



“新蚂蚁人”与冰城共赴星辰大海

——红博商业,一个城市时尚基因与工业底蕴二重性孕育出的商业生态系统

本报记者 刘首辰

A 城市文化 DNA 与商业“破局”

1月11日夜晚,西城红场璀璨夺目、光辉灿烂。来自中国、俄罗斯、法国、瑞士、新加坡等26个国家和地区的30位全球知名国际设计师齐聚这里。2024哈尔滨国际时装周,为开年便聚集顶流人气的哈尔滨,再次向世界奉上一场超级时尚文化盛宴。

秀场内外聚集大量人群,拍照、打卡、欢聚,点燃了西城红场,闹热了哈西。这繁荣仿佛从未如此。

当然不。2011年10月的一天,时任哈尔滨市领导找到黑龙江省服装鞋帽行业协会会长、红博商业总经理王丽梅,委以举办哈尔滨时装周的任务。她不讲任何代价、不提任何条件,带领团队全身心投入到首届时装周的各项筹备工作中,仅用40天,就“从无到有”地为社会各界呈现了一届精彩的哈尔滨时装周。从此,王丽梅

就担起了这个重任,一干就是十届。

“哈尔滨是有独特文化积淀的城市,这里的人民是有文化品位、有时尚基因的。”“文化+商业”根植于红博的商业理念,可以说是找准了脉。

彼时的红博会商业广场,是在一片“商业荒漠”上建起的,开业之初人迹罕至。正是店内一品牌搞活动时请来郭富城引来潮水般的人流,让王丽梅看到了文化活动的号召力。

自此,央视同一首歌、星光大道、超级女声、千手观音、美国哈林篮球赛及沙滩排球……你唱罢我来登场,市民很快认识了这个“总来明星”的购物广场。从2011年起,如果说红博最初做文化是为了生存,那么到了西城红场,王丽梅已经开始站在保留、传承城市文化和艺术的角度去审视商业与文化的交互了。



B 工业底蕴“激活”商业平台

哈尔滨是拥有独特文化基因的,这毋庸置疑。那么,文化基因能否转化为生产力?红博一直在思考这个问题。

那只10吨重的巨型蚂蚁雕塑在西城红场矗立了6年。6年来,大蚂蚁成了网红地标,众多市民、游客来这里打卡拍照。它与广场上的天车、水塔、红房子相互独立又融为一体。3栋包豪斯风格的红色老厂房,记载着哈尔滨老工业基地的历史,更承载着老一辈哈尔滨产业工人在“四无”条件下展现出的蚂蚁啃骨头精神。

红色文化,抗联精神,蚂蚁啃骨头……这个城市有一种精神就叫不屈不挠。“我父亲就是老车间主任,印象中他没有什么休息日”,那时候的哈尔滨,一穷二白也要扛起共和国的脊梁,王丽梅说,“不管遇到什么困难,都不能折了腰,这就是咱城市的精神。”

在“重塑”这个工业厂房时,王丽梅在第一时间

联想起了很多相关案例,从伦敦的泰特美术馆、德国的鲁尔工业区到上海的新天地、北京的798……她问自己:“我们应该做成一个什么样的项目?”相比海派的细腻和矜持,京派的浓厚艺术家气息,哈尔滨洋溢的是大气魄的欧陆风范,是一种兼收并蓄的多元时尚。

曾经的老厂房,变成新兴文化街区,注入商业元素与时尚基因,焕发出新的生机与活力,续写着辉煌。这既是上世纪的记忆,也是新世纪的传承。走在西城红场艺术港,展墙上随处可见的老照片和保留下来的老厂机械设备,诠释着红博的“新蚂蚁人精神”。

今冬哈尔滨城市活力的爆发也激励着红博的“新蚂蚁人”,“十年前,总书记告诉我们‘冰天雪地也是金山银山’,十年间,哈尔滨一直在努力答卷”,王丽梅说,“十年来,我们表面上看起来沉寂,但并没有躺平,我们在努力,我们在练内功,我们从来没有睡去。”她坚定地认为,哈尔滨,才刚刚开始。

一只小蚂蚁,仰望人的时候,在想什么呢?仰望城市的时候,又在想什么呢?仰望星空的时候呢?

