这更让人失望的事情。同时，大量私家车停靠在小店门口，破坏街道整体美观，不利于美术爱好者、摄影爱好者创作等。

# 五、昙华林文化供给来源分析

武汉市“九省通衢”，是长江流域古老的文化发祥地。至唐宋代，武昌汉阳已有市邑熊富的美誉，至明末清初，汉口就跻身全国四大名镇之列。康熙年间，三镇已成为楚中第一繁盛处。武汉三镇作为长江中游最大的贸易集散地、商业贸易中心，地理空间得水得中，自然资源有山有湖有江，人文资源有宗教京剧楚文化民国文化等等。昙华林作为武汉众多知名街区之一，其自身也积累了丰富的殖民文化、首义文化、红文化等，集中了52处百年以上的优秀历史建筑，比如老教堂、老医院、老学校、老民居、老公寓、老花园、老领事馆、老城墙等等。多元、深厚的文化积淀，将成为青年文化街区文化创意的来源。

## （一）武汉的文化积淀

### 1. 艺术文化

武汉是“高山流水觅知音”的发源地。武汉主要艺术表演场馆有琴台大剧院、琴台音乐厅、湖北剧院、武汉剧院、洪山礼堂等。1992年建成的武汉杂技厅，是中国第一座可供进行国际杂技、马戏表演的观演建筑，也是亚洲最大的杂技厅。在此举办的中国武汉国际杂技艺术节，是与蒙特卡洛国际马戏节、巴黎明日国际杂技节齐名的全球三大国际杂技节，被文化部列为中国“七大对外文化交流项目”之一。

汉绣最早可以追溯到春秋战国时期，它以楚绣为基础，融汇南北诸家绣法之长，揉合出了富有鲜明地方特色的新绣法。1910年和1915年，汉绣制品在南洋赛会和巴拿马国际博览会上获得金奖。此外，武汉还有木雕船模制作技艺等传统工艺。汉剧旧名楚调、汉调，约有300多年历史，有“京剧之母”的美誉。武汉地区其他剧种还有楚剧、湖北评书、湖北大鼓、湖北小曲等。另外，武汉还是中国京剧第一世家“京剧谭门”的故乡。

### 2.高校文化

武汉是国家四大科研教育中心之一，全国仅次于北京、上海的第三大科教中心城市，拥有高等院校82所，高校数量居中国第二。其中，一本高校10所，二本12所，三本高校23所，高职院校30所，另有军事院校7所，其中985工程建设大学两所，985工程优势学科创新平台建设大学四所，211工程建设大学有七所。武汉是中国高等教育最发达的城市之一，也是中国南方高校最密集的城市，智力资源和人力资源十分丰富，武汉大学及其东侧的“武汉·中国光谷”所在地武汉东湖地区是中国较大智力密集区。武汉音乐学院和湖北美术学院的前身武昌艺术专科学校，是中国现代第一所私立艺术教育学堂，是中国最早的三所艺术专科学校之一，因此武汉也成为了中国近现代高等艺术教育的发源地之一。

### 3.丰富的非物质文化遗产

3500余年的城市发展，武汉人民创造了一大批的非物质文化遗产，具体见表1.

