

王永：创意产业，洛阳打造国际名城的“世界语”

□记者 程奇文/图

1 王志纲堪称“现代孙臧”，准确地选出洛阳的“上驷”

记者：近日，《洛阳日报》连续刊登的《王志纲工作室·国际文化旅游名城战略策划方案》，成为古都街谈巷议的焦点话题。作为IT业、动漫业的精英，听说您一直在密切关注名城战略策划？

王永：中国男足冲击世界杯，屡败屡战，只有米卢带领中国男足实现了世界杯之梦。原因很简单，米卢4次率队参加世界杯，有实战经验。同理，洛阳要打造国际文化旅游名城，也需要一流的“教练”。

市委、市政府能够邀请中国著名战略策划专家王志纲及其团队——王志纲工作室，担纲国际文化旅游名城的战略策划重任，使之成为“洛阳教练”，堪称英明之举！

记者：洛阳要打造国际文化旅游名城，需要选择什么样的“教练”？

王永：这段时间，我在给学生讲课时，最常用一个比方：如果说洛阳是在赛马场上屡败屡战的“田忌”，那么王志纲工作室，就是洛阳请来的“现代孙臧”！

记者：“现代孙臧”？这个提法很有创意。

王永：孙臧有两大特点，一是有一流的理论，《孙臧兵法》堪称中国兵家必读的作战宝典；二是有一流的成功案例，“田忌赛马”、“围魏救赵”千古流传。同样的道理，在中国战略策划领域，王志纲可谓“重量级高手”。创办工作室15年，他写了《城市中国》、《找魂》、《重整河山》等15部专著，“火锅理论”、“腾笼换鸟理论”等，启迪了众多业内人士；说起实战经验，其更是业内翘楚，上海、天津、成都、西安、青岛……一个个城市营销成功案例，让王志纲工作室在国内独树一帜，成为中国咨询业的“风向标”。

记者：“田忌赛马”的故事，中国人妇孺皆知。您的意思，旅游名城竞争这个“赛马场”，需要一个“现代孙臧”来帮洛阳排兵布阵？

王永：对。据我所知，国内希望打造旅游名城的城市，有390多个；放眼全球，希望发展旅游业的的城市，少说也有一两千个！这些旅游城市，各有千秋、各有优势。在这样一个“超级赛马场”上，洛阳怎么优化资源配置，才能与一两千个实力不俗的对手同场竞技并战而胜之？王志纲工作室作为“现代孙臧”，为洛阳量身打造国际文化旅游名城战略策划方案，其最大贡献，就是准确地挑出了最具国际竞争力、具备巨大市场潜力的“洛阳上驷”。依靠“上驷”，和其他城市的“中驷”、“下驷”竞争，当然胜算较大。

记者：哦，我明白了。龙门石窟、帝都大观、国色天香、白马寺这“四大核心引擎”，就是王志纲工作室眼中的四匹“上驷”！

王永：龙门石窟是世界文化遗产，帝都大观是全国唯一的“隋唐城中轴线”和里坊区，国色天香依托国色天香的“洛阳牡丹”品牌优势，白马寺是“释源祖庭”，它们在各自领域中均具唯一性、权威性、排他性，是“业内翘楚”。

洛阳只要精心培育好这四匹“上驷”，就能在“赛马场”上脱颖而出！王志纲工作室精选“上驷”，目光之敏锐、眼光之深远，让人叹服。

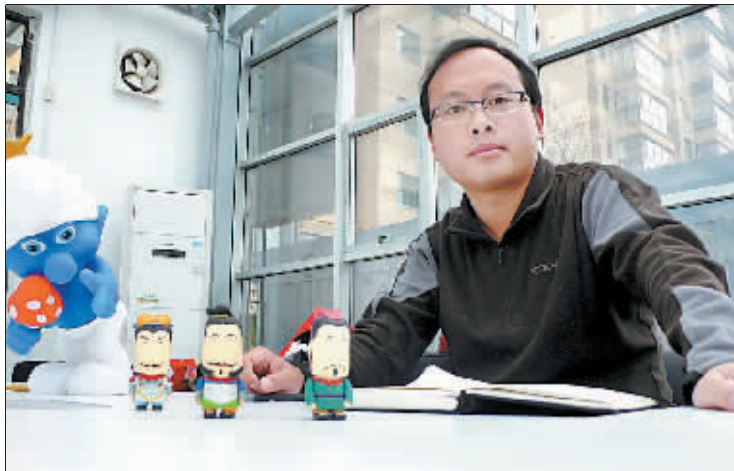
记者：对王志纲工作室提出的“四大核心引擎”，我市还有不少争议，一些人认为“核心引擎”应该更多。

