

A06

# 传承河洛文化 打造国际文化旅游名城

洛阳晚报

## 洛阳“国际文化旅游名城” 战略策划独家访谈

# 洛阳，我是谁？

## ——访王志纲工作室战略策划总监王振宇

**编者按** “国际文化旅游名城”是洛阳市“十二五”发展的首要定位，也是当前全市上下正在奋力打赢的“六加一攻坚战”中的“一”。“国际文化旅游名城”大战略该怎么布局？洛阳丰富的文化旅游资源如何进行整合与营销？“国际文化旅游名城”究竟该靠什么样的核心引擎来强力带动？……这一连串的问题，都是打造“国际文化旅游名城”必须回答好的问题。

应市委、市政府之邀，国内知名城市发展战略策划机构——王志纲工作室，担当起了洛阳“国际文化旅游名城”战略策划的重任。今年5月至7月，王志纲工作室的王志纲先生、段明女士、王振宇先生等8位专家三赴洛阳，对我市历史、文化、旅游、文物、文艺资源进行深入调研、考察，并和市领导、相关委局、相关县(市)区负责人进行深入沟通。通过慎重思考和战略考量，7月26日，王志纲工作室完成了“国际文化旅游名城”战略策划的纲要稿。

近日，王志纲工作室洛阳“国际文化旅游名城”战略策划主创人之一的王振宇先生，接受了本报记者的访谈，全面、深入地讲述了他们对洛阳如何打造“国际文化旅游名城”的见解。今日起，本报将连续刊发系列访谈文章，敬请关注。

□记者 程奇/文 通讯员 张昭华 (王志纲工作室)/图

### 跋山涉水

#### 寻找河洛大地之魂

记者：王老师您好，欢迎您到洛阳来！

王振宇：谢谢。洛阳，是所有华夏儿女，尤其是我们读书人心中的一块圣地。能到洛阳“朝圣”，并为这块热土的发展贡献绵薄之力，是我的荣幸，也是王志纲工作室所有同仁的荣幸。

记者：一些读者对王志纲工作室还比较陌生，能不能简要介绍一下？

王振宇：王志纲工作室是中国著名战略咨询研究机构和民间商业思想库，是中国咨询业的开拓者和领跑者；在全国首创并率先实践“城市经营”理论，帮助成都、西安、天津、上海、丽江、绍兴等数十个城市或城区进行城市发展战略策划，现在北京、上海、深圳、广州、成都设有常驻机构和专业咨询团队。工作室自1994年创办以来已经积累了上百个成功案例，出版了10余本专业著作。王志纲工作室的目标，就是打造中国最好的战略思想库。

记者：战略策划，一般人听起来会感觉比较深奥。能不能用通俗的语言解释一下？

王振宇：简而言之，战略策划要解决几个关乎根本的问题，用通俗的说法，就是要解决“我是谁、我在哪里、我要到哪里去和怎么去”等问题。“我是谁”的问题关乎一个城市核心灵魂的确定。许多城市其实并不知道自己是到底是谁，所以千城一面的建设和众口一词的传播难以避免。策划洛阳，“找魂”是必须的。

记者：为“千年帝都 牡丹花城”洛阳“找魂”？那可不容易。

王振宇：当然不容易。对洛阳这个圣地，王志纲工作室的所有同仁，在倍感亲切之余，始终心存敬畏。我们三次赴洛，用了近一个月的时间，认真考察了洛阳的历史文化遗存、洛阳及洛阳周边的旅游资源，还与部分市领导、文史专家、相关部门和县(市)区的主要领导进行了深入交流。

记者：一路跋山涉水，您辛苦了！

王振宇：任何策划，必须脚踏实地，实事求是。一路奔波，我们一边走，一边看，脑子里一刻不停地思考，收获颇丰。



释源祖庭白马寺

(资料图片)



孔子入周问礼处

(资料图片)

### 首要问题 洛阳，我是谁？

记者：王老师，请谈谈您对洛阳的第一印象。

王振宇：洛阳的美，让人心动。我个人感觉，洛阳和西安，历史上的东、西两京，是两个风格颇为不同的城市。八百里秦川孕育了西安，千古汉唐雄风处处可见，满眼黄土，古风烈烈，无论是城墙、大雁塔，还是秦始皇、唐太宗的传奇，总是给人一种阳刚、威武的男性之美；洛阳则是伊、洛、瀍、涧、黄五水穿城，山清水秀，细腻婉约，洛神凌波微步引人遐想，武则天女皇美貌雍容华贵，龙门伊阙山水柔美可亲，总是给人一种温婉、华贵的女性之美。

