

# 看发达国家如何进行历史与现代的对话

## ——英国诺丁汉商学院博士宋向清谈欧美国家文化项目开发与运营对洛阳的启示



核心提示

□记者 张亚武 武逸民

一个个生动的案例,一条条发人深思的启示……昨日上午,英国诺丁汉商学院哲学博士、河南省商业经济学会常务副会长兼秘书长宋向清应洛阳日报报业集团邀请,以“欧美国家历史文化项目开发对洛阳的启示”为题,为报业集团员工做了一场精彩的讲座。



资料图片

### ■人物档案

宋向清,著名青年经济学家,英国诺丁汉商学院哲学博士。1967年5月生于河南省沈丘县,曾供职于上海华通物产集团公司、双汇集团等著名公司,现任中国商网总裁、中国商业经济学会理事、《经理日报》商业经济专刊总编辑、河南省商业经济学会常务副会长兼秘书长,同时在多个市、县和企业兼任顾问,2003年被原劳动部、中国社科院、中国企业文化促进会等联合评为首届“中国十大杰出经理人”之一。

## 法国

### 大马路“屈尊”小创意 小瓷器做成大生意

在讲座中,宋向清结合巴黎的凯旋门、香榭丽舍大街和瓷都利摩日,介绍了法国文化资源开发对洛阳的启示。

**【案例一】**凯旋门坐落在巴黎市中心戴高乐将军广场的中央,是法国为纪念拿破仑1805年12月在奥斯特里茨战役中打败俄、奥联军而建的。它由建筑师夏尔格兰设计,1806年8月奠基,1836年7月落成。每年的7月14日,法国都在凯旋门举行盛大的国庆阅兵式。

●启示:城市要有精神支柱,每个城市都要有一个建筑物彰显城市的荣耀和自尊,最好每年都搞一次重大活动;精神支柱要有延续性;精神的寄托不要金钱丈量。

**【案例二】**香榭丽舍大街全长约1800米,街道最宽处约120米,是横贯巴黎且最具特色、最繁华的街道之一。香榭丽舍大街商业与景点交织、休闲与购物并存,是法国人的天堂、外国人的向往。2010年5月22日至25日,香榭丽舍大街举办了“自然首都”大型创意活动,8000小块绿色创意作品占据了香榭丽舍大街的马路,这项活动3天内参观人数达200万人次。

●启示:城市的中轴线就是文化线、政治线和历史发展线,一条大街可以诠释一个城市甚至一个国家的某一段历史;神圣的超繁华大街亦可为一项有积极意义的小创意而“屈尊”,因为它不仅可以为这座城市带来浪漫、理想、参与、凝聚力和自豪感,而且也可作为这座城市带来尊严和憧憬。

**【案例三】**古城利摩日位于法国中部,以生产陶瓷而闻名。如今,在利摩日,游客既可以购买瓷钟、瓷观音、白瓷烛杯和玛丽皇后设计的乳房瓷碗等创新产品,又可以参观卡索窑、哈维尔工场等魅力尽显的陶瓷工场,还能免费学习陶瓷制作技艺。当然,学习时的吃、住等是要交费的。

●启示:非物质文化项目存在着巨大商机;产品推陈出新是传统工业焕发青春的源动力;体验式参观反映一座城市的胸怀,极具诱惑力;高端艺术与高端体育相结合,彰显大文化魅力;名牌一定要有表现力、扩张力,把利摩日陶瓷送到皇帝和总统家里是名牌变“贵”牌的关键;让每一个来此的游客都带回去一件利摩日瓷器。

## 英国

### 传统方显包容 高贵更能赚钱

“英国大伦敦构建与大旅行构思对眼下洛阳发展文化旅游的启示借鉴意义更加巨大。”谈起英国文化资源开发,宋向清滔滔不绝。

**【案例一】**14世纪至16世纪,英国一直延续着哥特式建筑的遗风。但随着英国全球霸主地位的确立,英国人决心摆脱非英建筑风格。于是,英国设计出“不列颠民族建筑”:不强调高耸,立面造型横竖对比,线条清晰,形态非对称,室内彩色玻璃窗采光充裕,独创了如华盖般的伞拱顶等。这些建筑摆脱了哥特式建筑形式,体现出完全英格兰化的建筑特点,成为一种颇具民族性的珍贵文化遗产。英国人深知:只有民族的才是世界的!

