

十问洛阳：中华文明原点的复兴之路



洛河两岸风景如画。如何打好“水文化”这张牌，值得我们思索。(资料图片) 记者 曾宪平 摄

(上接 A05 版)

六问 洛阳战略性新兴产业如何“星火燎原”？

战略性新兴产业的发展，需要有明确的目标、强力扶持的政策体系、创新转化平台、产业链上下游配套和强大的人才支撑。洛阳不缺拥有核心技术的战略性新兴产业，但缺乏从企业到产业、再到现代产业集群的跳板。

战略性新兴产业被视为未来中国支柱产业的新希望。哪些地区拥有掌握核心技术的企业，哪些地区率先建立起产业标准，哪些地区率先拥有完善的产业链条，哪些地

区最先开展大规模示范应用项目，就很可能成为最后的王者。

对于拥有雄厚研发资源的洛阳来说，发展战略性新兴产业，拥有其他中国北方城市所无法企及的先发优势。据笔者从广汽集团高层了解到的情况，目前中国能够真正生产出安全、高效、稳定的动力电池的企业不超过3家，洛阳的中航锂电就是其中之一。而动力电池又是新能源汽车最核心的部件——谁掌握了动力电池技术，谁就能控制整个产业链。

目前，洛阳在动力电池、风电、光伏、信息产业、互联网等产业方面，已经集聚了中航锂电、中航光电、尚德、用友软件等一批有实力和拥有自主知识产权的大企业。特别是光伏产业，从硅原料加工到硅切片，再到太阳能切片生产，已经形成产业链条。洛阳能否在战略性新兴产业领域实现一个项目带动一个产业，一个产业带动一个产业集群，将这些“星星之火”培育成“燎原之势”，我们拭目以待。

七问 孔雀如何洛阳飞？

吸引什么样的人，这是一个城市的产业结构、城市环境和发展平台所决定的。洛阳散落在沿海地区的40万产业工人以及产业转型升级所需的高端人才，如何才能被吸引到洛阳来？

人才是城市和产业的第一要素。20世纪80年代改革开放之初，形成了“孔雀东南飞”的风潮，包括洛阳在内的内地人才纷纷南下“淘金”。在很多人已经涌向沿海以及洛阳人才吸引力无法与沿海相比的情况下，人才会来吗？孔雀能否洛阳飞？

没有梧桐树，招不来金凤凰。正如上文所说，重工业是资本密集型产业，劳动力成本相对较低。在这种局面下，想要借此吸引高层次

人才无异于缘木求鱼。此外，与大企业、大项目相比，洛阳的民营经济并不发达。据洛阳一位官员透露，洛阳有40万成熟的产业工人，但目前基本都在沿海一带打拼。这同样是洛阳民营经济不发达的后果之一。殊不知，民营经济才是藏富于民的经济实体，只有发展民营经济，才能根植本土，利于就业，利于民生，才能让漂泊在外的40万成熟产业工人“凤还巢”。

产业工人的回归需要经济土壤，对高端人才来说更是如此。人才喜欢扎堆大城市，是因为人才只有不断在高水平的集体中学习和工作，才能不断“升值”，反之就会在行业中落伍，甚至“贬值”。因此，洛阳需要打造“高端人才阶层”，通过搭建人才交流和沟通的

平台，吸引人才，留住人才。

当下，相比沿海城市而言，内地对人才的吸引力是在增强而非减弱，很大一部分原因来自于大城市的高房价和高生活成本，逐步对一大批产业工人、农民工甚至大学生产生“挤出效应”。这对内地来说是相当大的机遇。

值得注意的是，如今，单一的工业园模式正在被沿海城市所抛弃，集工作、生活、娱乐、休闲为一体的产业城或产业社区模式正在兴起。这不仅符合国际化的潮流，同样也将产业发展、人才生活配套与城市建设有机地结合在一起，成为一种新兴的工业化、城市化同步发展模式。这样的发展模式，可为洛阳鉴，从而形成对人才独特的吸引力。

八问 中国北方水城如何走国际生态城之路？

作为具有国际知名度的城市，作为中国北方水资源最丰富的城市，作为具有庞大自然人文资源的城市，作为有志于发展高端产业吸引高端人才的城市，洛阳建设国际生态城，既是题中之义，更是应尽之责——为河南乃至全国率先探索一条不以生态和环境为代价的“三化”发展之路。

徜徉于绵延20多公里、宽度达150米以上的沿洛河景观带的美景之中，可以深切感受到洛阳这座北方水城的魅力所在。作为中国最长的城市中央河流，洛河已经成为洛阳的标志性景观。

水，是城市发展最灵动的元素。洛阳境内河川密布，自古就有“五水绕洛邑”的说法，但洛阳没有水文化、水品牌，也没有打造国际生态城这样的“野心”和“气度”。

低碳发展、绿色发展、循环发展，最终形成可持续发展的城市发展模式，已经成为当今世界的大趋势。国际生态城市的建设，也随着低碳发展的升温，成为很多城市追捧的发展目标。

事实上，正如省委书记卢展工所言，河南要走的是一条不以牺牲农业和粮食、生态和环境为代价的“三化”(工业化、城镇化、农业现代化)协调科学发展之路。路该如何走？谁来探路？笔者以为，洛阳有责任、也有条件担负这一重任。