红博商业就是这只小蚂蚁。

按王丽梅女士的话,“没多大本事,还老想干点创新的事”,就只能“蚂蚁啃骨头”。

十年,它啃出了一个“哈尔滨国际时装周”;十年,它啃出了西城红场这个“城市文化传播中心”;十年,它啃出了红博商业这样的“超级IP”,一个仍在进化的“新经济物种”。

在红博的视角,正是哈尔滨这座特别的城市,这群不凡的人民,才孕育出了不躺平、敢创新、带有时尚基因与工业底蕴二重性的商业生态系统。

它在酝酿着更大的“反哺”,将城市的文化、城市的故事、城市的优势发挥出来,与城市一同,走向更广阔的星辰大海。

C “小蚂蚁”长成“新经济物种”

“哈尔滨人,从出生那天,吃的穿的玩的用的,一年四季都在变化,这是生存本能。”变化催生创新,王丽梅很有信心地说,冷,不是劣势,而是宝贵的优势。

正是城市的这一特质,哈尔滨养育出不同寻常的人民,培育出勇于创新、不畏艰难的一个又一个企业家。

王丽梅办公室的荣誉架上,一直摆放着印有2009年经全市12个部门联合评选的“60位为新中国成立及哈尔滨解放英勇奋斗和为哈尔滨建设发展作出突出贡献的‘最可爱的人’的水晶相框。

“李兆麟、杨靖宇、赵一曼、赵尚志、萧红……”当年的王丽梅,看着自己和这些英雄排列在一起,觉得自己很渺小,另一方面又激发了她的“英雄热血”,要为城市经济发展做点贡献。

于是,她带领团队,像小蚂蚁那样,虽然不断面临困难,但始终保有“为城市创新做点事儿”的心。

正像哈尔滨人适应季节变化是“生存本能”,红博人的创新也是深入骨髓。它总能领先时代半步,带领着商业走在城市前沿。

本世纪初,红博在全国市场第一个提出搞品牌建设,做通路市场,当年的沈阳五爱、广州白马等知名市场都在这里学习考察过。批发零售经营的“买时代”还未落幕,红博已经率先开启了“逛时代”,并在能玩能逛的红博会购物中心植入了“文化”理念。移动互联网时代到来,红博再次迅速转型,开辟新“战场”红博中央公园大客厅式的“约时代”。

到了西城红场,商业与文化已经是水乳交融。从城市的文化传播中心,到商业的“解耦时代”,红博从创新到创造,以时尚文化为引领,以商业产业为平台,以高铁人流物流为支撑,以老厂房特色建筑为载体,放大哈尔滨的零售半径,终于从“小蚂蚁”长成了一个有故事、有情感、有梦想、能进化的“新经济物种”。



D 使命:提升人们的生活品质

东北首次代表当代艺术高度的雕塑展“中国当代大型艺术展——蚂蚁 蚂蚁 蚂蚁”在西城红场开幕;首届俄罗斯现代艺术展举办;中法环境月“落子”西城红场;以“一带一路”上的时尚十年”为主题第十届哈尔滨国际时装周绚丽开幕……

十几年来,王丽梅和红博商业一点一滴筑起了哈尔滨厚重的城市文化传播中心。艺术长廊、美术馆、蚂蚁星球、蚂蚁剧场、夜生活厚街、生活港商业平台及冰城青创汇等业态组成了时尚创意生态产业园,不仅是人们文化生活、时尚消费的空间,更是原创时尚品牌的孵化基地。

红博从来都不是一个零售商场。“我们的使命是推动商业进步,创造客户价值,引领新锐时尚,最终所有的一切,是要提升人们的生活品质。”王丽梅说。

西城红场是什么?它是一个时尚创意生态产业园。它的驱动力是什么?是这个城市的文化艺术、创新精神。

在城市中充分汲取养分的红博商业,将以“解耦”引领商业创新。通过平台连通,要素集聚,融合裂变的商业生态系统,成长为一个能够自带流量、自带势能,不断孵化IP的超级IP。

一只小蚂蚁成长为一个“新经济物种”,塑造出一个商业生态系统,最终像原始森林一样,能够自我生长,更新迭代,能够吸引来它需要的各类物种,极具多样性又具稳定性,有参天大树,也能为稀有物种提供保护。

哈尔滨构建“创意设计之都”,打造向北开放新高地,而一个又一个像红博意欲成为“东北亚新锐时尚策源地”的蓬勃力量,越来越多先行先试的优秀企业,都将发挥其载体作用。

走出西城红场,伴随着寒风,似乎还能听见那些工业遗产发出“吱吱嘎嘎”机械运转的声音。“这个声音冥冥中感召着我,要执着坚韧。”王丽梅说,无论外形如何变化,红博商业的精神内核,始终都是那个不畏难、能协作、善创新、接地气的“新蚂蚁人”。

