

爆款研究所

20年过去了“海贼王”为何经久不衰

由漫画《航海王》原作者尾田荣一郎负责原作和监修动画电影《航海王：狂热行动》目前正在国内各大院线上映。尽管同时期上映的还有李安的新作《双子杀手》和迪士尼热门续作《沉睡魔咒2》，但《航海王：狂热行动》在周末三天里成功斩获1.39亿元票房。截至北京商报记者发稿，猫眼专业版数据显示《航海王：狂热行动》的累计票房已经达到1.69亿元，豆瓣评分7.9分。

《航海王》漫画于1997年开始在日本漫画杂志《周刊少年Jump》上连载，原作以“海贼王”罗杰被行刑前说的“想要我的宝藏，就到大海上去找吧”展开，故事里的世界因此迎来了“大海贼时代”，少年路飞开始了以成为海贼王为目标的冒险旅程。

由于该漫画至今还在连载，因此被网友调侃为经典“民工漫”，民工漫是传播较广作品时间跨度长但知名度很高的漫画，如漫画《火影忍者》《龙珠》等。但与其他“民工漫”相比，《航海王》在单行本的销量上遥遥领先。

2015年《航海王》被吉尼斯世界纪录官方认证为世界上发行量最高的单一作者创作的系列漫画”。2018年6月《周刊少年Jump》官方宣布《航海王》1-87卷单行本的全球销量已经达到了4.4亿本，持续刷新着由自己创下的世界纪录。相较之下，同样畅销全球的《火影忍者》《灌篮高手》《龙珠》等同期的总销量则仅为2.1亿、1.5亿和2.3亿，纵使这些漫画也都久负盛名，可就单论单行本漫画销量来说，还未有漫画能撼动《航海王》的地位。

在动漫资深爱好者王宇凌看来，热血题材在任何时代都有大批受众，但“热血漫”的弊病是剧情后期容易“注水”。《航海王》能经久不衰与精彩的内容分不开，它有一个完整的世界观，呈现的不仅是一个个故事，而是一个丰富多彩的世界；在某种意义上，它实现了大家无忧无虑探险的梦想，因为能在故事里找到自己想成为的样子。而且很大一批人是看着“海贼王”长大的，情怀的影响力不容小觑。

北京商报记者 郑蕊 实习记者 杨雅



绣花般历史建筑修复 万科文创园助力沈阳发展多元产业

红梅，在工业大繁荣时代曾蜚声全国，而在东北振兴这个新时代命题下，万科以“文化致敬城市，产业赋能未来”的价值主张，赋予了这座老工业厂房新的生命力，为沈阳这座古老又充满生机的城市增添一抹文化色彩，为时代留下记忆，为人民创造美好生活。

10月27日，一场主题为“红梅走进新时代”的万科·红梅文创园产品发布会在沈阳正式开启。这是万科北方区域首个亮相的文创园产品，同时也是万科助力东北振兴与发展的又一力作。来自沈阳故宫、沈阳音乐学院、鲁迅美术馆等文创界的多位合作伙伴出席了发布会，与万科共同见证了未来城市文化符号的诞生。

万科集团高级副总裁刘肖重新解读了新时代“红梅精神”的定义：“今天的中国城市进入了文创时代。文创园是文化智慧汇聚的平台，也是文化与产业、文化与生活融合的舞台”。并总结道，只有秉承在保护中使用、在使用中保护的理念，历史建筑才能实现可持续发展。

发布会现场，万科一帧一幕还原了红梅文创园的保护性改造历程，在兼顾延续文化肌理与满足新时代市民文化生活需求的基础上，使老厂房植入新的空间体系和现代建筑语言，并合理利用发展文化创意产业，助力沈阳发展多元产业，打造沈阳铁西老工业园区向现代化国际文化创意园区升级转型的标杆之作。

困境

老厂房，新时期，何去何从

红梅文创园是由红梅味精厂改造而成。站在历史的长河中看这个富有味觉记忆的厂房，它见证了红梅工艺的演变历史，也造就了东北强大的工业底蕴。

上个世纪90年代，沈阳老铁西矗立着林立的烟囱，冒着时代滚滚的浓烟，代表东北经济的发展与繁荣。红梅味精厂的老工业建筑位于铁西区西二环路，占地约6.2万平方米，拥有工业厂房13处。

随着时代的变迁，城市也从片瓦遮头到高楼大厦的流转更迭，以前热火朝天的铁西工厂，或湮没在高楼之下，或搬出了城区，亦或已“面目全非”。

处在历史与现代交错的环境中，承载着一代人味觉记忆的红梅味精厂也逐渐成为一个被人遗忘的角落。2014年，红梅味精宣告破产，昔日辉煌如过眼云烟，一排排的厂房破旧不堪。

