



美丽的开元湖夜景 (本报资料图片)

# “拍卖”音乐喷泉，折射城市运营新思路

□见习记者 王妍 记者 程奇

这几天，市园林局副局长曲红恩一直在为开元湖音乐喷泉的拍卖事宜忙碌。开元湖音乐喷泉冠名权、商业表演权将拍卖的消息发布后，不少商家前来咨询洽谈。

前不久，市园林局召开了开元湖音乐喷泉市场化运作通气会，宣布将于近期对开元湖音乐喷泉的冠名权、商业表演权进行拍卖，与之配套的开元湖广场周边广告位经营权、商业综合项目开发权拍卖也将被提上日程。

洛阳拍卖音乐喷泉冠名权、商业表演权，在国内是第一次。消息一经披露，在社会上引起不小反响。

## 1 “拍卖”喷泉，引发不少议论

喷泉以后怎么喷？性质会改变吗？表演场次会增加吗？

资料显示：开元湖音乐喷泉是集声、光、电、水于一体的水景工程，被评为洛阳“新八大景”之一，总占地面积455亩，湖面面积273亩，广场及游园道路面积79亩，绿地面积103亩。开元湖东西长576米，南北长312米，引洛河之水入内，湖水清澈见底，岸边树影婆娑，喷泉以牡丹为主要造型元素，主喷高度可达108米。

听说音乐喷泉即将“拍卖”，市民议论纷纷。有人叫好：通过商业运营模式经营音乐喷泉，可减轻财政负担，使音乐喷泉得到更充分的利用。有人表示担忧：拍卖会改变音乐喷泉的公益性质？有人质疑：商业广告来了，会不会影响音乐喷泉的品位？

众人关注的焦点问题包括：为何要将开元湖音乐喷泉的冠名权、表演权进行拍卖？拍卖后，其原本的公益性质是否发生改变？表演场次是否会增加？

记者近日多方走访发现，将城市公共基础设施进行商业化运作在我国已有先例，这种采用“运营城市”发展战略吸纳社会资金发展公共事业的做法活力十足。

## 2 为什么要这么做？

表演成本、维护成本很大，与企业合作将为喷泉注入新的活力

据介绍，目前开元湖音乐喷泉的常规表演时间为每周六晚、牡丹文化节期间、重要接待活动时以及国家重大节假日等，平均每年表演场次为120次。

2009年，围绕开元湖音乐喷泉经营问题，不少市民通过网络、市园林局热线电话等建言献策。当时，市园林局对群众的意见做了整理：有市民认为，音乐喷泉作为一项投资较大的公共设施，表演的次数少，不能满足公众的观赏要求，应提高利用率；有市民认为，喷泉每次表演都耗资不菲，建议减少表演次数。

据介绍，市开元湖管理处是隶属于市园林局的事业单位，喷泉表演的全部经费来自财政拨款。开元湖管理处相关负责人透露，包括电费、人工等成本在内，每场20分钟的喷

泉表演成本在7000元左右。此外，开元湖音乐喷泉有各式喷头5698个、水下彩色帕灯22116盏、喷泉专用泵1407台、各类电缆1000余公里……整个系统庞大、复杂，一个小故障就会令表演效果大打折扣。

近年来，随着音乐喷泉的影响力越来越大，一些从中觉察到商机的企业找到开元湖管理处，希望通过与音乐喷泉合作来提高企业影响力。可是，受体制所限，开元湖管理处没有办理收费许可证，不能跟企业合作。

想让喷泉喷得更好看，需要钱。钱从哪里来？走商业运作这条路，成了我市相关部门的选择。如果开元湖音乐喷泉的商业运作能够成功，不仅能满足市民增加表演次数的要求，还能解决部分资金，减轻财政负担。

## 3 冠名权、表演权拍卖带来什么？

喷泉喷的次数更多、质量更高，周边设施更完善

音乐喷泉，能否借助商业运作“锦上添花”？冠名权、表演权被拍卖后，会影响音乐喷泉的公益性质吗？对此，市园林局副局长曲红恩表示：“拍卖的前提是保证音乐喷泉作为社会公共基础设施的性质不变，商业运作不会影响市民和游客的观赏权益，它能为喷泉的表演‘锦上添花’。”

