

发展“根亲文化” 洛阳得天独厚



本报“十问洛阳我作答”大型系列报道今日继续关注第九问——

根文化如何变成生产力?

□记者 孟国庆

昨日,市民李发立发来邮件,就“十问洛阳”第九问“根文化如何变成生产力”系统阐述了自己的看法。李发立认为,洛阳是中国姓氏的主要发源地,洛阳应当加快文化设施建设,高规格规划、设计,全力“挖根”、“培根”,推动更多华人华侨来洛寻根祭祖。

洛阳是“百家姓”的发源地之一

李发立说,姓氏文化是河洛文化的一个重要组成部分,洛阳是“百家姓”的发源地之一。黄帝本姓公孙,因居姬水而姓姬,炎帝因居姜水而姓姜。据有关专家考证,远古时期的姬水就是现在的伊河,姜水就是现在发源于新安县青要山的畛河。历史上的河南堂(地点在洛阳)是姓氏文化中最早的郡望,28姓就在洛阳,因此可以说洛阳是中华姓氏文化的发源地,河南堂是中华姓氏的圣堂。

从东汉、西晋开始,由于战争、灾难和政局变动等原因,大批中原人南迁光州(今信阳固始)、安徽、江苏等地,后又经过五次大迁徙,大批中原移民和军队播迁到江西、湖南、福建、广东、广西等地,甚至漂洋过海。因

为客居他乡,他们被称为“客家人”。2000多年过去了,客家人后代仍然保留着中原人的生活习俗,他们称自己为“河洛郎”,在客家人居住的许多地方,现在仍然保留着“洛阳江”、“洛阳镇”等地名。

寻根问祖已成热潮

李发立说,思乡恋家是中国人共有的特性。改革开放以来,大批海外华人回国寻根祭祖,已经成为一种潮流。

李发立说,寻根问祖的热潮给不少地方带来了无限商机和滚滚财源。比如,黄氏宗亲为深圳注入了几十亿建设资金;香港实业家李嘉诚为其老家广东捐助大量资金;我省周口市大打姓氏文化牌,多次举办中华姓氏文化节,吸引了成千上万的海外华人到周口投资兴业;郑氏宗亲在荥阳投资8亿元建成了郑氏工业园;濮阳县投资1300多万元建成张挥公祠堂,迎来了投资11亿元的濮阳张氏工业园……

他说,洛阳虽然是姓氏文化的发源地之一,却没有充分利用这一得天独厚的文化资源优势。究其原因,除了开发资金短缺外,很重要的一条是我们思想认识不到位,重视程度不够,洛阳错失许多发展机遇。

建设“中华姓氏文化园”

李发立说,17年前,我市的一些史学家、艺术家和社会贤达人士,经过多次酝酿

后提出了发展“根亲文化”、建设“中华姓氏文化园”的设想。

他说,最初的设想,是以河洛文化为主题,建设“洛阳华夏历史博物馆”,这一想法得到了国家夏商周断代工程首席科学家李学勤老师的肯定和支持,书法大师启功先生题写了馆名。后来,考虑到吸引全球华人投资捐资,改名为“中华姓氏文化园”。

但是,因为民间力量有限,加上洛阳当时的各种条件不成熟,这一设想一直没有实现。李发立说,建设“中华姓氏文化园”,将吸引全世界的华人来洛阳寻根祭祖、观光旅游、投资兴业。更重要的是,能提高洛阳在全世界的地位和知名度,使洛阳成为全球华人寻根祭祖的圣地。它所带来的轰动效应和高附加值、高回报率是不可估量的,将会吸引更多的华人来洛阳投资建设,促进洛阳经济社会快速发展。



话题预告

本报“十问洛阳我作答”大型系列报道下期关注第十问——郑洛争霸还是共同打天下?

请登录洛阳网(<http://www.lyd.com.cn/>),点击《十问洛阳:中华文明原点的复兴之路》专题报道,详细了解第十问的内容。



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。下期,请读者围绕第十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:ljx2005326@126.com。

打响“根在河洛”品牌 洛阳需谋定而后动

昨日,《十问洛阳》作者“吃火锅唱歌儿”又在洛阳网“洛阳社区”跟帖,加入网友对“十问洛阳”第九问“根文化如何变成生产力”的热烈讨论。他说:

我作为一个普通网友,非常赞同洛阳市台办主任马武立提出的打响“根在河洛,寻根洛阳”品牌。洛阳,是中国的文明之根、文化之根、思想之根和民族之根,寻根洛阳,就是寻根中华,这无论对台湾的“河洛郎”来说还是对海外的客家人来说,乃至对全体炎黄子孙来说,都是一个极聚亲和力、感召力和聚合力的品牌。

