

米仓巷:藏着古代泉州的粮仓密码



巷遇档案

所属社区

泉州市开元街道东北社区

地名由来

在古代,巷内有一处给官员发放俸禄的米仓,因此得名。

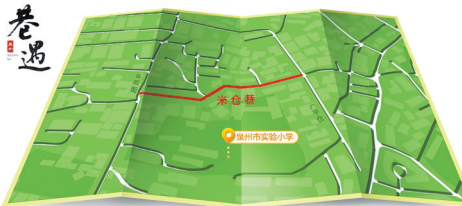
巷子看点

鲤城区米仓巷,西接县后街,东抵广平巷,旧时属于古城北隅萼辉铺白狗庙境。米仓巷与周边的广平巷、马鞍山等巷,都是古代泉州官方仓库所在地,有着独特的历史人文背景。



扫二维码,
赏古街巷中的
老泉州。

□融媒体记者 王了文/图(除署名外)



米仓巷示意图(陈慧芬制图)



吴氏洋楼



洋楼楼梯设计精巧

米仓巷18-2号 探秘古代粮食运输旧道

米仓巷18-2号的户主吴永生生于1948年。据他回忆,其幼年时期,巷中曾有一条水渠,他常和邻里伙伴在水边玩耍。结合史料与地理风貌推测,此地作为古代泉州核心粮仓,巷内水渠大概率是旧时转运粮食的重要水道。1963年版《泉州市城区图》中清晰标注的米仓巷池塘与水系,如今已悉数消失。

《泉州古城址踏勘与唐故城址钩沉》



吴永生介绍米仓巷的水渠所在位置

(1998年)显示,古城北垣到米仓巷一带曾有多处壕沟,东侧南行地段以天然沟壑(破柴巷沟、都督第沟、水巷沟)、大型池沼(江厝池、水心亭池)、天然沼泽构成防御和水利体系,米仓巷南侧的原泉州卫校以东区域则连通中营下沟。由此可见,米仓巷地处古城高地、水系环绕且紧邻官署,地理位置得天独厚,是古代粮食仓储、转运的绝佳之地。

吴永生介绍,早年米仓巷仅有十余户人家,吴姓是巷内主要大姓之一。吴家祖上于清代从惠安洛阳迁居至此,相传初迁时仅携7块木板搭建居所,后来经商立业,逐渐兴旺。如今巷内包含一处古厝在内的多户民居,均为吴氏家族后裔居所。

此外,据史料记载,明代洪武年间,萧氏一族从莆田迁至温陵萼辉铺(今米仓巷)定居,后世子孙繁衍兴旺,陆续迁居泉州城郊及周边各县。



1963年的《泉州市城区图》,可见米仓巷的池塘和水系(蓝线所示)。

米仓巷14号、16号 带有四坡顶的吴氏洋楼

米仓巷14号、16号是吴氏洋楼,为巷内目前仅存的民国时期洋楼建筑。主楼共3层,楼房四周立面均采用经典闽南红砖铺装,整体形制规整、雅致美观。据户主吴国裕介绍,吴家同样从惠安洛阳迁来,这栋洋楼由其父吴印生主持建造。吴印生早年主营棉纱生意,除了在泉州古城南门开设门店外,在上海、香港、台湾等地均设有分店,商贸版图广阔、生意鼎盛。为修建宅邸,他专门聘请惠安本地工匠施工,部分建筑原材料从东南亚远道运回。这栋洋楼建筑工艺考究、用料扎实,融合东西方装饰美学,兼具近代新潮风格与闽南传统韵味,建筑本体曾镌刻诸多名人诗词楹联。可惜这些精致的人文细节在几十年前被损毁,仅存零星残迹。

在洋楼门楣上,镌刻有吴氏堂号“延陵衍派”,上款“丁丑夏月”,显示洋楼落成于1937年夏季;下款“曾道书”。旧时泉州名门望族、富庶人家多会聘请清末举人曾道题写门楣匾额,以彰显门第。