●启示:城市给游客的第一印象就是首先展现在眼前的各类建筑。即使没有连片开发的固有古建筑集群,也要设计出足以给游客流连忘返的民族建筑认知,让游客到了伦敦不至于怀疑自己是不是还在巴黎。

**【案例二】**几个世纪以来,考文特花园一直是伦敦主要的蔬果花卉市场。1974年,原来的市场搬走了。20世纪80年代以来,考文特花园地区发生了巨大变化,摇身变成了一座独具特色的购物街区。在环绕集市广场的旧仓库原址上,一座座餐馆、咖啡厅、商店和陈列室悄然出现,街头艺人们也可在此大展才艺。

●启示:信息时代里,骑马上街也是一种文化。现代不拒绝传统,高贵不拒绝底层。越是放任,越聚人气;越是兼容,越会繁荣。

**【案例三】**海德公园是伦敦最著名的公园,占地160万平方米。18世纪前,这里是英王的狩猎场。起初,英王室不允许皇室外的人进入,后来,伊丽莎白一世允许军官、教师、内阁成员及其家属进入开放区域。由于这里对外十分神秘,外国来使都会提出到这里参观。久而久之,公园对外开放。

●启示:如果说考文特花园讲究的是市井和包容,那么海德公园追求的就是高贵与优雅。如今,这里仍是富人炫耀的专属场所,达官贵人或商业巨头请客一般首选这里。因此,这里也成为伦敦最赚钱的公园。

## 美国

### 形成集聚造品牌 找准定位出效益

说起美国的好莱坞、迪士尼、总统山的开发与经营,宋向清如数家珍。

**【案例一】**好莱坞本是一个寂静的村庄,因其优越的电影内景拍摄条件,1908年后美国各地的制片商陆续向此处迁移,这里逐渐成为美国电影制片业的中心。目前,以好莱坞为代表的美国电影年出口额近700亿美元,仅次于航空业,居美国各行业的第二位。

●启示:文化只有高度商品化才能高度集聚化、高度品牌化,才能成就文化霸业;文化是资本和人才聚集的产业,发展文化必须首先解决资本和人才问题——解决资本问题的好莱坞经验,就是风险投资和联弱并强;解决艺术人才问题的好莱坞经验,就是天马行空、无拘无束、任尔发挥。优势产业只有高度集聚才能迅速形成比较优势,占领产业高度。

**【案例二】**迪士尼主要业务包括娱乐节目制作、主题公园、玩具、图书、电子游戏和传媒网络。2008年,迪士尼在《商业周刊》的世界100强品牌(按照品牌价值)排名中列第九位。

●启示:准确定位,坚定不移;系列开发,形成产业链条;持久创新,天天出新品;知识产权保护是生命;市场开发不盲目,条件成熟一个开发一个,不成熟宁可等;全球输出美国文化,绝不会“到什么山上唱什么歌”,但输出方式可以适应所在地区儿童视觉、听觉或参与性访问习惯。

**【案例三】**总统山坐落于南达科他州,是一个专门为吸引游客而建造的美利坚合众国总统纪念公园,被誉为全球第七大纯人工建造的文化奇迹。园内有总统之路、总统之屋、总统之寝、总统之厨、总统之印、总统之批文、总统之信笺、总统之会客厅等,游客在这里可尽享总统之尊。

●启示:人工建造的主题公园贵在选准主题、找准定位;核心景点要有与主题配套的观摩、体验、学习的针对性设施;尽可能使之升级为国家级景点。

## 洛阳

### 勇于承担 敢于突破 善于利用 精于运作

最后,宋向清还向洛阳发展文化旅游提出了5条中肯的建议:

### 1

——现在的洛阳可能已经很难重现历史的辉煌,但借助昔日辉煌可以增辉今日繁荣。所以,洛阳需要发展和改革的新思维。

### 2

——今日洛阳人要有历史感,要勇于承担这片土地赋予我们的历史责任。

### 3

——洛阳历史文化资源极其丰富,要敢于突破、善于利用、精于运作。科学的开发就是最好的保护,洛阳既要做历史公园构筑的都市乡村,又要做信息文明构筑的民族梨园。

### 4

——要跳出河南看洛阳。规划和建设新洛阳一定要放眼全球,要有全球视野,要有国际观念;要敢于放弃、善于放弃,要学会在放弃中收获,而且只有在放弃中收获,才是大收获。否则,洛阳就永远只是河南的洛阳,很难真正实现历史超越。

### 5

——洛阳的历史机遇来自现在国内大量高级人才的困惑,请他们来吧!

