

挖掘与展现：广州市 各区品牌文化研究 2 0 1 1 卷

梁凤莲 著



广东人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

挖掘与展现：广州市各区品牌文化研究 2011 卷 / 梁凤莲著. —广州：
广东人民出版社，2012 3

ISBN 978-7-218-07565-5

I. ①挖… II. ①梁… III. ①地方文化—文化事业—研究—广州市
IV. ①G127. 651

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 022149 号

挖掘与展现：广州市各区品牌文化研究 2011 卷

梁凤莲 著

 版权所有 翻印必究

出 版 人：金炳亮

责任编辑：陈 娟

装帧设计： 书窗设计工作室

赵焜森 / 钟 清

责任技编：黎碧霞

出版发行：广东人民出版社

地 址：广州市大沙头四马路 10 号（邮政编码：510102）

电 话：(020) 83798714（总编室）

传 真：(020) 83780199

网 址：<http://www.gdpph.com>

印 刷：广州市穗彩彩印厂

书 号：ISBN 978-7-218-07565-5

开 本：787mm×1092mm 1/16

印 张：17.75 插 页：1 字 数：300 千

版 次：2012 年 3 月第 1 版 2012 年 3 月第 1 次印刷

印 数：1—1000 册

定 价：29.80 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与出版社（020—83795749）联系调换。

售书热线：(020) 83790604 83791487 邮购：(020) 89667808

序一

促进社会形成深刻的文化自知和强烈的文化共识

我是由书及人继而认识梁凤莲博士的。

多年前曾读过梁博士的散文和小说，字里行间，淳朴的文风、浓烈的乡情，如醇醪入怀，沁人肺腑；似清风扑面，亲切动人，就如若荷一样，“清水出芙蓉，天然去雕饰”。后来，又读了梁博士一些关于岭南文化的专论，纵横捭阖、大气磅礴，还带有几分激忿之情，颇有慷慨高歌、“大江东去”的气魄和震撼。

再后来，跟梁凤莲博士有了较深的交往，深为她的才华睿智和对学问的严谨执着所折服。前年2月，在梁凤莲博士不屈不挠的努力下，“广州市各区品牌文化研究”启动论坛在荔湾区陈家祠举行。从此，梁凤莲博士一发不可收，分别在天河、越秀、萝岗、海珠、黄埔等区接连举行了区域品牌文化研究论坛。梁凤莲博士现在还顶着一个岭南文化研究中心的大帽子，但我却目睹着她几乎是在孤军奋战地做课题、跑出版、联系举行研究成果研讨的论坛和大小事务，甚至亲自打电话、发短讯，一个一个地落实与会者，为此常弄得心力交瘁。这种情形，我想起粤方言中所说的“担幡买水抬棺材”的窘况。我为梁凤莲博士坚韧的意志和毅力深深感动，同时也有几分感慨和一丝悲凉。作为朋友，我应梁凤莲博士的邀请参加了几个区的区域品牌文化论坛。论坛上领导、专家云集，“论”我是够不上的，所以只能对梁凤莲博士所作的努力，以及她所取得的成果，而尤其是她对岭南文化不依不挠、不离不弃的深情和坚守，表达一个朋友和拥趸由衷的钦佩和声援。

前几年，我随一个友好代表团访问法国，恰逢当地友协举办一个介绍甲骨文的展览。主办者盛情邀请来自甲骨文故乡的我们一行去参观。令我惊讶的

是，一名地道的法国小伙子用生硬的汉语为我们作解说。看得出，陪同我们参观的一群二代三代的华裔青年也和我一样一脸的惊讶。他们除了一张中国人的黄脸孔，已经找不到跟甲骨文、跟汉语有什么联系了。此情此境，令人不尽唏嘘。

广州乃千年古都会、岭南文化发祥地。改革开放、经济发展，赋予了她新的活力和面貌。在我们冷静地去追溯和寻觅她的文化源流的时候，我们不希望只见到一片苍白、一脸茫然。因为，遗忘我们自己的文化历史，无异于数典忘祖。这些年我们收获很多，尤其是繁荣和富裕；我们也丢失很多，尤其是这个城市的历史印记。

梁凤莲博士在《创新岭南文化是国际化的需要》一文中说：“相对于广州经济的发展，30 年来一直强势彪悍，广州文化发展则一直处于寻求认同与突破的焦虑之中。”广州文化发展需要有更多的专家学者作深入的研究和发掘，把研究与城市发展战略结合起来，把理论与建言献策结合起来，以促进社会形成深刻的文化自知和强烈的文化共识，为政府文化建设规划提供决策参考。

