

国际文化旅游名城·专家声音

刘大鸿：信息时代，洛阳须打造“新的丝绸之路”

名城策划，有望在洛阳掀起“头脑风暴”

1



核心提示

□记者 程奇 见习记者 马镇文/图

专家简介：刘大鸿，新安县人，毕业于东北大学计算机专业，太平洋门户网首席执行官，原深圳电子商务协会副会长，现为洛阳市信息技术专家技术委员会委员。2000年参与中国第二代身份证的人像识别、人工智能等系统研发工作。2006年，在深圳创建太平洋门户网，开始互联网创业生涯。2009年，他应邀将太平洋门户网总部搬到洛阳。目前，太平洋门户网是中原地区最大的电子商务平台，全国同类型网站排名前十。

记者：目前，洛阳大街小巷都在热议王志纲工作室的国际文化旅游名城战略策划方案。这个方案，您怎么看？

刘大鸿：当然，我认真、细致地看了两遍。这个方案，一看就不是洛阳人做的，站位非常高，让我眼前一亮，不少精彩创意，让人拍案叫绝。

记者：具体是什么让您眼前一亮？

刘大鸿：不少洛阳人一张嘴就是“俺们洛阳”，暗示其思维模式——一切以洛阳为出发点，但其见识大多也困在河洛地区。

这个策划告诉人们：地球上有个地方叫洛阳，在全球化的大背景下，需要对洛阳进行二次资源配置；中国洛阳，一个国色天香的城市，正在融入世界休闲旅游的大潮，虽然后发，却有可能先至！名城策划，很有开创性，很有可能在古都引发一场“头脑风暴”。

记者：“头脑风暴”？

刘大鸿：对。中国——一个在长达2000年的历史长河中，引领世界文明潮流、把农业文明推到极致的文明古国，为何在近代落后了？最根本的原因是观念的落后。欧美各国完成了两次工业革命，而中国小农经济的思维模式却根深蒂固。

目前，世界已经进入信息时代，互联网正在改变世界。反观洛阳人，我们的思维模式，一半仍停留在农业文明时代，一半停留在工业文明时代，和信息时代的全球化思维，差距不小。

从这个意义上说，市委、市政府邀请王志纲工作室，帮洛阳制订的国际文化旅游名城战略策划方案，不仅是城市发展战略的变革，更是洛阳人思维模式的一次革命。“头脑风暴”，比开矿建厂要难多了，但一旦开始，将无法遏制，将产生“核裂变”式连锁反应，从根本上推动洛阳的进步。

记者：网络论坛上、街谈巷议中，对名城策划的争议声音不小。

刘大鸿：对于战略策划的论坛帖子、质疑声音，我看到了、听到了。但平心而论，这些声音背后藏着洛阳人“爱之深痛之切”的情怀，无论是思想高度、理论依据，还是现实可行性，大多站在“俺们洛阳”的角度。

很多洛阳人对新生事物缺乏包容心。这么多年，洛阳拥有一流的旅游资源、博大精深的历史文化，旅游市场却相对滞后，我们需要一次复盘。回头看看，我们常说咱们要啥有啥，那为啥没做好呢？

现在，“中国最好的战略思想库”——王志纲工作室在帮我们出谋划策，我们能不能用开放的胸襟，去迎接战略转型、接受“头脑风暴”的洗礼呢？

客观地说，战略策划并非尽善尽美，却拥有很强的生命力。希望洛阳人用心倾听一些不同的声音，在这个多元化的时代，我们必须允许不同的声音出现。

记者：您认为，“头脑风暴”会形成怎样的思维模式？

刘大鸿：洛阳人思考城市发展战略时，思维前提是我们“有什么”？习惯自我陶醉于“祖上曾经阔过”，张口就是五千年看洛阳，在哪呢？我是个洛阳人，我就看不到，你让外地人怎么看？

个人认为，洛阳人最重要的不是“有什么”，而是我们“实际做了什么”、“应该做些什么”、“怎样做才能更好”。



刘大鸿

2

占据舆论高地，洛阳还有很长的路要走

记者：王志纲工作室的战略策划方案，您最欣赏哪一条？

刘大鸿：我是创业者，关心的不仅是怎么想，还有怎么做、能做到吗？我最关心“运营洛阳”这一章中第六条——占据舆论高地，方案称“注意力经济时代，引导舆论至为关键。舆论造势是为了让中国关注洛阳，让世界聚焦洛阳”。可谓一针见血、一语中的。