表1 武汉非物质文化遗产目录[[2]](#footnote-2)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 民间文学类 | 黄鹤楼传说 |  | 伯牙子期传说 | 木兰传奇 |  | | “贱三爷”的故事 | |
| “惟楚有材”传说 |  | 卓刀泉传说 | 黄陂民间彩词[61] |  | |  | |
| 民间音乐、舞蹈类 | 高龙 |  | 单弦拉戏 | 牌子锣鼓 |  | | 五虾闹鲢 | |
| 高跷狮子 |  | 武狮 | 武汉采莲船 |  | | 鳌鱼灯 | |
| 高跷亭子 |  | 汉口码头号子 | 墨龙灯 |  | | 高台狮子 | |
| 天狮子 |  | 八十八行 | 扑蝴蝶 |  | | 高跷故事亭子 | |
| 传统戏剧、曲艺类 | 汉 剧 |  | 楚 剧 | 湖北评书 |  | | 湖北小曲 | |
| 湖北道情 |  | 湖北渔鼓 | 湖北大鼓 |  | | 黄陂花鼓戏 | |
| 新洲皮影戏 |  |  |  |  | |  | |
| 杂技、竞技类 | 武汉杂技 |  | 顶碗 | 木兰武术 |  | |  | |
| 民间美术类 | 武汉剪纸 | 黄陂木版年画 | | 木雕船模工艺 |  | 武汉泥塑 | |
| 武汉面塑 |  | 小口径瓶内画工艺 | 人物透雕 |  | | 明式家具微缩工艺 | |
| 传统手工技艺 | 汉绣 |  | 高洪太铜锣制作技艺 | 汉口荣宝斋书画装裱 |  | | 老通城豆皮制作技艺 | |
| 蔡林记热干面制作技艺 |  | 武汉面窝制作技艺 | 圆木微缩技艺 |  | | 篾扎风筝技艺 | |
| 武汉灯彩扎制技艺 |  | 武汉煨汤技艺 | 青山麻烘糕制作技艺 |  | | 黄陂榨油技艺 | |
| 武汉“过早” |  |  |  |  | |  | |
| 传统医药类 | 叶开泰中医药传统 |  | 马应龙制药传统 |  |  | |  | |
| 民俗类 | 木兰庙会 |  | 汉阳归元庙会 | 旧街花朝节 |  | | 汉正街招牌 | |

## （二）昙华林自身的文化遗产

### 1.近代文化转型遗址

据了解，武汉此次世界文化遗产申遗主题为“近代文化转型遗址”，涵盖汉口原租界区、汉阳工业遗产区和武昌首义遗产区三大部分。昙华林一带是辛亥革命的摇篮之一。今昙华林小学隔壁曾是熊十力创办的反清革命团体“黄冈军学社”的遗址，花园山南麓有革命先驱吴禄贞领导的“花园山聚会”遗址。昙华林32号早年曾是共进会领导人刘公在正卫街的公馆，，辛亥革命武昌起义的军歌也产生在湖北工业中学堂的校园内。在今花园山南麓的“圣约瑟学堂”旧址上，是1906年刘静庵领导的反清革命团体“日知会”的所在地。

如今，昙华林一带还保留有几处辛亥名人故居的痕迹。昙华林141号大院中，从东头算起，一是邵伯昌的老房子（可惜这排房子被毁），二是徐源泉公馆，三是夏斗寅公馆。仁济医院旧址的两边，曾是老同盟会员陈时的故居，他既是辛亥革命的名人又是著名的教育家。在昙华林，有号称“湖北三怪”之一的辛亥名人石瑛的公馆。昙华林的文华老校园还是陈独秀在武汉最早传播共产主义革命火种的地方。1920年2月4日，陈独秀应文华大学聘请，从南京到武汉，下榻在文华大学文学院，第二天他在公书林礼堂发表演讲，题目是《社会改造的方法与信仰》。在武汉市第十四中学校园中遗存有一幢民国早期建的小楼，1938年曾被用作国民政府军事委员会政治部第三厅机关的办公场所。

### 2.殖民风格建筑

解放前昙华林曾有“租界”之称。自近代汉口开埠后，美国圣公会、英国伦敦会、瑞典行道会、意大利圣方济各会等各国势力强大的宗教组织，都曾选择这里修建教堂，传布教义。如今，这其中的有些教堂仍在发挥功能，有些教堂则遗迹犹在。戈甲营44号由英国伦敦会的杨格非牧师于1865年主持兴建的，是产生在武昌的第一座基督教堂。穿过昙华林街一个完全中式的门牌坊，有一组北欧风情的建筑，这就是基督教瑞典行道会于1890年建在武昌的传教基地。武昌历史上唯一的一个外国领事馆——瑞典领事馆也依然得以保存。在湖北中医学院内，有一幢希腊神庙式的建筑，这是基督教美国圣公会于1871年在这里兴建的圣诞堂。在花园山上，至今还保存有四座西式建筑 “育婴堂”大楼、主教公署大楼、花园山天主堂和天主教嘉诺撒仁爱修女会建的一座小教堂。

今昙华林东头的湖北中医学院所在地，是原基督教美国圣公会1871年创办的文华书院，它是外国教会在武汉最早开办的学校。1903年，文华书院形成小学、中学、大学三部，1909年正式成立文华大学及附设文华中学。1924年，在文华大学的基础上，这里建成了华中大学。除了学校，国外教会组织还在这里创办了近代早期医院。现湖北中医学院附属医院，即是原基督教英国伦敦会所办的仁济医院和意大利圣方济各会所办的圣约瑟医院合并而成的。现在修建于1895年的老仁济医院是武汉乃至在全国都少见的近代早期医院建筑群。