业内人士认为，拍卖冠名权、表演权，好处多多。

最直接的好处当然是表演次数有望增加。此次拍卖的“商业表演权”，是指除了每年正常的120次表演外，还根据客户需要增加表演次数。“商业表演权”包含50次、100次等多种类型，市民以后将有更多机会观赏喷泉。

音乐喷泉更迷人，是商业运作的“副产品”。音乐喷泉的表演效果好不好，很大程度上在于灯光、水泵等设施的运转是否良好。据开元湖管理处负责人介绍，在之前的喷泉维护工作中，工作人员曾发现灯光衰减、设施老化等问题。据了解，此次喷泉冠名权、商业表演权拍卖所得的资金，将用于弥补喷泉维护

保养费用的不足，使音乐喷泉的利用率和表演效果得到有效提升。

休闲娱乐设施将更加完善。市民、游客对喷泉周边休闲娱乐等配套设施的需求在不断增加。音乐喷泉市场化运作通气会上，市园林局局长蒋勤表示，在保证公益性的前提下，计划拍卖开元湖广场周边广告位经营权、商业综合项目开发权。这意味着，音乐喷泉周边将增加休闲设施，更完善的配套设施将留住人们的脚步。“表演时人潮涌动，表演后冷冷清清”的问题有望得到解决。

据了解，广告牌对喷泉周边环境的影响不大。据透露，此次喷泉冠名权拍卖，竞拍企业的冠名权将以合适的形式实现，比如将“企业之歌”纳入表演曲目、在开元湖周边灯柱上展示企业名称、竖立企业广告牌等。市园林局一名参与此次市场化运作筹备工作的负责人表示，音乐喷泉是洛阳人引以为豪的景观之一，有管理部门将对喷泉周边广告牌的设置严格把关，邀请专家对周边环境进行考察论证，确保广告牌与周边环境协调。

## 4 喷泉商业运作前景是什么？

商业运作参与城市建设屡见不鲜，是一种化解资金矛盾的好办法

承办此次拍卖活动的中拓拍卖(河南)有限公司负责人刘京武表示，这种拍卖音乐喷泉冠名权、商业表演权的方式，在国内属首创。

不过，吸纳社会资金参与城市基础设施建设、运营的经验，我市已经有了：今年，市水利建设投资有限公司将洛河凌波沙滩浴场的冠名权和管理房承租经营权向社会公开拍卖，开始尝试通过市场化运作吸引社会资金建设惠民工程；今年，市河渠管理处发布公告，拟对中州渠首段治理改造项目进行公开招商，通过商业开发筹集建设资金用于城市水系建设改造。

一名长期从事此类拍卖活动的国家注册拍卖师表示，这种通过商业运作吸纳社会资金参与城市公共基础设施建设的做法在北京、上海等一线城市并不少见，已经形成了较为成熟的模式。随着我国城市化进程快速推进、城市化水平不断提高，这种形式有利于化解城市发展及财政资金紧张之间的矛盾，将成为城市运营的一个新趋势。

## 5 会影响喷泉的公益性吗？

与商业化运作携手，可以做、没问题，关键要确保规范、有效

不过，仍有市民质疑：作为公益性设施的音乐喷泉，到底能不能进行商业化运作？

“公益的，不一定全都托管给政府。进行商业化运作，关键是一个‘度’的问题。”郑州大学教授董广安说，对于企业来讲，参与城市公共基础设施建设可为其带来经济效益、广告效益和社会效益。对于政府来讲，让企业参与城市公共基础设施建设，可以解决城市建设中财政资金不足的问题，符合市场经济的发展思路。商业化运作，关键是把握好城市基础设施“公益性质”这个“度”，不可违背为公众服务这个原则。

也有业内人士提出这样的见解：学校教书育人、医院救死扶伤，其“意义”要远远大于音乐喷泉，20年前人们还会质疑学校、医院能否进行商业化运作，到现在商业化运作早已成为城市运营中不可或缺的一种方式。所以说，商业运作参与城市公益性事业，其关键不在于“能不能”，而是“怎么干”。也就是说，是否规范、是否有效才是最关键的。所以，广大市民的监督和建言很重要——群策群力，让我们的音乐喷泉更亮丽，更迷人！

绚丽的音乐喷泉 记者 张晓理 摄