在历经80年沧桑巨变后，已经完成历史使命的红梅味精厂何去何从，让人深思。如果直接拆除，对于一个承载半个多世纪国家记忆的地方，实则可惜。

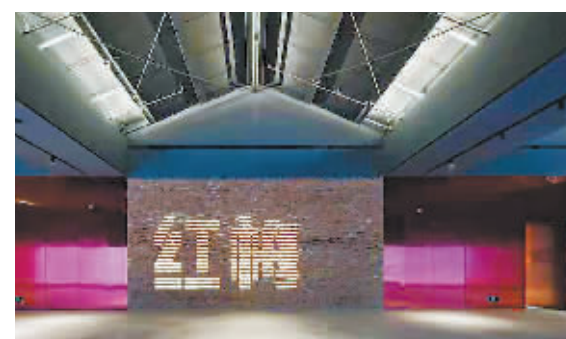
契机

投资过山海关，万科聚力东北再振兴

在全面振兴东北之际，曾肩负起新中国“共和国长子”重任的沈阳，迎来了全新的发展历史机遇。投资必过“山海关”的新局面正在形成，东北整体营商环境的重塑，激发了市场主体活力，创造了企业服务生态，使得大批优秀的企业开启助力东北振兴之旅，从万科、万达、恒大、华润、绿地，到阿里、腾讯、百度、华为，锚定东北的企业名单在不断增加。

在东北这片黑土地上，万科无疑是先行者，它看到了东北振兴的契机，积极参与东三省的投资建设，与长春、大连等城市签署合作协议，将东北投资热潮推向新高度。

根据国家发改委发布的《东北主要城市营商环境



评估报告2018》显示，沈阳、大连企业获得投资的水平仅次于广州，并超越了西安和郑州。尤为引人关注的是，沈阳市在上半年新签约超亿元大项目372个，超亿元新落地项目250个，同比增长93.8%，交出了一张近乎倍增的“成绩单”。

不可忽视的是，“新时代的东北振兴是全面振兴、全方位振兴”，它需要一个新的引擎，一个新的动能，那就是文化，而文创园正是深耕文化细作产业不可或缺的重要环节。此次，万科通过红梅文创园为振兴东北增添文化发展新的活力，为助力沈阳发展多元的产业格局再添加瓦。

复“园”

唤醒遗存，纵观大工业时代风貌

如何让旧建筑焕发新生，激活与复兴场地及周边城市空间，传承沈阳的城市精神，成为万科首当其冲的必答题。它以城乡建设与生活服务商的视角，结合红梅的特质，从城市、产业和人民生活这三个命题切入，寻找符合城市、政府、产业、社会、人民多方诉求的答案——提出了“用文化致敬城市，用产业赋能未来”的万科文创园价值主张。

建筑是凝固的历史，见证着城市的变迁。为了更好地“铸其魂、扬其韵、传其神”，万科在历史建筑的保护与活化利用方面进行探索，将在“保护中利用，在利用中保护”的理念贯穿于修复全过程，让每一块红砖青瓦，都保持时代的面貌，留存当年的触感。

建筑工人按照不同年代、破损程度，精确评估，分



类修补1栋文保建筑和5栋历史建筑，如同在故宫修缮文物般在红梅修复古建筑。例如，针对文保建筑，万科特将始建于1945年的原发酵厂房改造为美术馆，保留了老厂房外形的三联拱设计及原厂发酵罐，作为味精厂历史展览；危房建筑则用砖按顺序记下编号，再根据编号原样重新装砌，再现工业时代街区。

红梅除了那些历史沧桑的建筑，还有饱经风霜的老设备、老符号，如生产味精的关键设备——发酵罐。万科把这些工业符号留存下来，进行艺术再创造，两个发酵罐永久留在发酵艺术中心，另外两个作为园区标志性景观雕塑，矗立在大门旁，让辉煌的古典传统经久弥新。

塑魂

注入大IP，打造城市文创产业新坐标

万科希望这座留存沈阳城市变迁印记的场所，不仅有“修旧如旧”的修缮复原，来重焕建筑形制上的岁月光华，更希望为文创园在今日的新生“塑魂”。它瞄准东北工业基地振兴和新旧动能转化的节拍，以红梅文创园为土壤，再次启动的产业引擎，导入文化IP，打造类似北京798的艺术园区。

作为“一朝发祥地，两代帝王都”的盛京，沈阳有着丰富的文化和多样的标识。万科充分发掘本地艺术资源，引入沈阳故宫、鲁迅美术学院、沈阳音乐学院等IP符号，打造一嗅觉、视觉、听觉交融的感观文化盛宴，以最前沿的“国潮”态度引导新沈阳人的文化创新，建立东北艺术高地，重铸工业精神新地标。