### 3.文化主题多元

昙华林原是条石路面，具有典型的明清街道风格。昙华林以“三山一湖”为架构，以优秀历史建筑为核心，以红色文化展示、古城文化展示、历史文化展示、宗教文化展示、建筑文化展示、街巷文化展示为特色。其“三山一湖”的地理特征（花园山、凤凰山、螃蟹岬、沙湖），依山临水，在中心城区是不可多得的，又与武昌城文化区的黄鹤楼公园文化区、辛亥首义文化区既有联系又相对独立；昙华林历史文化街区文化主题既有红色专题也有宗教专题；既有古代专题也有近代专题；既有自然专题也有建筑专题；既有教育专题也有民俗专题；加之名人名居，昙华林街区是武昌城乃至武汉市文化内涵最为丰富的历史文化街区。

### 六、政策建议

文化街区是一座城市历史的缩影，展现了城市千百年的文化积淀，经历的沧桑岁月。打造青年文化街区，不仅仅是满足青年人的文化需求，更体现了一座城市文化的传承。青年作为每个时代的主力军，对城市政治、经济、文化发展都起着至关重要的作用。将青年作为文化街区的主要消费对象，可以使青年在游玩、消费的同时加深对城市历史文化的了解，传承城市精神，激发其保护、传承、挖掘并发扬光大的激情，不仅可以提升青年文化素养，更可以延续城市文化命脉。因此，将昙华林打造为青年文化街区，一方面要满足青年文化产品消费需求，同时要结合武汉文化、昙华林文化特色，使城市文化成为文化创意产业的源泉。

## （一）政府制定长期规划，指导产业持续发展

青年文化街区的开发、修缮、经营、复兴，与当地政府的大力支持密不可分。借签北京798、扬州花局里、杭州新天地等国内知名青年文化街区经验，聘请国内一流学者和营销团队，以适度超前的理念，结合武汉及昙华林的艺术氛围，准确定位区域的建设、特色和产业的规模、业态、配置，高起点制定好昙华林街区发展规划，用于指导昙华林街区历史文化的保护与开发。这个规划不仅要重视历史的真实性，发展的前瞻性，而且要注重现实的可行性、保护和开发的有序性和可操作性。

比如，结合昙华林现有的历史文化建筑及人文氛围，满足青年多元、时尚、潮流的小资情结，着力发扬首义文化、东西方交流文化、高校文化及创意产业，使青年群体在消费、游玩的同时了解武汉历史，加强文化熏陶，同时激励业主加大挖掘武汉文化、昙华林文化力度，深化文化景观内涵，激发青年创作热情，满足青年创业需求。

## （二）引进投资运营主体，提高市场化水平

以武汉武昌文化旅游发展有限责任公司为投资运营主体，以市场化运作为抓手，迅速形成文化艺术产业园区氛围。2012年初区委区政府注册成立了武汉武昌文化旅游发展有限责任公司（以下简称公司），该公司在昙华林艺术村建设中应承担昙华林优秀历史建筑及民宅的收购工作，运营昙华林资产以扶植文化创意产业工作，编制昙华林艺术村产业发展规划的组织工作。

公司要把提升昙华林艺术村品质作为重要的运营项目纳入到议事日程，制定工作进度时间表，增强工作的执行力。一是要加快公司、湖北报业集团和湖北美术学院三方建设的“艺术设计创意产业园”从构想变为现实的工作进度。二是学习借鉴扬州花局里的成功经验，同步推进建设、营销策划和招商工作，尽快显现昙华林艺术村建设成效和品质。按照“艺术创意文化+艺术品交易+历史文化旅游”模式面向全国以及国际市场招商引资，大力引进有实力和影响力的文化艺术企业在艺术村聚集。三是尽早出台昙华林资产整合运作的详细规划，建立入驻企业的评估机制，丰富昙华林产品结构，尽快盘活昙华林资产。

