

# 十问洛阳我作答 A05

## 梳理“根文化” 促进“根文化游”

**温馨提示**

本报“十问洛阳我作答”大型系列报道今日关注第九问——

### 根文化如何变成生产力?

□记者 孟国庆

“根文化”是洛阳的宝贵财富，如何让这一独特文化给洛阳带来实实在在的收益?昨日，市民、网友就“十问洛阳”第九问“根文化如何变成生产力”展开热烈讨论，为洛阳保护、发扬“根文化”支招。

### 要注重保护、传承“根文化”

如何将“根文化”转化为生产力?许多市民、网友认为,首先要做好“根文化”的保护、传承工作。市民李先生拨打热线66778866说,都说洛阳的“根文化”内涵丰富,可是,洛阳到底是哪些姓氏的根?到底有哪些族群是从洛阳迁出的?……要发展洛阳的“根文化”,需要我们先进行梳理,再清清楚楚、明明白白地告诉大家,吸引人来寻根。

网友“洛水伊人”说,洛阳应做好“根文化”的保护、研究、传承、合理开发和利用。文化保护要敢为人先,不要等别人抢走了再去争。

### 借“根文化”做好旅游文章

网友“河图洛书”说,近年海外华人、华侨回祖国大陆寻根问祖已形成热潮,其中来河南寻根的累计达30余万人次,河南各地的姓氏文化研究和寻根联谊活动也十分活跃。2003年,郑州市主办了世界客属第十八届恳亲大会;2004年,周口市举办了首届中华姓氏文化节,平顶山市举办了世界刘氏第四届(寻根)联谊大会,荥阳市举办了首届郑氏文化节;2005年4月,濮阳市举办了世界张氏总会第二届恳亲大会……

他认为,“寻根”活动不仅带动了旅游业,而且让世界各地有一定经济实力的华人企业家回到家乡考察,投资工贸、旅游、文化教育事业等,会给当地带来可观的经济效益。

“河图洛书”热切地表示:“洛阳何不发挥自身优势,做好‘寻根旅游’这篇大文章呢?”

他说,洛阳地处中原腹地,是中华民族众多姓氏的主要发源地。经初步查证,历史上发源于洛阳(含所辖

市、县)的姓氏达180多个,居全省各市首位,极具开发潜力。况且,许多华人华侨都把洛阳视为祖地,并对洛阳怀有强烈的眷恋之情和寻根认祖的意愿。例如,绝大多数客家人认为自己的先人最早来自河南的洛阳地区,不少人以“河洛郎”自居;我国南方各省以及东南亚一带以“河南”为堂号的姓氏家族都共认河南洛阳为其祖地,对古都洛阳以及河洛文明有很强的归属感和认同感。

他建议政府关注对洛阳姓氏文化资源的开发,组织人员将洛阳市辖区内的姓氏文化资源进行研究整合,以开展姓氏文化寻根联谊活动为契机,进而作出全面、科学和长远的规划,打造姓氏寻根品牌,把洛阳建成全省乃至全国的姓氏寻根和文化活动中心。



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。请读者围绕第九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等。本报将摘要刊发,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:ljj2005326@126.com。

## 九问:根文化如何变成生产力?(精选)

□网友“吃火锅唱歌儿”

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,其中不乏大企业家、投资者和政府高官。这一点从每年全球客家人恳亲大会的盛况就可见一斑。

然而,虽然这一恳亲大会举办得轰轰烈烈,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。这从已经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。



## 第二届 建材、家具 百名总裁签售会

# 总裁联盟 低价破冰

时间:7月10日 地点:洛阳红星美凯龙

本次总裁签售会,既有地板行业的大腕,又有卫浴品牌的巨鳄,既有沙发行业的佼佼者,又有家具品牌中的重量级人物,可以说囊括了建材家具行业内的大部分知名品牌,阵容强大,对消费者来说是绝佳的购买机会。这是个绝佳的双赢,是厂商推形象、消费者得实惠的双赢机会!千万不要错过!



**签售品牌**

衣柜/滑动门类: 德国雷拓滑动门、好莱客衣柜、左尚明舍衣柜、劳卡衣柜、班尔奇衣柜; 橱柜/电器类: 康星橱柜、意大利橱柜、华帝橱柜、东方邦太橱柜、帅丰电器、乐普斯橱柜、扬子橱柜; 壁纸类: 艾仕壁纸、素弗仑壁纸、森博尔特壁纸; 软床/床垫类: 喜临门床垫、大自然床垫、爱蒙床垫、赫尔班纳软床、圆方园床垫、MPE智能睡床; 卫浴类: 惠达卫浴、摩恩卫浴、特洁尔卫浴、浪鲸卫浴; 家具类: 塞纳风情家具、艾美达家具、楷模木家具、忆东方家具、华鹤家具、耐特利尔家具、北京强力家具、益家竹风家具、中汇家具、美联家具、木槿之恋家具、威森格仕家具、年年红木家具(国韵系列)、致木家具; 沙发类: 意凡沙发、奥玛尼沙发、亚迪沙发、利豪沙发、顾家家居、爱依瑞斯沙发、芝华仕沙发; 地板类: 创鑫研地板、乐迈地板、比嘉地板、欧圣地板、北美枫情地板、圣象地板、扬子地板; 木门类: 康华木门、美心木门、华宸木门……(以上为部分品牌)

总裁指定下榻酒店: 洛阳地矿假日酒店  
唯一指定接待用车: 奔驰  
唯一指定接待用酒: 法国SV国际酒庄

### 签售预约

①电话预约: **65915088**  
②网络预约: [www.lyredstar.com](http://www.lyredstar.com)  
③短信预约: 发“签售”到15690660666

红星美凯龙 形象代言人 **小S 徐熙娣**

**预约→领取签售卡→签售**