



老厂房如何“织”出新锦绣

当机器的轰鸣归于寂静,工业遗存何去何从?这不仅是城市更新的课题,更是一场关于发展哲学的深刻实践。

今年中央城市工作会议明确指出,以推动城市高质量发展为主题,以坚持城市内涵式发展为主线。当前,武汉正以工业遗存更新为抓手,探索城市结构优化、品质内涵提升的新路径。

连日来,湖北日报全媒体记者探访了武汉多个“老厂房”,发现这些城市记忆的活页,已变身赋能未来的沃土,并实现了发展动能转换、文脉赓续与治理增效的多元共赢。



10月17日,在良友红坊文化艺术社区,朴开十向设计事务所合伙人张筱锴在公司办公区查看建材。
(湖北日报全媒体记者 任勇 摄)

创意花开红坊里 烟囱下聚起 设计“朋友圈”

湖北日报全媒体记者 马文俊 通讯员 李眺

烟囱耸立,红砖墙依旧。走进位于武汉市江岸区的良友红坊文化艺术社区,老厂房的骨架依旧清晰,内里却已换了天地。

这里曾是上世纪60年代湖北粮油的老厂区,在90年代曾转型为建材市场。随着城市发展,厂区逐渐凋零。如今,经过改造它焕然一新,成为集聚科技创新与创意设计的文创园区。

“院子里聊聊天,思路就来了。我们看中的是园区的独特氛围。”朴开十向设计事务所合伙人张筱锴介绍,这家2016年成立的公司,专注商业空间设计,已服务泥靴、仟吉、奶酪博士等40多个国内知名品牌,外地项目已占其业务的一大半。

园区里的一群“好邻居”是朴开十向落户在此、快速发展的重要原因。品牌策划扎根设计,设计工作室十二平方、各类专业摄影团队等,都在步行可达的范围内。“从品牌定位到空间设计,从定制生产到视觉拍摄,很多环节在园区里就能完成,效率大大提高。”张筱锴说。

介绍朴开十向入驻园区的,正是其对门“邻居”——朗生(武汉)运营中心。

“作为一家专注商业空间装饰板材的系统解决方案提供商,企业已服务100余家上市公司和超1000个商业品牌。良友红坊的老厂房挑高足够,空间开阔,完美契合展示需求。”中心负责人秦超介绍,有了园区内的各类设计合作伙伴的支持,在竞争不断加剧的行业内,助力其销量不降反升。“我们服务设计师,设计师服务终端客户,在这里,我们离客户更近了。”

而在一款甜品的生产工厂,甜品制作变成一场精密实验,三维数字设计、超低温急冻定型等“尖板眼”在此成为日常工序。

“我们不是传统烘焙企业,而是以设计和研发为主的品牌。”一款甜品创始人闫辉说,他们致力于将口味结构与蛋糕造型、使用场景深度融合。深耕武汉市场7年中,每月都有1至2款新品上市,直供本地5家门店,并与盒马等新零售平台展开合作,持续热销。

在工厂里,湖北日报全媒体记者看到,黄鹤楼、热干面、小龙虾等武汉地标与文化符号,都被巧妙“复刻”成了蛋糕。每款产品不仅在形态上高度还原,更在口味设计上呼应主题。“例如江汉关蛋糕,基于它的海派风格,我们搭配了伯爵茶巧克力的元素;热干面蛋糕则真实添加‘白芝麻酱’。”闫辉表示,良友红坊的工业遗存与品牌“科技+艺术”的定位高度契合,也为产品注入了更多内涵。

良友红坊的转身,不仅是城市更新的成功案例,更是产业生态培育的一次深度实践。如今,这里已成为创意设计领域的“强磁场”,吸引了UAO瑞拓设计、十二平方、朴开十向、朗生、一克甜品、扎根设计等十多家业界优质企业入驻。从品牌策划到空间设计,再到材料定制和视觉呈现,在此协力构建出一个充满活力与创造力的产业园区。



武钢云谷606园区将园内工业遗迹打造成艺术装置。(受访者供图)

“跑男”穿梭于工业遗迹间 武钢云谷606成潮玩新热土

湖北日报全媒体记者 严芳婷

武钢云谷606首发区北门的草坪上,一组由旧氧气罐改造而成的“胶囊”雕塑静静伫立。它们破茧而出的姿态,恰如这片土地正在经历的重生,一座从工业记忆中焕发新生的文创潮玩新高地。

走进园区,红砖墙、龙门吊、水塔等工业遗迹与现代艺术元素交相辉映。拓荒牛雕塑诉说着奋斗往事,古朴相机成为年轻人打卡热点,而曾经机器轰鸣的厂房,如今已成为创意工作室、攀岩馆和潮流商家的聚集地。

这片占地606亩的园区,前身为1954年建成的武汉冶金设备制造厂,承载着近70年的工业记忆。2022年,武钢集团联合洪山区政府投入2.2亿元启动改造工程,按照“修旧如旧、空间织补、功能完善”的理念,对首发区13座建筑进行改造升级。

“我们保留了厂房的工业骨架,但赋予了它新的生命。”园区相关负责人介绍,“比如有的厂房,我们把屋顶去掉,将原本通透的单层空间改造成三层楼,使空间利用率大幅提升。”