## （三）发挥“两院龙头”作用，打造文化艺术产业

要进一步加强区校文化发展战略合作，充分鼓励支持两院发挥自身优势直接参与昙华林乃至武昌的文化建设。武昌拥有大量的艺术创意人才资源，要在区校文化发展战略合作方面搭建平台，建立健全相关的管理制度和运行机制，为青年艺术家创作提供更为优越的条件，充分发挥两院在昙华林乃至武昌文化建设中的龙头作用。通过制定专项优惠政策，与有实力的文化企业、艺术学校或艺术专业学院建立常态联系机制，实现项目上的深度合作。通过充分挖掘闲置资产的潜力和研发优势，促进资源优势转化为产业优势。同时，建立上市后备文化艺术企业数据库，跟踪服务，策划包装，促进上市。湖北美术学院2012年打造的昙华林创意产业园区，力图构筑的产学研合作平台正是这样的文化创意产业链的尝试。它既为昙华林的创意产业提供了源源不断的创意人才，又形成稳定的一体的产业链。

## （四）加快基础设施建设，搭建公共服务平台

政府应加强基础设施建设，一是借鉴户部巷、徐东古玩一条街和汉正街的做法，在昙华林东端出口临街中山路的地方修建有地域特点和文化内涵的“昙华林艺术村”牌坊，让过往的人们都能知晓昙华林之所在。二是提高交通通行度和参观便利度，昙华林人稠路窄，人流车流量大，建议设置车辆禁行时段，该时段一律使用观光电瓶车代步。三是应该在昙华林的几个重要入口附近建设停车场或者地下停车场，解决乱停乱放、人车争道的现象，这样既方便居民，又带动民俗旅游的人气。

成立艺术村咨询服务中心，为园区机构和到访者提供导览、租赁、咨询、ATM机取款等多方面的服务；成立专门的接待部，充实接待设备和人力，招聘多语种导游志愿者；安排免费游览车，从园区入口处经停园区主要线路与机构，同时为到访者提供指引服务；更新门面招牌，在主要交通道口设立中英文引导标识，为园区到访者提供便利；编制昙华林艺术村导览图和宣传册等各种形式宣传昙华林艺术村，积极推广昙华林艺术村；在街区著名遗迹处增设相应景观设施，如模拟历史情景的雕塑、影像资料展示窗口等，使游客可以更直观地感受历史建筑沧桑风韵等。

## （五）合理利用现有资源，开发武汉非物质文化遗产

胭脂路服饰文化街已形成以布匹服饰零售批发和服饰加工于一体的特色专业市场，现已成为“昙华林青年文化街区”的延伸线和首义文化园连接线上重要特色景观街区，应将“胭脂山衣坊”纳入“昙华林艺术村”的布局中，打造胭脂路服饰文化一条街。引进服装设计，时装发布、表演，时装、时尚文化展示及个性时装精品屋等业态，在服饰加工的基础上提升为时尚创意产业一条街。得胜桥老街是一条很窄的古街，应该保持老式步行街民俗原貌，两边的房屋相当一部分是清代建筑，屋梁上的雕刻还依稀可辨。修复传统民间老店，建设得胜桥名老店铺一条街，将特色小吃、小百货等零售业集中，形成一个民俗风情集市街。

街区还应引进多种形式的非物质文化遗产，为汉剧、楚剧、纸扎风筝等传统民俗艺术提供展示舞台，还可通过真人演绎，模拟再现汉阳归元庙会当年真实的情境；更可利用湖北音乐学院丰富的演出资源、借助昙华林新兴剧场集群的优势，定期举办汉剧、楚剧演出专场，为商业街增添文化活力。需要强调的是，这些元素不应只在一年一度的昙华林文化节上出现，而应作为昙华林休闲文化的重要组成部分使之成为常态化。

## （六）引入“大昙华林”概念，丰富文化品牌内涵

昙华林青年文化街区，蛇山上的黄鹤公园、辛亥首义文化区，督府堤红色旅游区和中南路的宗教文化旅游区是武昌得天独厚的五张文化品牌，这些品牌不论是地域和文化渊源上既自成体系，独立成章，又互为联系，相辅相成，相得益，浑然一体，是国内少有，世界少见。要制作辛亥首义、蛇山黄鹤楼、督府堤、昙华林和长春观宝通禅寺等这五个历史文化板块的宣传片，在市、区政府网站上网，既加大宣传，也可进一步促进五者组合，形成有机整体；既加快五者各自发展，又可促进武汉武昌文化产业的做大做强。