客观地说，在占据舆论高地这方面，洛阳还有很长的路要走。

记者：洛阳每年都邀请不少国内外的媒体记者到洛阳采访，对外宣不能说不重视啊。

刘大鸿：洛阳的宣传，大多集中在报纸、电视等传统媒体领域，对网络等新兴媒体仍

不够重视。

网络时代，大家考察一个城市的竞争力，一看“百度指数”，二看“谷歌趋势”，由此可以看出互联网上的用户关注度、媒体关注度两大指标，这是对城市发展趋势的一种战略观察。

从2007年至今，我持续观察“百度指数”、“谷歌趋势”，发现洛阳的被关注度，不但远远低于西安、郑州等省会城市，而且和苏州、青岛等“副中心城市”也有很大差距。两项指标的曲线波动越大、越频繁，说明城市发展活力越大。长期观察，洛阳的曲线近乎一条直线，持续处于低位，这需要洛阳人警醒、反省，并拿出切实行动。

3

打造旅游名城，需提升“名城意识”

记者：听说您讲过一句话，洛阳人要打造国际文化旅游名城，首先须提升“名城意识”。

刘大鸿：一天下着小雨，我发了个微博：“今天，下着小雨，我走在洛阳的天街上，想起‘天街小雨润如酥，草色遥看近却无’的名句……”

此微博一出，很多洛阳人问我：什么是天街？天街在洛阳吗？

我认为，打造“国际文化旅游名城”，我们需要提升“名城意识”，对市民进行相关历史、文化知识的普及性教育。

记者：洛阳有帝都心态，骨子里比较“骄傲”，“服务意识”偶有缺位。

刘大鸿：服务意识的欠缺，丧失的是发

展机会，流失的是白花花的银子。

中国天使投资第一人薛蛮子先生，是投资界的“大腕”，曾投资张艺谋的“印象系列”和8848等网站，非常热爱历史文化。我多次邀请他来洛阳，他却认为：“洛阳是被工业文明污染的城市，我不敢去洛阳，我怕心疼。”我发出“激将”短信：“我作为IT人，不去美国硅谷，会遗憾终生；您作为历史文化爱好者，不来洛阳，也是严重缺憾。”

今年牡丹文化节期间，我陪薛先生在洛考察，他发微博称赞“龙门石窟天下第一”。他两次夜游龙门，希望投资“夜游龙门”项目，相关部门表示非常欢迎。遗憾的是，由于种种原因，项目被迫搁置。

4

信息时代，洛阳须打造“新的丝绸之路”

记者：打造国际文化旅游名城，洛阳有很多“先天不足”，需要IT界、动漫界、手工业者等“创意产业”的强力助推，才有可能跟上时代节拍。

刘大鸿：是的。我一直奔走呼吁：信息时代，洛阳要实施名城战略，需要打造“新的丝绸之路”，与世界接轨，主动融入全球化浪潮。

记者：“新的丝绸之路”，这个提法很新鲜。

刘大鸿：当今世界是互联网世界，互联网网络着整个世界。历史上，“丝绸之路”是洛阳乃至中国连接世界与欧洲的“互联网”；当今这个时代，洛阳需要借助互联网，打造“新的丝绸之路”，连接全球，密切互动。

我常常感慨：洛阳有历史，却没有用现代人听得懂的语言讲述历史；洛阳有文化，却没有发达的文化产业来承载文化；洛阳有一流的旅游景点，却没有完善的服务配套设施系统盘活景点。

以上问题，都可以借助互联网逐一进行解决，让洛阳突破一个又一个瓶颈。

记者：您的口头禅是：成功没有捷径。您认为，“新的丝绸之路”应该怎样打造，才能扎实、持久？

刘大鸿：先说简单易行的。我们可以通过互联网组织欧美游客开展诸如“探寻老子踪迹”、“关公圆梦之旅”、“河图洛书与电脑数字科技”等“深度主题旅游项目”，让老外们来洛阳游览的同时，学习洛阳历史文化、体验河洛地区的文化积淀，享受“精神旅游”的深刻和惬意。

再说基础工程。目前是“Big Data（大数据）”时代，我们IT业者，一直呼吁洛阳建设“中部信息枢纽”，基于云计算技术，建设中西部地区最大的“数据仓库”，将包括洛阳在内的中西部地区所有的文化、旅游、服务业、厂矿、商贸等领域的数据信息收集起来统一运算、全球接轨。

如此，不但能实现洛阳所有企业的产业升级，而且会建成中西部地区最大的“数据仓库”。这是个庞大的系统工程，建设不易，但一旦建成，洛阳的GDP能得到数十倍提升。

中西部地区，必然会有一个城市成为互联网时代的信息枢纽。洛阳打造“中部信息枢纽”有诸多优势：中西部地区，包括西安、郑州、武汉，尚无一流的“数据仓库”。

记者：“中部信息枢纽”，工程量是不是非常大？

刘大鸿：是，这个工程，不是一家企业、一个城区能够建成的，必须倾全市之力，依靠政府的资金、政策扶持。

成功没有捷径。洛阳要打造“国际文化旅游名城”，需要以开放的胸襟、扎实干事的作风，打造“新的丝绸之路”，沟通全世界，实现“千年帝都”的复兴。