

文“化”河南书系



策划规划十八案

(下)

戴松成 著

“文”是精神，是思想，是艺术；“化”是渗透，是改造，是变化。“文化”的着力点在“化”字上，要以“文”化人，以“文”化物，以“文”化事。发展文化产业就是把厚重的河南文化资源“化”成策划文本，“化”成规划方案，“化”成项目，“化”成产品，“化”成品牌，“化”出社会效益和经济效益。

河南大学出版社

文“化”河南书系

文化 河南

策划规划十八案

(下)

戴松成 著

“文”是精神，是思想，是艺术；“化”是渗透，是改造，是变化。“文化”的着力点在“化”字上，要以“文”化人，以“文”化物，以“文”化事。发展文化产业就是把厚重的河南文化资源“化”成策划文本，“化”成规划方案，“化”成项目，“化”成产品，“化”成品牌，“化”出社会效益和经济效益。

河南大学出版社

目 录

12 “双六工程”担纲 文兴古都安阳

——安阳市文化建设发展规划暨文化产业发展整体策划方案

(2009年7月)

专家点评

文化产业的核心是产业 王国华 1

开篇提示 4

第一章 安阳文化建设和文化产业发展状况剖析 5

一、从文化资源角度看 5

二、从区位角度看 5

三、从发展成就角度看 5

四、从制约因素角度看 7

第二章 安阳市文化建设发展规划方案 7

一、城市文化核心竞争力的确定 7

二、城市文化发展指导思想的确 8

三、城市文化发展目标的确定 8

四、城市文化发展空间布局的确定 10

五、城市文化体制改革重点和文化建设政策引导 13

六、城市公共文化服务体系的完善 16

第三章 安阳市文化产业发展整体策划方案 19

一、殷商文化旅游商品基地 19

二、文博会展产业基地 23

三、国际周易科技文化产业基地	27
四、世界水利生态文化旅游产业基地	29
五、现代演艺文化产业基地	31
六、现代音像和书画复制产业基地	34
第四章 六大文化产业发展基地市场推广方案	37
一、集中力量办好“两节一会”	37
二、其他配套策划	38
第五章 “双六工程”落地路径	39
一、“三项”思想保障措施，提高领导干部文化自觉	39
二、“三项”组织保障措施，加强组织领导	39
三、“二项”资金保障措施，解决资金短缺难题	40
四、“二条”法律保障措施，应该提上议事日程	40
五、“二项”政策保障措施，强力推动文化产业发展	40
策划体会	
有个科学空间布局：顺天顺地顺时代了，才不会出 文化“垃圾工程”	戴松成 41

13 河洛健康谷项目建设可行性研究报告

(2009年11月)

专家点评

医疗旅游的新范本 李延庆 43

开篇提示 45

第一章 概念阐释 45

一、健康是什么 45

二、健康产业是什么 46

三、“健康谷”是什么	46
第二章 项目总论	47
一、项目名称与承办单位	47
二、研究的内容及范围	47
三、项目概况	47
四、承办单位概况	50
五、结论及建议	52
第三章 项目建设背景及必要性、可行性	52
一、项目建设背景	52
二、项目建设的必要性	55
三、项目建设的可行性	57
第四章 项目特色	58
一、健康特色	58
二、文化特色	59
三、旅游特色	59
四、产业特色	59
五、环保特色	59
六、可持续发展特色	60
第五章 市场分析	60
一、人文环境总体评价	60
二、市场分析	62
第六章 建设条件	64
一、区位交通条件	64
二、建设条件	64
第七章 项目规划	65
一、规划研究	65
二、功能分区	67

三、规划设计导则	75
策划体会	
有个民主氛围：专家各抒己见了，就能创出“火花”	戴松成 79

14 洛阳国花坛建设项目可行性研究报告

(2010年2月)

专家点评

“国花坛”：洛阳城市与历史的坐标	王 锋 81
------------------	--------

开篇提示	84
------	----

第一章 项目总论	84
----------	----

一、研究的内容及范围	84
------------	----

二、项目的提出	85
---------	----

三、项目概况	85
--------	----

四、承办单位概况	85
----------	----

五、结论	86
------	----

第二章 项目建设的必要性、可行性	87
------------------	----

一、项目建设的必要性	87
------------	----

二、项目建设的可行性	89
------------	----

第三章 市场分析	90
----------	----

一、国内外花卉旅游市场分析	90
---------------	----

二、洛阳国花牡丹旅游市场分析	90
----------------	----

三、河南文化产业市场分析	91
--------------	----

第四章 项目建设条件	91
------------	----

一、项目选址及用地方案	91
-------------	----

二、区位交通条件	92
----------	----

三、地质、地貌情况	92
四、气候条件	92
五、水文情况	92
第五章 项目建设总体规划方案	94
一、目标定位	94
二、规划设计原则	94
三、空间布局及功能分区	94
第六章 规划设计导则	101
一、建筑设计导则	101
二、服务设施规划设计导则	101
三、交通、道路设计导则	103
四、水、电、暖设施设计导则	103
五、水体设计导则	104
六、绿化植物配置导则	104
七、数字化管理系统设计导则	104
八、安全、环境保护设计导则	105
第七章 环境保护	105
一、建设地点环境现状	105
二、工期对环境的影响及治理措施	105
三、运营期对环境的影响及治理措施	107
四、环境评价	108
附 国花坛、花仙阁建筑设计方案说明	108
一、设计原则	108
二、建筑方案	113
策划体会	
有个文化地标：大旗树起来了，就不愁“招兵买马”	戴松成 115