**参考文献**

[1]覃文柯．昙华林历史街区改造的反思[J]．山西建筑，2012（32）．

[2]杨萌．昙华林街区的历史文化积淀[J]．武汉文史资料，2012（12）．

[3]陈彤旭．文化地理视阈下的青年时尚街区[J]．中国青年研究，2013（1）．

[4]徐连明．品味的时尚：我国青年时尚文化分析[J]．中州学刊，2013（1）．

[5]潘纯琳，肖庆华．新文化地理学视野下的都市文化景观建构——以锦里和文殊坊历史文化街区为例[J]．中华文化论坛，2013（1）．

[6]陈露．历史文化街区与消费空间的融合[J]．文学界(理论版)，2012（12）．

[7]李山石，刘家明．基于文化创意产业的历史街区提升改造研究——以南锣鼓巷为例[J]．人文地理，2013（1）．

[8]王旭，张衔春．历史街区保护与更新研究——以武昌昙华林街区为例[J]．华中建筑，2010（7）．

[9]梅芸．武昌历史街区昙华林发展文化创意产业竞争力分析[J]． 华中建筑，2010（8）．

[10]罗彩霞．昙华林历史文化街区公共空间的规划与设计[D]．华中农业大学，2012．

[11]文化地理学．百度百科．网址：<http://baike.baidu.com/view/100966.htm>

[12]武汉．百度．网址：<http://baike.baidu.com/view/1267.htm>

# 附件一 调查问卷

**青年对昙华林满意度及未来消费倾向调查问卷**

您好！我是中南财经政法大学的一名在校学生，首先感谢您接受我们的问卷调查。

这是一份实践性的问卷，旨在探讨您对当前昙华林发展现状的满意度以及您的消费倾向，因此烦请您仔细阅读每一项叙述，并选择符合您的实际情况的选项。

您的回答无所谓对错，只要真实的反映了您的情况就达到了这次调查的目的。希望您能积极参与，我们对您的回答完全是保密的。调查要耽搁您一些时间，请您谅解。在填写问卷时，请您在所选答案前打上“√”，在留出的横线空格或相应表格栏中直接填写即可。真诚感谢您的支持与合作！