记者：您认为，洛阳的未来应当向什么方向发展？

王振宇：在回答这个问题之前，首先要回答一个根本性问题：洛阳，我是谁？关于这个根本性问题，有人说洛阳是“工业强市”，

因为洛阳国有大企业多，在全国工业版图中的地位举足轻重；有人说洛阳是“科技强市”，因为洛阳科研院所云集，科技人才资源储备异常雄厚；有人说洛阳是“山水洛阳”，因为洛阳风景优美，山美水美，尤其是山水生态旅游独树一帜；也有人说洛阳是“千年帝都”，因为洛阳是十三朝古都，建都最早、历时最长、朝代最多；还有人说洛阳是“牡丹花城”，因为洛阳牡丹甲天下，国色天香的牡丹是洛阳人的骄傲……从一定意义上讲，这个根本性问题是个城市定位的问题。

记者：是的，对洛阳的城市定位，的确有很多不同的表述。

王振宇：洛阳城市定位的众多表述，要从两方面来看。一方面，说明洛阳资源丰富，亮点纷呈；另一方面，定位越多则抉择越难，如果徘徊游移、举棋不定，反而容易迷失城市发展的方向。

记者：那么，请问洛阳该如何准确定位呢？

王振宇：一个城市在全国、全世界的准确定位，必须具备唯一性、权威性和排他性，三者缺一不可。按照这“三大原则”追问洛阳的以上城市定位，每一个都要打上问号：如果说“工业强市”，长春、抚顺、上海，均是洛阳的劲敌，洛阳恐怕难居“工业第一”；“科技强市”，洛阳强则强矣，难说“权威”，北京、上海、深圳、广州，哪座城市的科技实力也不逊于洛阳；“山水洛阳”虽能说道，但和苏州、杭州、黄山相比，洛阳优势并不明显；说洛阳是“千年帝都”当然不过分，但西安、北京、南京，恐怕都可自居“千年帝都”；即使是“牡丹花城”，洛阳牡丹当然在国内名气很大，但山东菏泽、四川彭州的牡丹，在国内也不可小觑……总而言之，洛阳城市的个性与价值，需要用“三大原则”审慎斟酌。

### 灵魂所在 东方神都，华夏圣城

记者：您认为，洛阳城市定位难以抉择的根源在哪里？

王振宇：常言道：“不识庐山真面目，只缘身在此山中。”如果单单站在洛阳自身的角度，或者站在河南省内的角度，“工业强市”、“科技强市”、“山水洛阳”、“千年帝都”、“牡丹花城”等各种说法，均有其合理性。尤其是“工业强市”一说。建国之初的7个“共和国长子”企业，让洛阳这座古老的城市赶上了新中国工业化的“头班车”，迅速焕发生机，再度实现崛起，成为国家的工业重镇，也奠定了洛阳十年经济腾飞的基石。我们到河西区工业遗产园区参观，国有大中型企业规模宏大、气象惊人，“共和国长子”们为洛阳城市发展的贡献举足轻重，怎么赞美都不过分。然而，正是因为洛阳工业的腾飞以及洛阳与生俱来的众多特色，容易使洛阳人“浮云遮望眼”。

记者：那么，您认为洛阳该如何办？

王振宇：“不畏浮云遮望眼，自缘身在最高层。”在经济全球化背景下，要找准洛阳的城市定位，必须“高位思考”，站在全国的高度，甚至站在全世界的高度，重新审视洛阳的城市定位。特别是现在这个时代，是一个战略为王、文化制胜的城市运营时代，是一个休闲为王、体验至上的消费经济时代。洛阳要吸引全国乃至全世界的目光，就要通过文化的传承和旅游的推动，凸显洛阳五千年从未间断的文明，放大洛阳在中华文明史乃至世界文明史上的崇高声望。而这一点，是洛阳所有特色中最有条件走向世界的特色。

记者：您的意思是，基于洛阳的城市价值与个性的定位，要重新回到“古都”方向？

王振宇：是。经过实地考察和反复考量，王志纲工作室认为，洛阳的崛起，有赖于其无可替代的古都文化的复兴。唯有将洛阳打造成一道面向世界的文化旅游盛宴，洛阳的形象、价值、魅力才能得到最大的体现。洛阳

必须回归五千年的传统文明，回归博大精深的古都文化，才能重拾旧日的辉煌，重新成为万国来朝的世界焦点。其实这一点，洛阳市委、市政府已经考虑到了，那就是要打造“国际文化旅游名城”，而且将其作为第一位的城市定位。

记者：那么，您认为洛阳要打造“国际文化旅游名城”，应该突出什么特点呢？

王振宇：东方神都，华夏圣城。

记者：能具体些吗？

王振宇：“东方神都”，洛阳“神都”之源于武则天时代。今日洛阳，集帝都、艺都、花都、佛都、夏都、黄帝密都等文化内涵于一体，足以构成与其他任何古都不同的内涵与个性魅力。“华夏圣城”，则指洛阳是河洛文化发源地，儒释道三教发源地，河洛风便是中原风，中原风便是中华文化的主脉，是中华民族的根本所在，在民族复兴的进程中，洛阳理当归华夏文明朝圣地的本位。 (下转 A07 版)



伊阙两崖