广州市在“十二五”规划中明确提出要建设世界文化名城的远景目标，广州的文化发展还需要有更多具有远见卓识的领导者，真正地把文化作为社会发展的主战略而不是装饰品。我们丰厚的人文历史资源、专家丰硕的研究成果，只有在被社会充分的认知认同，并化为政策、规划和付诸实践努力，文化建设才会有实际的效果和意义。

广州市人大常委会副主任 陈国安

序二

城市文化特色与文化品牌

出生和生长于广州的梁风莲，对千年羊城的悠久历史文化和现代城市文化十分着迷，她不停地一篇一篇写文章，一本一本写书，当我拿到《挖掘与展现：广州市各区品牌文化研究 2011 卷》书稿的时候，已记不清是读她的第几本著作了。

这是她继 2010 卷后又一本关于城市区域文化建设的论著。

谈城市文化建设，特别是历史文化名城广州的文化建设，一方面要涉及到文化领域的各个门类，同时更要注重文化的特色和品牌。

前不久广州提出了文化建设的目标：要把广州培育成世界文化名城。世界文化名城与文化强市不一样，文化强市应该在文化建设各个领域都有长足的发展，文化事业和文化产业都有雄厚的基础，并具有某一区域文化中心的地位。作为文化强市，在城市人文精神、公共文化设施和文化服务、文化遗产保护、文化产业体系、文化人才队伍、文化政策法规方面，以及教育、科技、理论、文学艺术、新闻出版、广播影视、演艺娱乐、图书馆博物馆、印刷、发行、会展、电子音像、网游动漫、创意设计、收藏品及拍卖、民俗民风、休闲旅游等各个方面，都必须予以重视，以提升城市整体的文化品位和文化素质，由此彰显城市文化之强。世界文化名城则有另一种涵义，它并不十分强调城市文化各个领域的齐头并进的发展，它突出要求的是城市文化的名气、名誉、名声。

广州建城有两千多年的历史，积淀了极其丰富的传统文化资源。改革开放 30 多年来，广州在弘扬岭南文化方面敢为人先，凸显了求真务实的精神，在文化建设方面着重抓了理论宣传、提升素质、群众文化、体制改革、文化企业集团、公共文化设施、农村文化服务、街区文化品牌等。可以说，广州的文化底

蕴和当代文化水准，以及文化各个领域的建树，已经能够担当得起“国家中心城市”的命名。

但是，广州目前还不是世界文化名城，还需要“培育”、“建设”。为什么？因为我们还不具备世界文化名城的要素，特别是我们还拿不出作为世界文化名城特色的“招牌菜”。

纵观一些典型的世界文化名城，它们在文化建设方面或许并不是面面俱到，但它们无一例外地都具有影响巨大、辐射全球的文化标志。如美国的三大文化重镇纽约、波士顿、洛杉矶，纽约以媒体发达著名，《纽约时报》是代表，再加上百老汇、自由女神像，就足以成为世界文化名城。波士顿只需拿出哈佛大学、麻省理工学院两所学校，在世界上就很牛了。洛杉矶也只需摆出迪斯尼、好莱坞，哪怕其他方面很一般，它也无愧于世界文化名城的称号。再如哥本哈根（安徒生，海的女儿），悉尼（海上歌剧院），戛纳（电影节），巴塞罗那（足球俱乐部）等，都有各自的“招牌菜”。

广州文化建设的“水”涨起来了，本应该是“水涨船高”，可是我们文化的“船”在哪里？我们有文化的满天星星，可是文化的“月亮”在哪里？我们有文化的万马奔腾，可是文化的“一马当先”在哪里？总之，广州足以成为世界文化名城的一两盘“招牌菜”是什么，需要深入思考和研究。

梁凤莲一直以来就在思考这些问题。她克服各种困扰，坚持不懈地深入到广州各个区街，研究城市文化的品牌建设，于是有了《聚焦与擦亮：广州各区品牌文化研究 2010 年卷》和《挖掘与展现：广州市各区品牌文化研究 2011 卷》。关于“2011 年卷”，我认为有以下特点：

1. 对城市精神和城市品格有独到的阐述。文化是城市的灵魂，每个城市都有不同的风貌。“2011 年卷”以经典的世界文化理论为指导，以地域特色的文化观念为设计思路，对广州市天河区、越秀区、海珠区、黄埔区的文化品牌作了细致分析和文化理念、文化价值观的提升，显示了文化学者与一般文化策划者不同的视野和高度。