中南财经政法大学

2013年6月

调研员：\_\_\_\_\_\_\_

调研时间:\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日

调研地点：\_\_\_\_\_\_省\_\_\_\_\_\_市\_\_\_\_\_乡\_\_\_\_\_村

一、下面是关于您的个人基本情况的描述，请您根据实际情况选择相应选项。

1. 您的性别是\_\_\_\_\_\_\_ （1）男 （2）女

2. 您的年龄段\_\_\_\_\_\_\_ （1）15-18 （2）18-22 （3）22-26 （4）26-28

3. 您的教育背景\_\_\_\_\_\_\_

（1）高中 （2）中专或中技 （3）大专 （4）大学本科 （5）研究生及以上

4. 您目前的职业是\_\_\_\_\_\_\_

（1）学生 （2）公务员 （3）自主创业者 （4）职工 （5）其他

5. 您当前的月收入\_\_\_\_\_\_\_

（1）1000以下 （2）1000-2000 （3）2000-3000 （4）3000-4000 （5）4000以上

二、昙华林知晓度：下面是关于您对昙华林的了解程度，请选择最符合您内心想法的选项。

6.您是否听说过昙华林 （1）是 （2）否

7.您是否去过昙华林 （1）是 （2）否

8.您了解昙华林的渠道（多选题）

（1）媒体 （2）同学推荐 （3）政府宣传 （4）其他

9.您是否愿意再去昙华林游玩

（1）愿意 （2）不愿意 （3）说不清

三、满意度：下面是关于您对目前昙华林发展现状的感受的描述，请选择最符合您内心想法的选项。

10.您对昙华林现状的满意程度

（1）很满意 （2）满意 （3）不太满意 （4）很不满意

11.您觉得昙华林最吸引您的地方是

（1）文化氛围 （2）小店特色 （3）地理环境 （4）人文环境 （5）价格优势

12.您对昙华林产业结构的满意程度

（1）很满意 （2）满意 （3）不太满意 （4）很不满意

13.您对昙华林产品品位的满意程度

（1）很满意 （2）满意 （3）不太满意 （4）很不满意

14．您对昙华林周围交通设施的满意程度

（1）很满意 （2）满意 （3）不太满意 （4）很不满意

15.您对昙华林产品价格的满意程度

（1）很满意 （2）满意 （3）不太满意 （4）很不满意

16.您对昙华林文化氛围的满意程度

（1）很满意 （2）满意 （3）不太满意 （4）很不满意

17.您认为昙华林街区发展存在的不足

（1）产品结构单一 （2）产品缺乏特色 （3）交通不便利 （4）知名度较低

18.您认为造成这种不足的原因是（多选题）

（1）政府管理不善 （2）媒体宣传不到位 （3）企业缺乏创意

四、偏好调查：下面的题目描述您的消费偏好以及对昙华林未来发展的期望

19.您对昙华林改造为青年文化街区的支持力度

（1）很支持 （2）支持 （3）不支持 （4）反对 （5）无所谓

20．您期望昙华林及周边的产业结构（多选题）

（1）创意小商品 （2）青年服饰 （3）家用小电器 （4）特色餐饮

（5）音乐器材 （6）美术作品展馆 （7）酒吧 （8）摄影

21.您认为昙华林应该以什么品牌为主？

（1）国外知名品牌 （2）国内知名品牌 （3）青年自主创业

22.您认为昙华林更适合哪种消费品位？（多选题）

（1）文艺青年 （2）二逼青年 （3）普通青年

23.您认为昙华林的人均个人消费价格区间是

（1）50元以下 （2）50-100 （3）100-200 （4）200以上

24.您认为将昙华林改造为青年文化街区，应主要从哪方面着手(多选题)

（1）政府政策 （2）媒体宣传 （3）企业赞助 （4）青年支持

25.您对昙华林打造为青年文化街区的建议：

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_诚恳地感谢您对此次调查工作的配合！谢谢！

# 附近二 访谈问题及记录

**一、昙华林发展现状访谈部分问题整理**

**（一）昙华林客流量调查**

**受访者：昙华林商铺店主**

1. 请问工作日及双休日贵店每天接待多少客人？
2. 请问什么节假日贵店的客流会增多？
3. 请问主要顾客属于那个年龄阶段？
4. 请问顾客中武汉市居住人口还是外地观光客居多？

**受访者：消费者**

1. 请问您的年龄是多少？
2. 请问您的职业是什么？
3. 请问您的教育背景是什么？
4. 请问您来此消费的目的?
5. 请问您认为昙华林的独特性在哪？

**（二）昙华林商铺结构特点调查**

**受访者：粮道街党工委昙华林规划部领导**

1. 请问昙华林在招商时，对商铺结构有要求吗？
2. 请问现有的昙华林商铺结构特点是否符合规划要求？
3. 请问未来对昙华林的商铺结构会有什么调整吗？

**受访者：昙华林商铺店主**

1. 您觉得昙华林商铺结构以什么为主，您觉得合理吗？
2. 如果不合理，为了昙华林更大的发展，吸引更多消费者，您觉得应该增加什么类型的店铺？

**受访者：消费者**

1. 您觉得昙华林的商铺结构合理吗？
2. 您觉得昙华林最吸引你的店铺是哪种类型的，具体是哪一家？

如果要扩大昙华林的规模，您觉得要增加什么类型的商铺？

**二、访谈记录（部分）**

**对象一：消费者**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 样本一 | 样本二 | 样本三 | 样本四 | 样本五 | 样本六 | 样本七 | 样本八 |
| 性别 | 女 | 女 | 男 | 女 | 女 | 男 | 男 | 男 |
| 年龄 | 20 | 20 | 22 | 24 | 20 | 21 | 53 | 36 |
| 职业 | 学生 | 学生 | 学生 | 学生 | 学生 | 职员 | 公务员 | 教师 |
| 学历 | 专科 | 本科 | 本科 | 硕士 | 本科生 | 本科 | 本科 | 硕士 |
| 昙华林独特之处 | 文艺气氛 | 小点特色 | 文艺气氛 | 文艺、小清新，休闲 | 相较于西安，特色并不突出 | 建筑风格有其独特性 | 建筑风格有其独特性 | 建筑真实性，非特意改造。 |
| 体验满意度 | 80 | 80 | 70 | 75 | 60 | 85 | 80 | 70 |
| 产品满意度结构 | 比较满意，有些小店比较有特色 | 不满意，产品特色不够鲜明，可以玩乐的东西较少 | 不满意，产品太单一，基本都是明信片之类的 | 不太满意，产品种类较少，文艺气息不是太浓厚 | 不大满意，业态单一缺特色 | 满意，产品能满足自身需求 | 比较满意 | 一般，业态有待丰富。 |
| 价格满意度 | 比较满意，接受价格200元以内 | 不满意，价格太高，接受价格100元左右 | 一般，接受价格150元左右 | 一般，部分产品太贵，接受价格150元左右 | 一般，基本上能够接受 | 满意，价格完全能够接受 | 对于自己来说完全能够接受。 | 一般，基本能够接受。 |
| 昙华林存在问题 | 店铺太分散，数量较少 | 车辆太多，不安全 | 生活服务设施较少，比如垃圾桶、厕所等 | 生活服务设施不太位；车辆太多；店铺较少 | 车辆占道问题严重 | 无 | 建筑风格还需更有特色 | 车辆进出的问题。 |
| 是否支持昙华林改造成青年文化街区 | 支持 | 支持 | 支持 | 支持 | 支持 | 不支持，特意打造会更商业化，不利于市场正常竞争 | 支持，武汉商业街太多，无特色。 | 不支持。应该更多的市场化运作。 |

