

洛阳,应当成为充满活力的文化之都



温馨提示

本报“十问洛阳我作答”大型系列报道今日继续关注第二问——
告诉世界一个怎样的洛阳?

□记者 孟国庆

洛阳应当成为一个怎样的城市?我们应该向世界推介一个怎样的洛阳?昨日,围绕“十问洛阳”中的第二问“告诉世界一个怎样的洛阳”,许多市民和网友来电、来信发表意见。



壮美的丽景门。(资料图片)

洛阳定位 勿忘历史

网友“未落卜居”说,洛阳自然地理位置优越,十三个朝代先后建都于此,创造了灿烂的历史文化。当前,全国上下掀起新一轮发展热潮,洛阳要有所作为,不能脱离历史,但也不能囿于历史。

网友“正负关系”列举了洛阳作为“民族之根,文化之源”的种种表现:台湾有很多人说自己“是河洛郎”;以河南地名作为堂号的中国各大姓,一半以上都认洛阳是祖地……因此,洛阳的“根”文化很有市场潜力。

网友“壹笑泯恩仇”说,很多外地朋友有这样的说法:想看中国五十年的发展,要到深圳;想看中国百年的发展,要到上海;想看中国五千年的悠悠历史,只能到洛阳。

他说,历史不应成为洛阳的包袱,厚重的历史文化应当成为洛阳的“主打牌”,只是出牌的方式应当更适应现代需求。

洛阳定位 依托文化

网友“cryjoy”说,他的妹妹在洛阳上学,说起洛阳,妹妹那股兴奋劲可不一般。这说明洛阳这座城市是一个很容易让人喜欢的城市。他认为,洛阳可走国际化生态城市之路。

网友“洛汀”说,近几年,洛阳发展得很快,城市建设比过去好了很多,但是,洛阳想要在新一轮的城市竞争中崛起,步子可以再大点,规划规格可以再高点,成为中西部地区中心城市乃至国际大都市。

先进经验 可资借鉴

读者宁淑玲来信说,洛阳虽说是“千年帝都”,但地面历史遗存非常少,既没有说服力,也没有吸引力。她建议在市区内建一座“古都公园”,园内设置有代表性的人文历史景观,“每个朝代都要有至少一处”,如亭、台、阁、楼、名人塑像等,并且附上文字注释,这样不仅能丰富洛阳文化,也丰富了旅游内涵。

手机尾号为“7766”的读者说,郑州作为省会,有其资源、交通、政策优势,洛阳发展城市建设大可不必亦步亦趋效仿郑州。洛阳的优势在于文化,就应当全力打造“文化之都”。这就相当于悉尼之于澳大利亚、利物浦之于英国,悉尼和利物浦都不是国家的政治中心,但都是当之无愧的文化中心,这两个城市的文化不仅在其

国家,在全世界都享有盛名。他说,从国内外的“文化之都”发展历程来看,文化是大有可为的产业。不少发达国家和地区都把发展文化产业作为提升产业结构、提高国际综合竞争力的主要手段,并结合各自的具体情况制定了发展文化产业的战略,成立专门机构进行统一指导、落实和推进。洛阳在这方面的优势极为明显。

为推动文化创意产业设立了文化产业局,下设12个附属机构;新加坡1998年就将文化创意产业定为21世纪的战略产业,出台了《创意新加坡》计划,又在2002年9月全面规划了创意产业的发展战略,称要树立“新亚洲创意中心”的声誉,要打造“一个文艺复兴城市”、“一个全球的文化与设计业的中心”、“一个全球的媒体中心”。

见贤思齐

香港: 打造“亚洲国际都会”

香港以其新颖的旅游景点,交口称赞的服务质量,方便快捷的交通、通讯,无可挑剔的旅游设施,打造了亚洲地区独一无二的“购物天堂”。香港近年重新审视自己在亚洲的地位和角色,推出了“亚洲国际都会”的品牌形象。在推行城市营销时,香港吸纳了世界众多一流的机构合作,保证了项目参与者的高水平,项目运作的科学性、专业性,为最终的成功提供了保障。

