

如何更好地深挖沙河街道本土历史文化资源,推动文化品牌与商业业态、社区治理深度融合?8月18日,成都市锦江区沙河街道依托“聚沙议事·汇智成河”民主协商议事平台,在汇泉路社区宝墩书房举办文化品牌场景营造与宣传推广民主协商议事会。街道相关负责人、“两代表一委员”、社区治理合伙人、品牌形象设计团队,以及社区、辖区企业和居民代表齐聚一堂,围绕本土文化品牌的场景营造、业态融合、宣传推广开展民主协商,广集民智共谋沙河本土文化名片落地见效。

□ 华西社区报记者 高昊焜 摄影报道



民主协商议事会现场。

成都市锦江区沙河街道开展文化品牌场景营造与宣传推广民主协商议事会 依托协商议事 擦亮本土文化名片

溯源地域文脉底蕴

“沙河宝”承载多重时代内涵

会上,有关人员介绍了“沙河宝”文化品牌形象的前期协商、视觉形象设计及功能定位等相关成果。

沙河铺始于宋代成都东路铺递驿馆,是古时成都东向连通重庆的重要驿站,地名由“沙河堡”演变而来。辖区留存李劫人、王光祈、张大千等名人踪迹,承载攀成钢老工业基地奋斗记忆,人文积淀深厚。

本次品牌形象以马为核心视觉载体,秉持“承古驿之道,驰未来之途”设计理念。古驿马承担文书传递、商贸流通职能,代表忠诚勇毅、坚韧进取的精神,勾连沙河的历史底蕴、当代活力与未来愿景。

形象设计深度融合在地元素:马的鬃毛提取锦江、沙河水流曲线形态,七缕鬃毛对应街道下辖七个社区;星光眼眸体现数字化转型发展导向;马蹄纹理复刻攀成钢钢材纹路,致敬老一辈工业建设者;整体采用白色主色调,契合“沙河文艺湾”发展定位,形象不设置固定服饰,支持社会公众开展二次创意创作。

“沙河宝”品牌名称面向社会公开征集产生,寓意辖区每一位居民、每一家企业,都是沙河弥足珍贵的财富,沙河亦是宜居兴业的一方热土。该品牌明确三大功能定位:当好文化翻译官,活化利用地方历史资源,讲好沙河本土故事;当好商业连接器,统筹聚合各类资源推动跨界联动,释放辖区市场活力;当好治理柔性工具,动员社会各方力量参与共建共享,实

现文化、商业与基层治理协同共进。

多方代表建言献策

破解品牌落地现实难题

随后,与会代表立足历史研究、产业运营、公共文化服务、基层社区实践,围绕历史挖掘、场景打造、科技赋能、群众参与、资源联动等维度提出建议。

针对历史文化深挖,区政协委员、成都市百家堂姓氏文化博物馆馆长郑华提出,要进一步挖掘“420 无缝钢管厂”、红色国防工业史等集体记忆,充实文化品牌的红色文化内核,夯实文化项目历史根基。

线下场景是文化品牌从图纸走向大众的关键。成都光环购物公园运营总监朱丹建议丰富公共空间视觉触点,依托宣传栏、工作人员标识、便民物料等载体,拓展实物化展示渠道,让文化品牌可感可触。

如何调动群众参与热度成为现场热议重点。市人大代表王畅建议举办“沙河宝”二创设计赛事,面向青少年、居民征集形象、表情包等创意作品,借鉴花车巡游等活动形式,激发社会创作活力;双桂路社区党委书记李毅则提出打造一街一景主题打卡点位,将形象元素融入社区各类活动,探索志愿服务积分兑换文创盲盒模式,引导居民商家广泛参与二次创作,推动品牌形象转化为群众日常生活的文化印记。

科技为文化传播拓宽新路径。中国移动锦江分公司副总经理寇科昊建议运

用5G、物联网等技术,打造AR导览、直播打卡、智慧步道等示范场景,推进老照片数字存档;推动营业厅转型文化微展厅,借助视频彩铃等数字化渠道拓宽传播覆盖面。

公共文化资源实现借势联动。成都市文化馆相关工作人员毛澜静提出,推动“沙河宝”文化品牌嵌入市级群众文化活动、志愿服务体系,依托市民文化学校开发系列文创产品,联合打造特色打卡点位,用好社会化合作模式开展品牌共创,进一步放大品牌传播效应。

凝聚共识同向发力

推动品牌深度融入发展治理

活动最后,锦江区人大代表谢川结合基层治理实践谈到,应当进一步凝练通俗易懂的精神内核,找准居民、企业商家情感共鸣点,推动本土商家开展品牌联名,引导辖区群众和企业由被动接受转向主动认同、自主使用。

会议对各方意见进行系统梳理,明确将对收集的建议开展专题研究,进一步挖掘、提炼、升华“沙河宝”的精神内核,并做好意见反馈工作。

沙河街道相关负责人表示,文化品牌形象的宣传推广重在找寻价值共鸣。街道将坚持以文化人、以文润心,把“沙河宝”品牌形象建设同社区发展治理紧密结合,充分发挥多元主体力量,让文化品牌真正扎根社区、服务居民、赋能企业,将文化规划蓝图转化为群众看得见、摸得着的实景成效。

04>

华西社区报

基

层

实

践

2026年
8月25日
星期二
编辑 董峰
版式 张进

