

# 文化之旅“借东风” 诸葛故里“隆中对”

本报“探访诸葛亮足迹·诸葛亮文化之旅”，自3月29日从诸葛亮故里山东沂南县启程，依次探访河南南阳、湖北襄阳、陕西五丈原、陕西汉中、四川成都、重庆奉节、浙江兰溪、江苏金坛，行程6000公里，历时20天。“探访诸葛亮足迹·诸葛亮文化之旅”特别报道围绕“探古论今、古为今用、他为我用”的采访主线，共发稿17篇、成稿2万余字，引起社会各界的高度关注与强烈反响。

“它山之石，可以攻玉”。4月19日，沂南县委、县政府听取采访团专题汇报，就诸葛故里如何打诸葛亮品牌，做大做强文化产业，听取了意见和建议。



## 文化品牌应打“组合拳”



**李遵刚**(临沂市诸葛亮文化研究会副会长、原沂南政协副主席)

在开发文化遗产的过程中，许多市地的做法值得借鉴。以河南南阳为例，南阳市注重将南阳历史文化名人及轶事融入到自然与文化遗产旅游景点中，提升南阳旅游的文化档次和品位。

在文化整合方面，南阳武侯祠里汉代演出，五六个人，一场戏，几个汉代民俗节目，演员客串，值得我们借鉴学习。所演出的七盘舞、杂技内容，我们不仅有，并且既精又优，我们的北寨汉墓全国独一无二，经典连篇，丰收飨宴图被选为初高中历史课本，北京奥运会发行的首枚(马术)金币就取自《乐舞百戏图》，应该将这些宝贵文物转化为生产力。

我建议，结合以诸葛亮为核心的三国文化，融入汉文化、红色文化、民俗文化，深挖并融合特色文化，为经济发展服务，进一步结合温泉优势，打造温泉休闲之都。

为更好地整合资源，沂南县应成立山东诸葛亮文化旅游产业集团，提升诸葛亮文化旅游品位，壮大诸葛亮文化产业实力，整体包装与推介。

## 打造诸葛亮文化始源地



**魏玉庆**(中国农业银行股份有限公司沂南支行党委书记、行长)

3月29日启程之时，我就提出了“划出千亩地 复活孔明魂”的构想，阳都故城是诸葛亮的出生地，应做足游子文章，打造诸葛亮文化始源地。

采访团所到之处，各地武侯祠都介绍诸葛故里在山东沂南，并对诸葛故里给予极大关注。而在采访过程中，让我感受比较深刻的是，浙江兰溪以其后裔文化的神秘色彩，吸引海内外游客纷至沓来，而对于诸葛亮老家是什么样子？大家同样都有期盼。

我建议，诸葛故里在恢复“古阳都”的基础上，进一步规划，整合，扩建诸葛亮故里纪念馆，“复活”孔明魂。

目前，诸葛亮故里纪念馆的规模有些小，可将1800年前诸葛亮故居进行真实还原和整体规划，建立国内乃至海外有关的武侯祠或诸葛庙微缩景观，看一遍诸葛故里，就等于走遍所有的诸葛亮纪念地，将诸葛亮故里纪念馆打造成各地前来朝拜诸葛亮的圣地。同时，以诸葛故里纪念馆为载体，我们可以不断造势，做一些品牌策划活动，譬如舌战群儒大赛、开孔明锁智力大赛等互动性活动策划，进一步宣传与推介山东沂南。

## 故里应做少年诸葛亮文章



**朱茂强**(沂南县诸葛亮文化传媒有限公司总经理)

诸葛故里在沂南，社会各界对此并无非议，诸葛故里的“惟一性”是我们独有的品牌与优势。

诸葛亮南迁之路，所到之处，无不熠熠生辉，这是南阳、襄阳、成都等地的优势所在。

我认为，少年诸葛如同诸葛故里一样，同样具有惟一性，史料虽鲜有记载，但民间传说犹在，这是历史留给我们的文化积淀，应以此作为依托，做足少年诸葛亮文章。

我们应注重对少年诸葛亮的开发，14岁之前的诸葛亮长成什么样子？青少年时期的诸葛亮在“明志”的同时，如何“志当存高远”？这些问题都值得好好研究与总结。

我建议，我们诸葛亮故里，认识诸葛亮，应从孩童抓起，建议设立诸葛亮文化研究机构，在县委宣传部的指导下，常规研究诸葛亮学术文化、诸葛亮文化产业，采取政府扶持、企业赞助的市场运作模式，编辑制作有关阳都故里、少年诸葛亮的书籍、动漫等文化衍生品，编辑出版《少年诸葛亮在阳都》读本，普及少年诸葛亮在沂南、临沂的传播；深思路规划设计少年诸葛亮动漫基地，将其打造成全国中小学生夏令营基地。