西安: 把握卖点 重点营销

西安以厚重的历史文化而闻名于世,拥有位于全国前列的科教资源。为提升西安城市竞争力,西安的城市营销以“文化古都”、“丝路起点”和“软件之都”为基点,强力突出了其在旅游、区位和科教三方面的比较优势,“中国西安·西部最佳”成为西安的口号和目标。西安要依托科技和旅游两大资源,树立“西部科技第一城”、“中国第一都”的形象,把科技与文化优势转变为现实发展的优势,并加强与东部地区的联动和对西部地区的辐射,切实再造几个世界级文化旅游景观和尖端科技产业。

青岛: 大打“工业”和“旅游”牌

打造国际知名品牌,青岛“抓大放小”,走的是一条以产业立市、以工业品牌带动城市经济发展的道路。青岛的工业在短短十几年间就构筑了以品牌产品为核心的支柱体系,海尔、海信、澳柯玛、青岛啤酒、双星等知名企业,共同打造今天的青岛。经过不懈的努力,青岛逐步走出一条培育名牌产品、发展品牌企业、壮大品牌经济、打造品牌城市的发展之路。同时,青岛的旅游也同样享有盛誉,啤酒节、海洋节等办得有声有色。

苏州: 改善软环境 营造亲商文化

苏州人把亲商理念和张家港精神、昆山之路一起,称为苏州发展的“三大法宝”。针对国内部分竞争对手拥有资金、人才、科技、区位、基础设施等刚性优势的现实,苏州将重点放在改善软环境上,营造亲商文化,培育商业网络,强化诚信观念,规范亲商服务,吸引了上海和珠江三角洲等地的大量资金和企业向苏州转移。苏州先后建立了新加坡工业园和苏州工业园,成为享誉海内外的对外开放、招商引资的名牌,更成为苏州的新象征。
(记者 李英杰 整理)

我们热诚欢迎广大读者读完《十问洛阳》以后发表高见,提出方案和建议。请读者围绕第二问中的观点简要发表评论、提出建议及对这一问题的反思等。本报将择要刊发,共同思考我们城市的发展方向。参与讨论方式如下:

- 1.网络互动平台。登录“洛阳网洛阳社区”(http://bbs.lyd.com.cn/),点击《聚焦河洛》栏目中“十问洛阳”网帖跟帖讨论。
- 2.短信互动平台。您可将高见写成短信发送到106 5700 6036506,此短信按正常短信收费(每条1角)。
- 3.电话互动平台。您可拨打本报热线66778866发表看法。
- 4.电子邮箱互动平台。邮箱地址:ljkx2005326@126.com



热帖推荐

城市形象设计应贯穿城市建设各环节

□网友 “浪淘沙 1001”

要让世界记住一个不一般的洛阳,洛阳在城市建设中应当注重研究城市形象设计。

1.确定洛阳城市标志物应及早提上议事日程。在建设新区城市公共设施时,应组织专家专门设计具有洛阳特色的标志性建筑,作为洛阳的地理标志物。

2.道路桥梁建设应纳入“城市景观标志”规划中,特别注意把

城市中的古桥、古路作为河洛文化传承的重要标志。

3.城市广场建设要注意提升文化氛围,特别是应在新区的新建广场上多增加一些文化元素。

4.城市的街景犹如人的面容,是展示城市特有风采的风景区,应确定洛阳城市街景的“标准色”。

5.洛阳的民居改建忽略了传统的“美”,新的建筑多数没有在环境艺术上下工夫,建议在城市改造中加强对老城传统民居及润西

现代工业街区的保护。

6.洛阳城市景观构架的骨干系统主要是沿路(交通网络)、沿河(洛河、涧河、瀍河及新区水系)、沿山(重点是邙山、周山、龙门山)进行绿化和美化,应结合旧城改造,结合城市建筑物,结合城市广场建设,结合花园住宅小区建设,结合旅游景点及各类公园开发建设,结合城市特别是市区绿化建设等方面进行。

7.树立经济和科技发达的形

象,对城市形象至关重要。洛阳近年来国内生产总值已在全国大中城市中排名靠前,然而,和先进城市相比,洛阳与其的差距还在拉大,优势在逐渐缩小。洛阳的国内知名企业不多,高新技术产业总量不大,高新技术开发区、经济开发区内世界著名企业较少,城市中的科技文化设施规模小,现代化水平不高,对洛阳城市形象的确立有很大影响,并越来越明显。(记者 孟国庆 整理)