15

农民牡丹画 画红千万家

——孟津县平乐村旅游富民工程策划方案

(2010年3月)

专家点评

项目实用富民才是好

郭继山 117

开篇提示

119

第一章 资源分析

120

一、旅游资源优势

120

二、特色资源开发价值

123

三、存在问题

124

四、发展机遇

124

第二章 战略定位

125

一、指导思想

125

二、发展定位

126

三、形象定位

126

四、市场定位

126

五、发展目标

127

六、发展战略

127

第三章 空间发展与产品设计

128

一、空间布局

128

二、产品设计

129

三、重点项目

130

第四章 旅游服务设施、基础设施与新农村配套设施

135

一、旅游服务设施

135

二、旅游基础设施	136
三、新农村配套设施	139
第五章 景观体系营造	140
一、文化地标景观	140
二、牡丹彩绘景观	140
三、村庄绿化景观	143
四、太阳能路灯照明景观	143
第六章 投资估算与建设时序	143
一、投资估算与建设时序	143
二、投资效益评析	144
第七章 保障体系	146
一、组织保障	146
二、政策扶持、资金保障	146
三、人才培养保障	146
第八章 市场推广	147
一、市场推广口号	147
二、公共活动营销	147
三、构建网上销售、传统销售相结合的全方位市场营销网络	148
附 平乐村基础资料	149
一、平乐村基本情况	149
二、平乐农民牡丹画概况	150
三、平乐观概况	152
策划体会	
有个全局意识：责任感有了，一切事情都好办	戴松成 154

16 唐僧寺村如何吃饱吃好“唐僧肉”

——偃师市唐僧寺村旅游富民工程策划方案

(2010年4月)

专家点评

唐僧寺村致富经 李宗军 156

开篇提示 159

第一章 旅游现状分析 159

一、资源优势是唯一的、垄断性的 159

二、问题和困难也不少 163

第二章 战略定位 164

一、发展定位 164

二、发展目标 165

三、指标体系 165

四、市场定位 165

第三章 空间发展和产品设计 165

一、在什么地方吃，吃什么 165

二、在什么地方住，住什么 167

三、在什么地方玩，玩什么 167

四、在什么地方看，看什么 167

五、在什么地方买，买什么 168

第四章 旅游基础设施和服务设施 168

一、旅游服务设施 168

二、旅游基础设施 170

第五章 景观体系营造	171
一、以戏说西游记为核心的现代文化表演链	171
二、以葡萄为核心的现代农业特色游	171
三、以玄奘文化为核心的历史文化景观群	171
四、以隋唐一条街为核心的餐饮购物景观	171
五、以新农村建设为核心的民心工程	176
第六章 投资估算与建设时序安排	176
一、一期工程	176
二、二期工程	176
三、资金来源及筹措	176
第七章 保障措施	177
一、解放思想大招商	177
二、政府加大支持力度	178
三、敢策划善推介	179
四、制定得力措施搞培训	179
附 唐僧寺村基础资料	180
一、基本情况	180
二、文化旅游资源	180
三、葡萄种植业	181
四、唐僧寺村新农村建设	181
策划体会	
有个创造未来文化遗产的价值观：心中有“佛”了， 就能虔诚去做事	戴松成 184

17 借得白云换乘站 营建铜河神仙村

——嵩县铜河村旅游富民工程策划方案

(2010年4月)

专家点评

让方案栽在土里 张进莹 186

开篇提示 189

第一章 铜河村现在什么样——资源分析 189

一、值得骄傲的优势 189

二、不容忽视的问题和困难 191

第二章 应该变成什么样——战略定位 192

一、发展定位 192

二、形象定位 192

三、市场定位 192

四、发展目标 192

第三章 怎么变——发展途径 195

一、变理念、变思路 195

二、变布局 195

三、变产品体系 196

四、变农家宾馆 201

五、变旅游服务设施和基础设施 202

六、变景观体系 205

第四章 投资估算与建设时序安排 208

一、投资估算与建设时序 208

二、效益评估 209

第五章 保障措施	210
一、组织保障	210
二、资金保障	210
三、白云山景区支持	211
四、人才保障	211
五、市场推广	211
附 铜河村基础资料	212
一、铜河村基本概况	212
二、文化资源情况	213
三、铜河村是白云山景区的中转站和重要接待地	213
四、依托的白云山景区资源丰富、知名度高	213
五、基础设施建设情况	213
六、产业结构	214
策划体会	
有个扎实的立足点：“1”找到了，N个“0”才有意义	戴松成 215

18 要看古今青铜器 请来神秘小乡村

——伊川县烟涧村旅游富民工程策划方案

(2010年5月)