2. 该著作分析了亚运会之后广州城市的巨大变化，根据城市新情况、新面貌、新特色来考虑未来各区文化的发展，有独特的视角，超越了以往的一些文化规划，颇有新意。

3. 对各区的文化设计，“2011 年卷”坚持“文化规划从品牌入手”的原则，着重在各区的文化资源、优势、分布、特色等方面挖掘和展现品牌价值，

避免了一般性的文化规划的模式。每个区经常都会制定文化规划，但往往都是面面俱到，齐头并进，作为党委和政府的工作，这样做当然是必要的。但要打造文化品牌，则必须有理念、有主次、有特色。本书突破了政府文化规划的一般模式，寻找出各区文化资源的亮点，并加以发挥光大，思路清晰明瞭，在操作上对各区的文化建设有指导意义。

4. 关于四个区的品牌文化打造，本书都分别引用了与各区特点相对应的世界知名文化理论，如天河区引用 CBD 文化理论，越秀区引用文化认同理论，海珠区引用文化共同体理论，黄埔区引用功能城市理论，都运用得恰如其分，为各区的文化建设提供了高水平的理论指引。

这些理论亮点，对于广州的文化建设以及对于其他城市的文化建设，都有借鉴意义。“2010 年卷和 2011 年卷”的理论观点，很多都受到各区党委和政府部门的重视，并转化为实践。当然，凤莲的工作还没有完成，在她的计划中，广州还有几个区、县级市的品牌文化研究还需要继续加油，我期待着《品牌文化研究的 2012 年卷》的诞生。

原广州市社科联主席 李明华

2012 年 2 月

目 录

序一 促进社会形成深刻的文化自知和强烈的文化共识	1
--------------------------------	---

序二 城市文化特色与文化品牌	3
----------------------	---

第一部分 让广州在选择的文化观里发展下去

第一章 让城市在选择的文化观里发展下去	3
第二章 以文化共识为基础建设幸福城市	7
第三章 创新岭南文化，推动广州文化国际化的快速发展	15
第四章 以可持续发展为着眼点建设城市品牌文化	21
第五章 以文化为支点的决策落实是文化传承发展的保障	29

第二部分 天河区品牌文化研究

第一章 天河区建设 CBD 文化的理论依据	35
第二章 天河：打造独具岭南文化特色的 CBD	40
第三章 创建 CBD 文化的原则	49
第四章 天河区品牌文化建设的具体内容	52

附：“岭南文化城市论坛”之五

打造都市文化品牌 建设世界文化名城中心区——“天河区品牌 文化建设”座谈会会议记录	71
--	----

第三部分 越秀区品牌文化研究

第一章 越秀区文化发展的理论依据 89

第二章 越秀区文化发展的特点 94

第三章 创建以商贸为核心竞争力的越秀品牌文化 97

第四章 越秀区文化品牌的传播 121

附：“岭南文化城市论坛”之六

广府文化源地 千年商都核心 公共服务中心——“越秀区
品牌文化建设”座谈会会议记录 125

第四部分 海珠区品牌文化研究

第一章 海珠区文化发展的理论依据 145

第二章 海珠区品牌文化建设的原则 154

第三章 海珠区文化形态分析 158

第四章 海珠区品牌文化建设的具体内容 161

附：“岭南文化城市论坛”之七

共享珠江文化 同创展都辉煌 建设幸福海珠——“海珠区
品牌文化建设发展论坛”会议记录 180

第五部分 黄埔区品牌文化研究

第一章 黄埔区文化发展的理论依据 201

第二章 黄埔区文化发展的特点 208

第三章 建设以港、岛、岸为核心要素的新型海洋文化 213

第四章 黄埔区创建品牌文化的原则 237

附：“岭南文化城市论坛”之八

滨江新城 宜居宜业——“黄埔区品牌文化研究论坛”会议记录
..... 240

跋 269

2017

卷

第一部分

让广州在选择
的文化观里发
展下去

第一章

让城市在选择的文化观里发展下去

一、把最好的文化融合在城市生活里

文化是一座城市最引人瞩目、最值得珍惜的财富。随着全球化的发展，这一观点日渐成为共识。在“城市让生活变得更美好”的理念下，城市是文化的容器，这个观念性的突破已经成为中国城市发展进程的重大转变。

在经过亚运这一全球性的亮相后，广州的城市文化自信，以及对自身文化的自豪感，显然已经不可同日而语。之前，无论是对广州有无文化的误读，还是对广州文化分量轻重的疑虑，都既有对这座城市缺乏了解、缺乏认识的偏差，同时，也与广州文化被经济发展的强势所遮蔽，或者说与重商轻文的生存氛围遮盖了文化的彰显有很大的关系。