2023年6月,武钢云谷606首发区正式开园,随即在10月作为武汉设计双年展核心展区亮相,标志着这片工业遗址的华丽转身。

今年3月24日,国家级综艺《奔跑吧》节目组来到园区取景录制。摄像机镜头下,明星们穿梭于红砖厂房与工业遗迹之间,将这座老钢厂的焕新故事带入全国观众视野。

今年以来,园区新业态呈现加速聚集态势。懂车帝汽车商城武汉店于去年9月投入运营,这个近2万平方米的空间已成为武汉及周边地区消费者购买二手车的首选之地。

基于良好的发展态势,懂车帝近期再次扩租园区近1500平方米空间。“从洽谈到落地仅用了两个月时间,”园区招商负责人表示,“懂车帝团队的接续入驻,体现了企业对园区发展环境的认可。”

此外,顶峰攀岩室内运动馆、轻功体育品牌门店、武汉户外露营装备中心、湖北顽客汽车文化等新业态也扎堆落地,为园区注入源源不断的活力。顶峰攀岩相关负责人感叹:“第一次来考察,我们就确定要落户在这里。挑高的厂房空间、工业风的设计,完全契合我们打造室内攀岩场景的需求。”目前,该企业已改造4000平方米空间,打造出国内最大的室内攀岩馆。

园区配套服务也在持续完善。今年,园区新增了地上停车位、新建电动车停车棚及充电装置,并推进新能源汽车充电桩建设。最让园区企业员工称赞的是,园区修建了一条连通武汉站的绿道,实现了5

分钟步行直达。

目前,606首发区去化率已达86%,整体园区去化率70%,吸引了40家企业入驻。“现在是改造一栋就租出去一栋,我们改造的速度跟不上招商的速度。”园区负责人欣喜地表示,整个园区到年底出租率预计可达85%以上。

在产业规划方面,园区利用存量房产空间大的特点,积极导入科技创新、人工智能、大数据等新兴产业。目前,园区正与洪山科创就房产租赁、产业导入进行深度合作,近期将完成协议签署。

园区推行“政府搭台、企业共赢”的模式,洪山区政府设立专班对接,提供“店小二”式全周期服务。作为市级重点文创园区和洪山经济开发区扩区核心载体,入园企业可享受市区两级在租金补贴、税收减免等方面的专项政策,重大项目还可“一事一议”。

展望未来,园区将进一步完善功能分区,构建“主导功能突出、复合功能渗透”的产业生态。园区计划将扩展区的一栋3000平方米的老厂房改造成商务中心,满足大型活动需求,还将在绿道旁新建酒店式公寓,满足青年居住需求。

如今,老厂房里不再有机器的轰鸣,但创业者的讨论声、创意设计的键盘声、体验者的欢笑声,正在谱写着—曲崭新的城市更新乐章。

不做网红做“长红” 工业锈带蜕变风尚秀场

湖北日报全媒体记者 张倩倩
通讯员 兰子君 钟叶梅

红砖墙静默伫立,钢结构撑起时空对话。在武汉市江汉区,一座由中南汽车修造厂老厂房蜕变而成的“风尚秀场”,正以长期主义的逻辑,诠释城市内涵式发展的生动样本。

2009年,面对八栋旧厂房的去留抉择,日本设计大师伊东孝以“做加法”的改造理念,用玻璃幕墙、黑白色调与无界动线,让工业记忆与时尚潮流共生。这片30亩工业旧址,在全部保留原有建筑的基础上,转型为总规模3.5万平方米的创意艺术商业街区。

“在城市化进程中,我们敢为人先,坚持超前布局。”花园道商业运营管理总经理袁磊介绍。开街之初,从星巴克、意大利品牌noi,到率先引入一线高奢买手店永利与TOP2,再到东田造型、曾梵志画廊等生活服务与文化艺术机构,花园道以“首店矩阵”奠

定商业前瞻性。

十余年来,尽管历经多轮商业周期,花园道仍保有约40%的初创期租户。“我们虽规模不大,但始终坚持社区商业理念,注重错位经营与年轻化创意。”袁磊说。

2015年,花园道前瞻布局酒吧文化,引进华中首家4000平方米纯K,并与商户共创“啤酒公社”,成为武汉夜经济的早期样本。“这一探索早于成都兰桂坊、西安梁子城,是园区与商户共创的典型实践。”

随着霓虹跳舞俱乐部、狮子漫步酒吧等成都头部酒吧品牌入驻,2019年后,花园道街区迎来爆发增长,有店铺创下300平方米单日接待1500人次、营业额超20万元的纪录。

然而,花园道并未在夜经济热潮中迷失。“若只做酒吧一条街,将是巨大遗憾。”袁磊说。街区坚持“热带雨林”式生态平衡,既集聚酒吧业态,也保留运营十余年的美发店、餐饮老铺,形成多元共生的商业格局。

花园道的招商逻辑清晰而坚定:无十年行业积淀的餐饮品牌,不予合作。近期引入袁弘、张歆艺主理的“面包会有”的正因其作为历经市场检验的稳健品牌,符合街区对“行业纵深度”的坚持。

在服务层面,花园道将日式标准贯彻至细节:一线品牌智能马桶、冬季保温座圈、专用香氛与化妆室成为卫生间标配。“无论晴雨,冲地洗地”成为街区对城市与顾客的承诺。

从阿德造型、啤酒公社等首店品牌,到霓虹、顽徒、ConnieHe等年轻力新秀,花园道以“麻雀之躯”实现多业态平衡,让日茶夜酒、早午餐、芭菲冰淇淋等新兴消费在此焕发活力。

“我们不追求一时的网红效应,而是以扎实的运营、深度的业态和时间的沉淀,锻造穿越周期的商业生命力。”袁磊介绍,在规模化扩张的时代,花园道以“内涵式发展”的实践,为城市更新提供了独具特色的答案。



日夜兼酒共融,花园道多元业态吸引游客纷至沓来。
(受访者供图)