大门两侧砖雕工艺精巧、寓意深远,除雕刻有吉祥如意、多子多福等传统吉祥纹饰外,宝瓶图案左右各半、对称分布,暗含“进出平安”的美好期许。

洋楼二楼铺设纯正南洋花砖,历经近百年岁月冲刷,依旧色泽鲜亮、质感如初。墙面两侧旧时悬挂书画、镌刻诗词,如今痕迹全无、不复原貌。

洋楼楼梯采用厚实耐用的铸铁栏杆,台阶立面留存蓝、红双色纹饰,依稀可窥见当年的建筑风貌。二楼楼梯还特意设计防护盖板,兼具实用性与防盗功能,设计十分精巧。

洋楼屋顶采用传统四坡顶形制,以一条正脊统领四面斜坡,雨水向四方分流排出,造型古朴典雅、规整大气。



洋楼窗台曾装饰西式雕塑,天井南侧可见泉州市实验小学校园。

米仓巷19号 文化留痕赓续中医传统

泉州市医药研究所位于米仓巷19号3楼。据所长洪如龙介绍,其前身是晋江专区中医研究所,1959年10月创办,先后经过改称、撤销和复办多次沿革,1987年转由时泉州市科委、泉州市卫生局双重主管。

中医研究所是在我国大力贯彻中医政策的时期创办的,主要负责搜集整理中医防治疾病的方法、开展中医药学术活动、组织青年中医继承老中医经验、发动西医学习中医及培训中医药人员等。改称医药研究所后,除了上述工作,还负责医药卫生科学研究的管理,并根据各自条件承担部分研究课题。

研究所创办初期,于晋江专区第一医院门诊楼二楼办公;1961年迁至晋江专区卫生防疫所(现泉州市防疫站)院内;1980年落户东街相公巷中营下;1984年正式迁入米仓巷现址。历任负责人、所长依次为:何春山(负责人)、王定海、姚排天(负责人)、苏齐、洪如龙。

曾任所长的苏齐,于1976年考入泉州

州市木偶剧团,曾为木偶剧《孙悟空三打白骨精》《火焰山》等作曲;1978年考入福建中医药大学,毕业后先在泉州市第一医院工作,后又调入泉州医药研究所任所长。

1997年,当代艺术家蔡国强在美国展出作品《文化大混浴:为20世纪的计划》,其中混浴所用的中药材就是苏齐推荐的。后来在蔡国强的多件艺术作品中,苏齐也给出关于中医中药的专业意见。



泉州市医药研究所



湖南会馆



三山会馆

拾遗 湖南会馆和三山会馆

米仓巷口南侧的县后街70号,是湖南会馆旧址。早年建筑老化破损严重,整座厅堂仅靠四根木柱支撑,墙体倾斜超10度,属于高危危房。2022年,湖南会馆被列入古城保护修缮名录,由泉州市古城指挥部牵头开展保护性修缮工作。这座会馆早在清代中后期便已建成,是

旧时在泉州从政、经商的湖南籍人士联谊聚会、互通乡情的重要场所。

在湖南会馆不远处的县后街38号,是三山会馆旧址。据老辈泉州人回忆,该会馆同样始建于清代,是旅居泉州的福州籍商人士联络乡谊、洽谈商务、旅居落脚、祭祀先贤的同乡会馆。

资讯

中式主题乐园走热

八成受访者期待更多传统文化元素主题乐园

暑期各类主题乐园成为热门打卡地。与此同时,以西游水浒、唐宋文化为内核的中式主题乐园频频出圈,成为文旅消费新风口。

近日,中国青年报社社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com),对1001名受访者进行的一项调查显示,过去一年,60.3%的受访者去过两次以上主题乐园。在主题乐园游玩时,62.1%的受访者更看重文化主题/IP内容的吸引力,87.3%的受访者期待打造更多承载传统文化元素的中式主题乐园。

过去一年
60.3%受访者去过两次以上

恐龙乐园、动物王国、海洋王国、三国水浒文化主题乐园……过去一年,“90后”二孩妈妈张静带孩子去了四五次主题乐园,“周末或小长假我会以主题乐园为主规划出行”。

调查显示,过去一年内,60.3%的受访者去过两次以上主题乐园,27.2%的受访者

去过1次,没去过的受访者占12.5%。

大家通常和谁一起去主题乐园?调查显示,家人/孩子(63.0%)、朋友/同学(42.5%)、情侣/伴侣(32.2%)排在前列。其他还有:同事/企业团建(14.0%)、独自前往(12.1%)、社团/兴趣小组(3.7%)等。