## 要“出书”先“读书”



**孙贵坤** (鲁南商报记者)

“读书”与“出书”的关系，狭义上讲，读书丰富文化内涵，出书则是文化内涵衍生的文化产业，二者关系不必多论。

在文化内涵不是很富裕的窘境下，一味追逐外延，追求文化产业，这是本末倒置。建筑也好，景区也罢，没有了文化的支撑，犹如无水之源、无本之木。

四川成都武侯祠每年可实现门票收入5000万元，隆中风景区的年门票收入达1800万、南阳卧龙岗博物馆的收入达700万元、浙江兰溪的门票收入达1400万元。

门票收入代表着文化内涵的含金量，他们将深厚的历史文化注入其中，博物馆或景区方能彰显旺盛的生命力与独特的市场卖点。

成都武侯祠的年门票收入达到上千万元之时，在自身文化内涵做强做大的态势下，才开始考虑锦里与成都大庙会的第三产业，为这两大文化产业品牌的成长提供生长的土壤与足够的给养，第三产业发展壮大，反哺文化根基，相得益彰，相辅相成，形成持续的、有活力、有章法的有序循环。

我建议，深挖文化内涵，做深做透，强筋健骨，把文化根基夯实。否则，体制、招商、营销等环节都无从谈起。

文/图 本报记者 孙贵坤



## 商铺门前 设卡占压停车位

城管三项措施  
解决停取难

本报4月20日讯 (记者 孟凯)4月20日，市民宋先生反映，在市区金雀山路东段一商家店铺，商家用铁卡子将停车位占据，致使没法停车。临沂城市管理局直属大队称，占压停车位是违规行为，将加强占压停车位监管，还位于车。

4月20日下午，记者来到宋先生反映的现场看到，附近几个停车位已被车辆占满，店前4个停车位被铁卡占据，车辆无法停靠在划定的车位内。附近一位司机张先生告诉记者，在这周边找个停车位比较困难，划定停车位原本就少，一些已被划定的停车区被非机动车占据，高峰期车辆只能停靠在路边。

20日下午15时许，记者在市区金雀山路、通达路、沂州路、沂蒙路段等路段，看到许多划定的车位已被占满，一些停车位被自行车、标识牌等占据。

临沂城市管理局直属一大队副大队长潘厚莉告诉记者，商家私设铁牌占据停车位属于违规行为，前期曾对此进行了规范治理。

潘厚莉说，为解决停车难的问题，采取了三项措施：一是说服劝告沿街商家自觉清退乱设“禁止停车”的设施和标识牌，对拒不整改的标示牌予以没收，并对该商家进行立案查处；二是合理增划停车位，在市区金雀山路、沂蒙路等主要路段增设停车位2.6万余个。三是加大查处力度，对有些沿街店铺擅自施划停车位的立即清除。

## 临沂出台文明公约 窗口单位同时开展 “五比五看”活动

本报4月20日讯 (记者 李欣洁)20日，全市窗口单位创城迎查会议召开，会上一份在临沂市窗口单位播撒文明的“公约”新鲜出台。同时，从即日起，临沂将在全市窗口服务行业组织开展“五比五看”为主要内容的文明服务竞赛活动。

公约要求，五区范围内22个窗口行业的近千家窗口单位、营业网点的从业环境和从业人员要做到：环境整洁，秩序井然；仪表大方，挂牌上岗；言语和蔼，举止文明；微笑服务，礼貌待人；热情周到，诚信守约；首问负责，马上就办；爱岗敬业，办事公道；服务群众，奉献社会。

“五比五看”活动从现在开始将一直持续到10月份。具体内容为：一是比服务环境，看是否能做到环境整洁，设施完善，氛围温馨，标识明显，秩序井然；二是比服务态度，看是否做到微笑服务，举止文明，用语规范，礼貌待人，热情周到；三是比服务效率，看是否能做到快速高效，雷厉风行，心系客户，方便客户，按时办结；四是比服务质量，看是否能做到业务精通，服务熟练，承诺服务，制度健全，程序公开；五是比服务成效，看是否做到让客户满意，让市民放心，投诉处理机制完善，有投诉记录，问题得到解决。

活动期间，将举办全市窗口服务行业文明礼仪集中展示活动，组织评选十佳文明服务窗口、十佳文明服务标兵、十佳文明行业，并进行表彰。

# 广交会一期临沂淘金1.5亿美元 新产品领跑,成交价格涨

本报4月20日讯 (记者 邵琳)第109届广交会一期于19日结束。临沂市代表团共累计实现成交额1.5亿美元,较上届增长10%,其中自主品牌成交量提升明显,此外受原料上涨与央行加息等多种因素影响,今年成交价格普遍上涨5%-10%。

本届广交会临沂市共有99家

企业参展,展位109个,分布在建材、五金、工具、家用电器、大型机械设备、汽车配件、自行车等14个展区。为备战广交会,90%以上的参展企业都推出了新产品,成交效果明显好于传统产品。

在本次广交会上,临沂企业自主品牌成交效果明显提升,山东华盛中天机械有限公司推出了10大

系列100多种新产品,全部以自主品牌“KASEI”成交,意向金额达1210万美元。新港集团在本届广交会上推出了“模板体系”,意向金额达1100万美元。参展企业表示,加强品牌建设,积极注册境外商标,打造国际品牌,将是企业今后发展的重点方向。

受原材料价格上涨以及央行加

息、提高准备金率等措施影响,企业生产成本普遍增加,本次参展企业普遍提高报价,成交价格较上届增长5%-10%。多数企业反映,提价幅度仍低于成本涨幅,经营压力加大。与上届相比,52%的企业平均出口利润下降,34%的持平,仅有14%的增长。