第一，河南需要一座国际生态

城，中原经济区需要一座国际生态城，因为只有崛起这样一座城市，才能为河南乃至中原地区建设环境友好型社会和绿色崛起探索出一条可持续发展之路。洛阳率先探路，对全省乃至全国城市化、工业化和生态环境协调发展，都具有重大意义。

第二，洛阳自身拥有丰富的水资源、旅游资源和文化资源，但一直缺乏一个大的平台对其进行整合。国际生态城的建设，可将洛阳的生态优势、区位优势、文化优势、旅游优势、城市优势有机地结合在一起，形成强大的资源吸附能力。

第三，国际生态城代表的是一种面向未来的绿色、生态、健康、可持续的生活方式和生产方式，对于对发展环境有极高要求的现代服务业和高科技产业有极大的吸引力，同时因拥有舒适的生活环境和健康的生活方式，对高端产业所需的高端人才同样具有强大的吸引力。

第四，洛阳作为中华文明的原点，延续的是一种农业文明的精髓，只有与现代文明相结合，才能在全国乃至全球舞台上焕发新的光彩。

第五，国际生态城的建设，是低碳产业和战略新兴产业的强力引擎。目前，洛阳在新能源汽车动力电池、风电、光伏等方面均拥有较强实力，一些甚至形成了完整的产业链。而国际生态城的建设，恰恰可以将城市与产业的发展融为一体，形成共振发展的强大合力。

“一箭五雕”，洛阳何乐而不为？

九问 根文化如何变成生产力？

作为全球1亿客家人的祖籍地和精神地标，洛阳如何利用寻根情结打好招商牌？如何将文化之力、亲缘之力、品牌之力变成实实在在的生产力？品牌、平台、营销、服务、基地，缺一不可。

2005年，国民党主席连战踏上大陆土地，在北京大学向全世界说：“在台湾，我们有原住民，有客家人，而我们大多是‘河洛郎’。”河洛，就是洛阳。

让我们来晒晒根在洛阳的各大宗族的实力吧！仅以自称“河洛郎”的客家人为例，广东有2100万客家人，香港有200万客家人，福建有500万客家人，浙江则有100万客家人。不仅如此，客家人的影响力已经扩展至全球，超过80个国家中都有客家人的身影，其中美国有30万客家人，新加坡有20万客家人，马来西亚则有125万客家人。

从这些数据中不难看出，客家人大都分布在经济发达的国家或地区，其中不乏大企业、投资者和政府高官。这一点从每年全球客家恳亲大会的盛况就可见一斑。

然而，虽然这一恳亲大会都举办得轰轰烈烈，但作为全球客家人精神地标和发源地的洛阳，总显得落寞无声。

洛阳到底缺什么？

一缺品牌。请看广东河源喊出的口号——“客家古邑”，请看广东

梅州打出的招牌——“世界客都”，这些不仅作为城市品牌远播海内外，更使全球客家人对这些城市形成了精神上的认同。

二缺平台。全球客家恳亲大会至今还没有在洛阳举办过一届，这直接反映了洛阳没有用直接的手段把全球1亿客家人的精神圣地变成文化的平台、亲缘的平台、招商引资的平台。

三缺营销。试问，希望能够帮助洛阳发展的“河洛郎”们，有多少知道洛阳的发展现状？有多少理解洛阳的核心竞争力？又有多少清楚洛阳未来的发展愿景？

四缺服务。亲情需要维系，招商需要服务。洛阳至今没有推动建立一个以宗族情缘为纽带的大网络，更不用奢谈为“河洛郎”们在洛阳投资兴业提供针对性、个性化的政府服务。

五缺基地。试看30多年来台资在大陆的投资路径，从珠三角的东莞，到长三角的昆山、苏州，下一站在哪里？毫无疑问是中部。这已经从落户洛阳的台塑集团、落户郑州的富士康就可见一斑。但洛阳目前还没有类似东莞“台湾高科技产业园”这样针对台资进行个性化发展、针对性服务的创业基地。

从“五缺”到“五全”，笔者希望洛阳能真正打好手中的好牌，将文化之力、亲缘之力、品牌之力变成实实在在的生产力。

(下转 A07 版)

洛阳人，看洛阳手机报

权威、专业、及时、准确

- 洛阳手机报由洛阳日报报业集团精心打造，采取本地、国内、国际新闻的精选、时评、实时、服务贴心。
- 洛阳手机报本地新闻资讯内容丰富多彩，占据了60%以上。

■ 移动用户发送短信 LYD 到 10658300 订阅，3元/月，不收 GPRS 流量费。

■ 联通用户发送短信 712 到 10655885 订阅，3元/月，不收 GPRS 流量费。