专家点评

为业主负责的态度可敬 孙小峰 217

开篇提示 219

第一章 一个专业从事仿古青铜器的小乡村——资源与现状 219

第二章 一个只有少部分人富裕的小乡村——存在问题 220

 一、只有一少部分人富裕，集体经济不能说富裕 221

二、青铜器购买者，多是“文物贩子”，不是游客	222
三、青铜器制作，多是仿古复制，缺乏创意	222
四、旅游服务设施不完善	222
第三章 烟涧村的明天和未来——发展定位	222
一、发展目标	222
二、形象定位	222
三、主流消费人群定位	224
四、旅游富民指标确定	225
第四章 构建神秘新烟涧——空间发展与产品设计	226
一、一街——烟涧大街	226
二、一园——青铜文化产业园	226
三、两河——康河、明河	226
四、一地标——莲鹤方壶巨雕	226
五、一古道——秦楚古道	228
六、一中心——青铜产品设计研发中心	228
第五章 让烟涧亮起来——旅游服务设施和景观体系建设	228
一、莲花山道路建设	228
二、街区服务设施建设	228
三、建10家农家旅馆	228
四、打造一处泉	231
五、青铜老人雕塑	231
第六章 新农村配套建设	232
一、污水处理、垃圾处理	232
二、太阳能	232
三、冬季取暖	234
四、学校	234
五、文化室	234

六、医疗室	234
第七章 烟涧三部曲——投资估算与建设时序	235
一、建设目标	235
二、投资估算	235
三、建设时序	235
第八章 策划落地——保障体系	236
一、组织体系	236
二、培训体系	236
三、管理体系	236
四、融资渠道	237
五、营销推广	237
附 烟涧村相关基础资料	237
一、方兴庆传奇	237
二、烟涧青铜器产业资料	239
三、全国青铜器仿制市场情况	241
策划体会	
有双探索的眼睛：传统文化被发现并运作了，才能变财富 戴松成	242
后 记	
也是“摸着石头过河”	戴松成 244



12

“双六工程”担纲 文兴古都安阳

——安阳市文化建设发展规划暨文化产业发展整体策划方案
(2009年7月)

专家点评

文化产业的核心是产业

王国华

拜读《“双六工程”担纲 文兴古都安阳——安阳市文化建设发展规划暨文化产业发展整体策划方案》之后很有感触。

方案内容丰富，涉猎范围广阔，对安阳的历史文化资源进行了提纲挈领的分析与归纳，对于长期以来制约安阳文化产业发展的主要瓶颈与障碍要素进行了探析与评述，尤其是对于安阳今后重点发展的文化产业项目进行了系统的分析和策划；文笔流畅，生动风趣，层次分明，通俗易懂，没有过去那些规划方案的八股气。

安阳在世界上最负盛名的有三件大事（也可以称之为“三大资源”）：第一是商朝的殷墟遗址的发现，第二是出土了令世界惊叹的诸多甲骨文片，

第三是神秘的《周易》诞生地。殷墟已经成为世界文化遗产，成为对于一种即将消失的文明作最好的阐释与见证的人类文化遗址地；甲骨文已经成为解密人类原始文化的重要钥匙，国家因此在安阳建设了世界第一个规模巨大的文字博物馆；《周易》不仅成为一种传统文化的重要象征符号，而且形成了规模宏大的研究队伍，甚至成为一种揭秘原始文化的重要工具……

但是，从文化产业角度来看，安阳这三大资源目前还没有显示出它们作为文化资源的巨大产业效应来，还有许许多多值得深入探究的问题。

殷墟作为历史文化旅游资源，其学术价值似乎远远超过了产业价值。

尽管以甲骨文为基础建设了一座豪华的文字博物馆，但似乎还是把甲骨文作为一种文物、文献研究对象来对待，甲骨文还没有显现出文化产业方面的明显优势。

《周易》作为一部中华文化的经典，向来是阳春白雪，是文人学士津津乐道的“显学”，而对于国民大众来说，他们普遍认为《周易》是很神秘、很深奥、很艰涩的古董。最主要的原因之一，是没有多种多样的通俗的解读与传播方式来普及周易文化。

过去我们许多学者普遍习惯于阳春白雪式的考据方法，认为文章越艰涩越有学问、越引经据典越有功力……其结果是：诸如《周易》之类研究领域都普遍存在明显的脱离实际、视野狭窄、没有主见、缺乏学术应用基础等缺憾，更谈不上从“古为今用”的理念出发、借助历史文化资源发展文化产业、提升区域整体形象的意向。

尽管安阳是文化资源十分丰富的地区，但是安阳目前的文化产业并不发达。很多领导总是认为：“我们是文化大市，也一定是文化产业强市……”其实不然！他们还没有看到个中的问题所在。文化向来就可以分为两类，一类是有底蕴的文化（如四书五经等），另一类是被需求的文化（像少林文化中的禅、武、医、食、茶）。有底蕴的文化如果不被需求，比如精深的历史文化经典，就成不了产业。

文化产业的核心是产业，没有产业就没有持续发展的基础。文化产业中