王永：“不识庐山真面目，只缘身在此山中。”很多洛阳人一张嘴，就是“俺们洛阳”。他们对洛阳的热爱当然值得敬佩，但从另一方面剖析，也有思路、视野局限在洛阳乃至河南这个圈子内的嫌疑，不能高位思考，没有实战经验。

王志纲工作室则是鸟瞰世界，以佛罗伦萨、雅典的高标准重建洛阳，采用城市营销的手法，综合考虑洛阳在国内外可能的潜在对手，精挑“上驷”，依靠“上驷”参与国际化的旅游名城竞争。至于哪些资源是洛阳的“中驷”、“下驷”，已经不言而喻。

记者：客观地讲，对王志纲工作室的战略策划，洛阳人争论声音不小。

王永：王志纲有一个著名的“射程理论”：生活里总有人热衷于挑别人的毛病。我总结出一个逃离射程的理论——当别人追杀你时，最好的办法就是，不要理睬，加快脚步向前跑，当你跑出他们的猎枪射程以外时，他们就只有放弃了。假以时日，当洛阳这四匹“上驷”，在国际、国内的旅游市场上大展神威，将其他城市的“中驷”、“下驷”远远甩在身后时，一切不言而喻。



■专家简介

王永，上海拾荒动画首席运营官，洛阳小破孩文化产业有限公司董事长，中国动画学会执行委员会副主任，河南省动漫产业协会副会长，号称“动漫金手”。1998年其专业著作及软件《Premiere 电影制作宝典》入选“国家‘九五’重点电子出版物规划项目”。1999年他担任央视春节晚会首次网上直播技术总监。2010年“小破孩”入选首届“中国十大卡通形象”。2011年5月，由他创作的《兵马俑——我叫秦biangbiang》主角秦biangbiang入选第二届“中国十大卡通形象”。

2 名城建设是洛阳的“文艺复兴”，创意产业才是“发动机”

记者：听说您认为早在一千多年前，洛阳就是“国际文化旅游名城”？

王永：是的。古代虽无“国际文化旅游名城”这个提法，但数千年来，洛阳是毫无争议的“国际文化旅游名城”。历史典籍、考古发现都印证一个事实，洛阳早就是“万邦来朝”的国际文化旅游名城。我们不仅是“丝绸之路”的东方起点，欧洲人、中亚人、日本人、韩国人、越南人，都在洛阳的“四夷里坊”留下大量活动记录。

记者：您的意思是，站在“国际文化旅游名城”的角度，洛阳现在的城市地位，古人早就想到了？

王永：对！单就龙门石窟来说，唐代不仅有卢舍那大佛，还有奉先寺的晨钟暮鼓，有白居易、元稹等诗人风云际会，盛极一时，其影响远远超过今天的龙门石窟。所以说，洛阳早就是“国际文化旅游名城”，现在的名城战略，其文化内涵，就是要实现洛阳的“文艺复兴”。

记者：可隋唐时期，洛阳是都城，是全国政治、经济、文化的中心，其地位，远非今天的这个地级市可比呀。

王永：洛阳要打造“国际文化

旅游名城”，不但缺乏古代的首都优势，目前也缺乏国内一流的大学、缺乏一流的机场、缺乏更多的跨国企业……我们的确存在很多“先天不足”。新的时期，需要新的“发动机”。其实，如果你仔细分析王志纲工作室的战略策划方案，这个“发动机”，人家早就帮咱准备好了。

