

国际文化旅游名城·专家声音

蔡运章：“文化为魂”最关键 变“景区旅游”为“城市旅游”



核心提示

□记者 程奇文/图

作为洛阳文化产业研究院院长，蔡运章先生始终密切关注“国际文化旅游名城”的战略策划方案和项目进展，准备迎接即将来临的“古都洛阳”“文化产业的春天”。8日，蔡先生接受了本报记者的独家专访。



蔡运章

■专家简介

蔡运章，考古学家、钱币学家和古文字学家，1996年被评为洛阳市有突出贡献的优秀专家，1999年被评为河南省文化系统先进工作者，多次荣获中国钱币学最高奖“金泉奖”。现为市文物管理局研究员、洛阳文化产业研究院院长、洛阳易经学会会长、洛阳文物收藏学会会长、洛阳河洛文化研究会会长、河南省文物鉴定委员会委员、河南省东方文化研究会副会长、河南省文字学会副会长、中国艺术投资协会名誉副会长等。著有《甲骨文与古史研究》、《中国钱币大辞典·先秦篇》、《甲骨文与古史新探》等。

1 “文化为魂”，引导“国际文化旅游名城”建设步伐

记者：作为洛阳文化产业的领军人物，您怎么看待“国际文化旅游名城”？

蔡运章：市委、市政府作出建设“国际文化旅游名城”的战略决策，上应中共中央十七届六中全会建设“文化强国”这个“天时”，中有国务院批准河南建设“中原经济区”的“地利”，下和洛阳期待古都旅游腾飞、城市崛起的“民心”，与时俱进，顺天应人。我衷心拥护这个决策，期待洛阳文化界、文化产业界的志士贤达，积极投身名城建设，争当“生力军”。

记者：建设“国际文化旅游名城”，哪个环节最重要？

蔡运章：市委书记毛万春同志指出：建设“国际文化旅游名城”，要突出“文化为魂、水系为韵、牡丹为媒、产城融合、带状发展、生态宜居”的“24字方针”。其中，“文化为魂”，最为重要。这个“文化”，就是河洛文化。

换言之，河洛文化就是“国际文化旅游名城”的“城市之魂”！

作为河洛文化的核心区域和直接传承者，洛阳有其先天优势，也有其不利因素。作为地市级城市的洛阳，西有西安，东有郑州，夹在两大省会城市的强势文化之间，洛阳文化有被边缘化的趋势。多年来，我们虽经多方努力，但有较大影响的作为不多。建设“国际文化旅游名城”，提出“文化为魂”，有望为洛阳的城市建设和发展，提供灵魂支撑，这就为河洛文化的传承和发展，迎来战略性的转机。

国务院提出以“洛阳为龙头的华夏文明传承核心区”，是“中原经济区”六大战略定位之一。洛阳文化界有识之士，从现在开始，就应该深入研究河洛文化在建设“华夏文明传承核心区”过程中的重要意义。我们只有奋发图强，才能真正承担起“龙头”和“核心”的历史使命。

2 出路：变“景区旅游”为“城市旅游”

记者：洛阳名城建设当前存在的瓶颈的确不少，我们需要冷静面对、有效突破。您认为，我们应该从哪里突破好呢？

蔡运章：洛阳要变“景区旅游”为“城市旅游”。建设“国际文化旅游名城”，洛阳向全球游客推介的绝不仅仅是龙门石窟、白马寺等旅游景点，而是整个富有文化内涵的城市。

记者：一语中的！不过冷静地说，洛阳要实现从“景区旅游”向“城市旅游”的跨越性发展，很多方面需要切实努力……

蔡运章：是的。客观地讲，游客来到洛阳，在景区之外，众多历史遗迹也只是散落在城市之内，游客对洛阳的厚重文化积淀没有感觉，这是事实。

王志纲工作室的策划方案，提出在市区建设“帝都大观”、“国色天城”，并对白马寺、龙门石窟进行升级改造，这些想法都很好，也有操作性。但是，光这样做还不够，我们需要在景区之外的城市区域有所作为，“画龙点睛”。

3 洛阳城的“文化符号”，亟待明确固定下来

记者：您认为，我们该怎样“画龙点睛”？

蔡运章：建设“国际文化旅游名城”，洛阳需要彰显具备唯一性、权威性、排他性的“文化符号”，让国内外游客提起洛阳，脑海中便闪现出一个具象化的“画面”。洛阳通过各种媒介向外推介旅游形象时，都只用这一个“文化符号”，并能固定下来。