来自山西的“00后”畅杰宇前不久跟朋友去了万岁山武侠城,“一进大门满眼都是古色古香的宋朝街巷,景区工作人员和NPC(原指游戏中非玩家角色,在景区中也指由工作人员扮演的互动演员)都身着古装,走在路上有种穿越到古代世界的感觉”。

“去其他城市的主题乐园游玩,我一定会好好挑选,毕竟如果去一个单纯游乐的地方,不太值得专程跑一趟。我会选知名度高、IP属性强、可玩性足的乐园,也要有科普和文化体验功能。”从事设计工作的“80后”王敏佳在选择主题乐园时更看重文化IP,也会选孩子喜欢的文化IP主题乐园。

调查中,在主题乐园游玩时,62.1%的受访者更看重文化主题/IP内容的吸引力,

58.6%的受访者看重游乐项目的丰富度与安全性,56.8%的受访者看重园区整体环境、场景氛围与沉浸感,43.5%的受访者会关注排队效率、园区服务与配套设施,38.3%的受访者看重门票及园内消费性价比,28.5%的受访者看重特色演艺、主题活动与互动体验。

游览万岁山武侠城时,有一个场景让畅杰宇感觉非常震撼,“几十个工作人员装扮成武侠人士在湖边练功,做各种高难度动作,一下子就让我仿佛置身武侠世界了”。不过,畅杰宇最喜欢互动赚“银票”环节,“随处能遇到NPC派发任务,难度不高,但趣味性拉满。我边走边玩,靠自己的努力赚取‘银票’,再去兑换一些古风小文创、特色小礼品,感觉像一个闯荡江湖的少年”。

75.5%受访者
期待场景“步步有文化”

“我家孩子小时候特别爱看《西游记》动画片,我就在网上找《西游记》相关的主题乐

园,可好多地方就简单摆个雕像,后来看到一个西游主题乐园,果断带孩子去了。”王敏佳说,当时孩子还在上幼儿园中班,去了后玩得特别开心,看师徒四人和各路妖魔鬼怪的花车巡游时,更是兴奋得不行。“园区里有个项目体验感很棒,画面特别逼真,我们连着玩了两三遍,在球幕特效的加持下,仿佛跟着孙悟空飞上了天庭。”

张静打算带孩子去感受大唐不夜城。“孩子们都上小学了,知识储备更充足了,我特别期待能有更多中式主题乐园,用沉浸式演出、趣味闯关等形式把历史变得更有趣、更接地气,让越来越多的朋友愿意主动了解中华优秀传统文化,也让传统文化以轻松新颖的方式传承下去。”

调查中,87.3%的受访者期待打造更多承载传统文化元素的中式主题乐园,其中34.4%的受访者非常期待。

最近看了电影《给阿嬷的情书》后,畅杰宇对闽南文化特别感兴趣,“在网上查到一个闽南幻境主题景区,有时间就去体验下”。在西游主题乐园游玩时,王敏佳感受

到了一些不如预期的地方,“本想可以扮演一些角色,沉浸式体验‘九九八十一难’的冒险,但有些场景做得不太好,只是借用了《西游记》里的地名,实际内容跟原著没什么关系”。

“孩子很喜欢红孩儿,想买点‘相关周边’,但怎么都找不到。”王敏佳期待,主题乐园在IP衍生开发方面多下功夫。她认为,像《西游记》这种优秀传统文化IP,要深度开发,多设计一些基于文化主题的游戏,同时注重打磨细节,做得更精致、更有沉浸感。

进一步优化主题乐园文化建设,提升游玩体验,75.5%的受访者建议增设文化类互动体验项目,打造“步步有文化”的沉浸式场景;55.4%的受访者建议深挖文化内涵,打造贴合本地特色的演艺内容;55.0%的受访者建议平衡娱乐项目与文化内容,兼顾趣味性、文化传播性;47.5%的受访者建议推出兼具实用性、文化感的文创周边;34.3%的受访者建议将文化元素融入配套设施,如文化主题休息区、创意景观座椅等。

受访者中,“00后”占23.0%，“90后”占44.3%，“80后”占27.1%，“70后”占4.2%，“60后”占1.4%。一线城市的占34.2%,二线城市的占37.0%,三、四线城市的占21.6%,县城或城镇的占5.7%,农村的占1.5%。

(来源:中国青年报 整理:洪娜娜)