**对象二：店主**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 店主一 | 店主二 | 店主三 | 店主四 | 店主五 |
| 性别 | 女 | 女 | 女 | 男 | 女 |
| 年龄 | 30 | 28 | 45 | 36 | 40 |
| 店名 | 孔小姐的店 |  | 诗蕴阁 | 浮生若梦 | 超强时空coffee |
| 主要经营产品 | 创意小商品 | 原创手工制品 | 原创玉石、檀木等首饰 | 时装设计工作室，原创设计的服装 | 各类饮品，桌游休闲活动。 |
| 存在问题 | 交通，门口车辆太多 | 产品缺乏真正意义上的原创，模仿较多；交通拥堵；内地游客爱拍照片，不懂尊重 | 无 | 城管对店主的限制过多；停车位稀缺；垃圾箱过少。 | 人流量不大，政府宣传不够。 |
| 建议 | 限制车辆进入，建造停车场 | 进驻商品标准规范，产品进行考核；学校加强宣传教育，尊重原创者 | 无 | 店面前应该可以摆些花花草草，才是真正意义上的昙华林；尽快解决停车问题；多举办文化活动 | 政府应该对昙华林整体的发展给予更多支持，提供更多便利。 |
| 是否支持昙华林改造成青年文化街区 | 支持，主要消费群体就是青年人 | 不支持，刻意改造会导致商业化太浓 | 不支持，不应限定消费者对象 | 支持，应该以青年为主。 | 支持，希望吸引更多年轻人来。 |

**对象三：昙华林党员群众服务中心副主任**

1. 您认为昙华林目前产业结构是否合理，对进驻店铺是否有明确标准？

我认为当前昙华林产业结构确实比较单一，但由于考虑到环境、当地居民等原因，有些餐饮、酒吧行业不可能大规模进驻。进驻店铺主要以文艺品味为主，但具体标准不是很了解，主要由艺术村办公室负责店铺的入驻与经营。

1. 针对消费者提出的交通问题，您认为应该如何解决？

交通确实是昙华林需要解决的问题，但目前街道对于车辆拥堵只有协调权，没有执法权。目前没有专门的执法部门负责交通管制，但后期随着政府规划、街道职能完善会采取相应措施。

1. 昙华林的发展对周边居民带来了什么影响？

昙华林的发展带动了房价的上涨，给当地居民带来了很大的经济收益，同时改善了生活设施，比如路灯、道路、房屋修缮等。

1. 您作为管理者，是否支持昙华林改造为青年文化街区？

如果改造得当，当然支持。昙华林的消费群体主要就是年轻人，美术馆、摄影室、音乐器材、酒吧等消费种类的增加可以丰富昙华林的内涵，增加其多元化的文化气息，吸引更多的消费者前往。但是街道的改造，店铺的入驻都要考虑到到当地居民的可接受程度，尽量做到不扰民。同时避免商业化、娱乐性，破坏昙华林的文化气氛。

1. 文化地理学．百度百科．网址：http://baike.baidu.com/view/100966.htm [↑](#footnote-ref-1)
2. 表格内容来源：武汉．百度．网址：http://baike.baidu.com/view/1267.htm [↑](#footnote-ref-2)