记者：名城战略的“发动机”，方案中早就点明了？

王永：无论是“四大核心引擎”，还是“四大辅助引擎”，如果进行具体项目分析的话，都蕴含同一“发动机”，那就是创意产业！

3 创意产业，冉冉上升的朝阳产业

记者：创意产业，能有大魔力？

王永：20世纪90年代，英国的伦敦，尽管早就是“国际文化旅游名城”，但仍存在发展乏力、后劲不足的窘境。1997年，英国首相布萊尔采纳了经济学家约翰·霍金斯教授的建议，在伦敦大力扶植创意产业，短短数年间，凭借着每年210亿英镑的产出值，创意产业目前已经成为仅次于金融服务业的伦敦第二大支柱产业，不少评论都把“世界最酷城市”的桂冠送给了伦敦，由此引发了波及全球的创意产业浪潮。约翰·霍金斯先生由此

成为世界“创意产业之父”。他提出了创意产业的13个分类，比如艺术品、文物、手工艺品、工业设计、电影音像、电脑服务、软件开发等。

记者：创意产业，究竟有多大市场潜力？

王永：张艺谋一部大型山水实景剧《印象刘三姐》，半年演出250余场，接待游客60余万人次，门票收入达1亿多元；法国的红磨坊，其面积与洛阳歌剧院相似，但其创造的经济价值，能买多少个歌剧院？近年来，北京的“798”，上海的“红坊”，迅速走红，成为中国创意

产业的代表作。

记者：徐克的《通天帝国》，就重现了唐代的洛阳城——创意产业，我们洛阳一直在做啊？

王永：电影《魔戒》，只能让新西兰短暂获益。同理，一部《通天帝国》，洛阳不可能长期获利。创意产业，绝不是一部电影、一台实景演出那么简单。洛阳，作为“东方神都、华夏古城”，我们最大的优势，就是守在中国文化资源富矿的“矿口”，具备天然优势。洛阳的IT业、动漫业、手工艺品、文博产业，需要成规模、上档次的产业集群。

4 洛阳要打造国际名城，要熟练掌握“世界语”

记者：能说的更具体些吗？

王永：以动漫产业为例，2004年，我个人募集10万元，举办洛阳国际动漫节，尽管观念在国内超前，由于投资太少，产业价值不突出。2005年，杭州市政府注资3000万元，重磅推出杭州国际动漫节，不但吸引世界各地动漫产业落户杭州，该动漫节还成为世界上影响最大的动漫节，经济潜力不可估量。

记者：王志纲工作室多次强调：洛阳打造国际文化旅游名城，不仅需要“复古”，还需要大量的时尚元素、世界元素。该工作室建议洛阳发起或承办一系列世界大赛、论坛、节庆活动，拥有更多国际时尚元素。

王永：今年5月14日，洛阳举办第三届“龙门会”，吸引全国IT行业的洛阳籍精英，在龙门东山宾馆会聚一堂，热论中部互联网经济机遇和挑战。5个月零10天之后的10月24日，全国领先的IT解决方案和服务提供商、中国最大的离岸软件外包提供商——东软集团，就和洛阳签订全面战略合作协议。

记者：沟通世界的“世界语”，请详言之。

王永：今年5月14日，洛阳举办第三届“龙门会”，吸引全国IT行业的洛阳籍精英，在龙门东山宾馆会聚一堂，热论中部互联网经济机遇和挑战。5个月零10天之后的10月24日，全国领先的IT解决方案和服务提供商、中国最大的离岸软件外包提供商——东软集团，就和洛阳签订全面战略合作协议。

可以想象，我们坚持举办“龙门会”，投资更多、规模更大、档次更高，吸引更多国内外IT巨头落户洛阳，形成洛阳的IT产业集群，必将实现跨越式发展。IT产业，不仅是洛阳连接世界的“世界语”，也是“国际文化旅游名城”中最有活力的朝阳产业，前景不可估量。

记者：请用一句话，来总结您的核心观点。

王永：打造“国际文化旅游名城”。洛阳需要熟练掌握全世界都听得懂的“世界语”，全力扶持创意产业的跨越式、集群式发展，只有这样，才能实现洛阳的“文艺复兴”，给“千年帝都”插上傲视群雄、长久腾飞的翅膀！