我想补充的是,谋定而后动。在这张牌

打响之前,洛阳要先为客人们做一些准备功课。第一,根文化的载体在哪里?无论是客家之根、姓氏之根还是思想之根、文化之根,都需要文化内涵丰富的文化载体来承载“寻根洛阳”这个品牌;第二,根文化的研究在哪里?根文化是亲缘文化、血缘文化、感情文化,每一个心怀故土的人都希望能找到自己的根脉,那么,根文化研究的力量如何?成果如何?能为来“寻根洛阳”的客人提供哪些商品和服务?第三,根文化的营销路径在哪里?根文化的营销,既需要本土营销,即在洛阳本地举办寻根活动、客家大会等一系列号召

力的活动,也需要对外营销,在台湾、广东、福建等省份和东南亚各国举办以“根在河洛”为主题的城市项目推介会、招商会,用亲缘作为纽带和包装手段,将洛阳的竞争优势推介出去;第四,根文化维系的平台在哪里?洛阳能否出一份在全球客家人聚居的地方发行的报纸,全面报道洛阳的最新发展?洛阳能否建设全球客家人网站?洛阳能否与众多客家人聚集的城市共同举办客家论坛?

根文化是一个系统工程,既是手段,也是目的;既是经济发展的需要,也是社会发展的需要,更是政治发展的需要。洛阳,需谋定而后动。

培“根”固“根”大有为——也谈“根文化如何变成生产力”

□洛漳

水有源,人有本。寻找自己文化渊源的向心力,早已成为海内外华人寻根问祖的强大精神动力。而洛阳,是他们的重要朝圣地,“根在河洛”已成共识:河洛文化是华夏文明、客家传统文化的根,河洛大地是华人姓氏的主要发源地,古都洛阳是中华民族的重要文脉地……与我国其他地域文化不同,河洛文化表现出了明显的主导性,千百年来,它润泽华夏大地,远播海外宇内。

一波波寻根热潮带来不容忽视的寻根经济:对亲情、对父母之邦的珍爱,对自己生命来源地的关怀——种种非经济因素,促使海内外寻根者表现出对祖籍地积极的投资、合作倾向以及其他经济帮助倾向;进一步说,祖籍地文化之力、亲缘之力、品牌之力带来的巨大“拉力”,甚至会让广大寻根者在投资兴业时暂时放下固有的投资偏好、风险偏好。

网友“吃火锅唱歌儿”因此发问: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?

这促使洛阳思考:海外游子有情若此,根源之地当何以迎?

充分重视,多方发力。海内外客家人中,政界要员和企业界、学界领袖精英缤纷,能量巨大。但也应看到,除了洛阳,很多地方也有深厚的寻根文化和同类资源。所以,增强紧迫感,力求突出特色是必须的:应充分挖掘各方积极性,注重寻根文化软环境建设。集中力量搞拳头产品,树立品牌,获得寻根者的精神认同。

制定战略,搞好外宣。要从力促城市经济社会发展的高度制定寻根文化对外宣传战略,使外宣工作更具活力、更具感召力,使更多希望帮助洛阳发展的“河洛郎”了解洛阳的现状、优势和诉求。要让海内外寻根者了解到,他们的精神地标洛阳,文化优势彰显、充满活力、具有强大的文化吸引力和影响力。

协调发展,整体规划。如果将寻根经济看作是孤立发展的,就低估了它的能量和辐射范围。应以亲缘活动为纽带,以文化旅游为龙头,带动相关文化产业发展,形成寻根经济产业链,扩大寻根经济的外延。

强化平台,提供服务。打赢“六加一攻坚战”、创建全国文明城市,实现经济、社会、生态指数主要指标的大提升,将为寻根经济大发展提供良好条件。要强化各种寻根文化活动的品牌效应,发挥其对招商的平台作用。增进与寻根者的相互了解与沟通,开展务实合作,让广大寻根者切身感受到洛阳经济社会发展的广阔前景和难得发展机遇。

千年时空演变,族胞根脉情深。对海内外千千万万的“河洛郎”来说,河洛山水为魂之所牵,洛阳发展为梦之所系。洛阳,有义务树立品牌、搭建平台、贴近营销、积极服务、打造基地,将“根文化”真正变为生产力。

洛阳人看洛阳手机报

洛阳本地新闻资讯内容丰富,总量占到了60%以上。

定制方法: 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。