记者：对于洛阳城的“文化符号”，连洛阳人也争个不停，有人主张河图洛书，有人力推卢舍那大佛，也有人喜欢洛神，至今没有定论。

蔡运章：河图洛书、卢舍那、洛神，三个“文化符号”都不错。希望洛阳人进行深入讨论，尽快确定并固定下来，让其成为城市旅

游推介的“主打图片”。

我认为，洛阳“文化符号”，洛神最好。理由有三：一、凸显洛阳作为“中华文明原点”的历史定位。中华民族的人文始祖，首推伏羲、女娲，洛神是伏羲、女娲的女儿，也是华夏文明最早发源在洛水流域的文化象征。二、洛神是“东方维纳斯”，是“东方美神”的象征。“才高八斗”的曹植所著千古名篇《洛神赋》，早就确定了洛神“中国第一美女”的文学定位，使其成为华夏民族真、善、美的完美化身。三、洛神作为洛阳城的“保护神”，有利于“城市旅游”的推介和营销。儒家学说推崇“仁者爱人”，而洛神作为柔美、婉约、仁爱、和谐的“文化符号”，能展示“城市旅游”的外在形象。

4 城市雕塑，可“画龙点睛”

记者：洛浦公园已经竖立一尊洛神雕塑，是比利时籍洛阳人闫淑芬女士创作的。如果经过市民大讨论，洛神被大家一致认为洛阳“文化符号”，洛神雕塑可否成为城市文化地标？

蔡运章：我觉得这个洛神雕塑，还不能作为“文化符号”。一是不够美丽，其形象不足以满足中国人对洛神的美学想象；二是雕塑太小，无法起到“鹤立鸡群”的引领效应。我认为，如果洛神成为洛阳人公认的城市“文化符号”，就应该全国求贤，精益求精，让洛神的形象清丽脱俗、艳压群芳，符合绝大多数中国人对洛神形象的期待。洛神形象一旦确定，就应该在洛浦公园，竖立起一尊至少有50米高的雕塑，让市民和游客仰视其“东方美神”的无双国色；让外地人到洛阳，无论是坐飞机还是乘火车，第一眼就能看到洛神，牢牢记住“东方美神”。

记者：城市雕塑对“城市旅游”来说，作用不小。您认为，除了洛神这个“文化符号”，洛阳还应该竖立什么雕塑？

蔡运章：洛阳考古工作者在隋唐定鼎门城门口，发现了唐代的骆驼脚印、人足印等大量真实遗迹，能否在定鼎门外竖立一个雕塑群，展现胡人牵着骆驼，骆驼背上驮着丝绸的场景，体现古代洛阳作为“丝路起点”和“国际大都市”的历史地位？在白居易的故居履道里，能否竖立白居易的雕塑？李楼太平庄是苏秦出生地，能否竖立他的雕塑……一尊尊具有历史文化意义的雕塑，配以精美的文字说明，能够吸引游客驻足观看，并直观展示洛阳作为“中华文明原点”的历史定位。

雕塑之外，城市文化还需要多方努力。比如，洛阳文化界还应该出版一套雅俗共赏、权威准确的河洛文化丛书；出版《图说河洛文化》，以图片为主，以洛阳考古发现的精美文物图片，形象化地展示博大精深的河洛文化；文艺界能否利用各方资源，唱响一首以洛阳牡丹为题材的歌曲；洛阳的文艺团体，能否精心打造一两台展示城市文化底蕴、常年固定演出的精品大戏？

5 洛阳文化产业，需要奋起直追

记者：建设“国际文化旅游名城”，文化产业的快速发展至关重要。但洛阳文化产业的现状，似乎不尽如人意？

蔡运章：两组数据最能说明洛阳文化产业的现状：2004年以来全国有204个国家级“文化产业示范基地”。其中，河南省有7个，郑州、开封、焦作、南阳均榜上有名，就连项城也有“汝阳笔业”成为“示范基地”。2011年末，文化部公布“全国十大最具影响力的文化产业示范基地”，整个河南也没有占据“一席之地”。我们洛阳坐享十三朝古都的文化资源，却没有成为文化强市，令人遗憾！

洛阳文化产业底蕴深厚，但我们的文化企业规模偏小、品牌不大、影响有限、缺乏整合，没有形成规模化和集群效应。文化产业需要多方努力、奋起直追，争当名城建设的“生力军”。

记者：洛阳文化产业研究院，准备从哪些方面对洛阳文化产业进行整合，并促成产业集群？

蔡运章：文化产业研究院打算在

今年河洛文化节期间，在市委、市政府的支持下，举办洛阳文化产业高峰论坛暨洛阳文化产业精品展，展示现有成果，以摸清家底、确立品牌、促进发展。同时，对一些发展卓有成效、市场前景看好的文化企业进行表彰、奖励，树立榜样，并确立“洛阳文化产业示范基地”。

研究院已经向市有关部门、城区提出申请并获得批准，效仿西安的“大唐西市”，在高新技术开发区创建“文化产品市场”和“国际古玩城”，形成产业集群和规模效应。这个建设项目，已纳入“国际文化旅游名城”建设项目名单。研究院还希望创建综合性的“洛阳文化创意产业园”，整合牡丹瓷、洛阳三彩、青铜器、工艺美术和动漫产业等资源，形成创意产业集群，为申报国家“文化产业示范基地”创造条件。

建设“国际文化旅游名城”，洛阳文化产业的春天来了。洛阳有识之士，须为之奋斗！