与此同时，万科作为生态平台型企业，利用区域联动优势，把国内优质资源引入东北，将创意、科技、时尚、艺术乃至城市记忆在这一片区内集约式融合发展，激发乘数效应。通过与北京文化、华人文化等文化企业合作，打造东北最具国际范的节庆圣地，同时带动一批文化产业的苏醒。

往昔，红梅是舌尖的，是让食物有滋味的调味品；今朝，万科则希望借用文化力量让“红梅文创园”变成舌尖上的“城市级会客厅”，为人民生活增添滋味。在斑驳古老的工业轮廓里，艺术展览、音乐演出、书店、博物馆等内容成为激活社群文化生活的原动力，为公众提供优质的公共文化空间，将市民与文化生活、艺术生活相链接。

至此，经历半个多世纪风雨的红梅文创园，在秀外慧中的改造中以创新开放的姿态，得以完美转身。这片老厂房的涅槃重生，意味着它与新沈阳一起步入了新时代：它见证了沈阳的新老工业时代的经济发展，也提升了沈阳这座城市活力，在沈阳乃至整个东北地区的文化产业发展版图中扮演着重要的角色。

· 资讯 ·

《我们的家当》 打造属于“我们”的大众艺术展

北京商报讯(记者 卢扬 实习记者 杨雅)10月25日，微众银行联手11位艺术家精心打造的《我们的家当All We Love》艺术展见面会在北京798艺术工厂举行。微众银行行长李南青、11位艺术家与多位故事当事人出席见面会，与观众互动交流。

此次展览主题为《我们的家当》，由国内首家民营银行、互联网银行——微众银行主办，由黄庆军、陈明强、戴丹丹、康好贤等11位艺术家，和刘非、手工耿、陈国泰等9位个性、职业、年龄迥异的故事当事人共同创作，旨在通过艺术再创作的手法，将当事人的“家当”以全新视角呈现给观众。

走进艺术展区，有趣的展览让观众沉浸在不同形态的“家当”魅力中：手工耿的潮玩店、孙大圣的水帘洞、SCHOOL Live & Bar的夏天、仙气十足的童梦奇缘、蒙古包里的电影院、光与影的奇幻雕刻等，有形的故事与抽象的视觉装置结合，不仅是潮人和文艺爱好者的乐园，其中的嘉宾故事更让观众深受感触、红了眼眶。

微众银行行长李南青表示，《我们的家当》艺术展从“家”的概念引申出“家当”，希望通过关注不同历史阶段、不同群体的社会大众对“家当”的理解，以小物件反映出中国家庭对美好生活的追求和寄托，深度引发大家对“家当”的思考和共鸣。微众银行关注大众的点滴：“我们不仅服务大众的物质需求，也关注大众的精神需求。此次我们联手多位艺术家打造属于每个人的大众艺术展，希望通过展现‘家当’的丰富内涵，发现更多美好，传递微众银行秉持的价值观”。

“三峡之巅·诗·橙奉节” 在京推介

北京商报讯(记者 卢扬 实习记者 杨雅)10月30日，“三峡之巅·诗·橙奉节”推介会在京举办。本次推介会的所有环节均紧紧围绕让人们了解奉节，认识奉节，走进奉节，向全国人民特别是首都人民宣传重庆奉节独有的文化旅游资源，打造奉节宜居宜游宜业的区域经济新名片，进一步推动奉节县经济发展。

“夔”字为奉节专属，由“首、止、巳、八、文”五个部分组成，其中的每一个部首都包含着奉节的图腾精神和传承基因……”推介会在奉节文化旅游形象宣传《书记晒文旅》中拉开序幕。杨树海化身导游，“带领”与会人员感受了一把奉节的风土人情。

推介会现场，刺绣、阴沉木雕刻品、蜀川胜概图(长画卷)等多种带有奉节特色的文创产品也纷纷亮相。其中，“中华果”之称奉节的脐橙更是备受青睐。

中国最美是长江，长江最美是三峡，三峡最美是夔门，而“三峡之巅”也是近年来奉节重点打造的文旅名片之一。具体来说，“三峡之巅”是奉节围绕白帝城瞿塘峡旅游提档升级的打造，包含五个维度：物理形态的最高处，景观形态的最美处，文化层面的至善处，精神层面的至上处，涵养发展的至臻处。

据悉，奉节是重庆向东开放的重要门户，承东启西、连南贯北，区位优势独特，是“一带一路”和长江经济带东西延伸的腹地和交点，是衔接重庆和沿海的必经之地和重要节点；奉节作为三峡腹心综合交通枢纽，境内公路、水运、高铁、航空立体化交通格局即将形成。