正是有了历史性的划分，亚运成为广州文化国际化的一个分水岭，通过对本土文化的挖掘与展现，使得岭南文化在亚运上闪亮登场，从而使得广州文化，不仅代表着这座城市真正的内核和底气，也彻底提升广州在华南的地位，在中国的地位乃至在世界上的地位。

亚运经验也证明了文化认同、文化共识的重要性，文化的发展只有在价值观念、行为方式等方面与市民达成共识、共生共存，才能脱颖而出，才能在社会运作与日常生活中实现健康的发展，并在日后保持恒久的生命力和充沛的活力。

因此，文化不仅是城市的灵魂，赋予城市厚重的底蕴，体现它的质地、境界；文化亦是城市的品格，赋予它挺拔的风骨，反映它的气度与能量。每个城市独特的历史文化底蕴和风俗人情形成的风貌，又正是其予人印象最深的识别标志。

最好的城市形象，就在文化的景观里，而最好的城市发展，就是让文化融会在生活里。只有让文化融入生活，才能持续不断地改变生活、完善生活。

如何让文化融入生活？这不仅依仗于人们对城市的了解度，了解越多，认同度就越大，自信与自豪感才会大幅提升。同时，也依仗于大家对本土文化的理解与尊重，在理解与尊重基础上的认同，才能经由时间沉淀成为一种传统。

显然，让文化认同成为建设发展的理念，成为一种生活观，成为一种生存风气，这无疑是城市发展的最高境界。这是一种探索，也是一种对自身的超越。

二、文化的传承与发展要把握本质，强调内涵的力量

文化的成熟发展，离不开对传统文化的传承，任何一种成熟的文化，总是深深烙上民族的印记，这是一个民族最显著、最重要的标识。

没有对传统文化的本质把握，这样的文化发展是不成熟的。没有对以往文化的超越，这样的文化发展同样是没有前景的。

面对时间与空间的变易，一方面，文化的传承依仗于描述、展现与定位，不断地彰显和强化，传统文化才不易为时间覆盖和被话语篡改。另一方面，在时间与空间流变的压力之下，要避免文化演绎的错位或者功利性的嫁接，要重视文化内在的尊严与价值，要警惕把文化作为附庸风雅或者点缀升平的道具，目的就是为了使文化的传承不偏离本质和底蕴，尽可能减少人为的偏差，复活与唤醒传统文化中有价值的东西，是新变发展中不可欠缺的根基。唯有如此，才能让文化的本质力量在传承中持续地产生超越的效应。

就层次性与丰富性而言，文化既有宏观层面的定义，尤其能从社会风貌上再现出来，生存氛围就是文化的晴雨表。同时，文化又有微观的确证，春风化雨，更能体现人道情怀，从俚风民俗，到情性取向，构成了普通民众文化认同与接纳的出发点。

从景观着眼，城市的景观就是城市的面孔，尤其是有故事有人文承载的景观。有特色有文化印记有历史积淀的，能承接传统与现代的景观，就是我们这座城市的面孔。如同文学符号、文学形象的塑造所催生的影响是难以估计的一样，城市面孔对民心在文化上潜移默化的认同作用也是不可小觑的。失去这些，广州就仅仅是个生存的竞技场，而不一定是身心休憩的家园了。

总之，创新的文化与传统的文化将以怎样的模式融合，也许难以一一预计，然而，传统的文化总会以某种难以完全说清的方式，成为创新文化的养分，且润物无声，绵长久远，而创新的文化必然承袭了传统文化的本质力量，才会气定神闲、后劲十足。

三、对城市文化的追问有多深，城市及民众所受的恩惠就有多大

对城市自身文化不断地定位、描述、反省，其实就是在为文化正名的时候，以更有力、更有效的方式传播着城市发展的理想，也就是在意识形态上构筑着我们的城市图景和城市形象。

文化建设只有返回到我们生存的环境，才会对现实生活发挥其切实有效的刺激和彰显作用。因此，在理论上，要把文化研究和发现进一步地结构化、具体化和细致化——这是对文化把握走向深入的一个关键步骤。其中，对文化的追问是一个关键。只有不断地追问，着眼于未来的文化规划才能扎实而又可行。文化内涵的定位与表达愈清晰，城市的发展走向才会更明确，文化的影响力与发散力才会更加强化。

追问意识体现在“设疑—思考—反问—批判—肯定”这样一个思维全过程，所谓的文化认同，包括政治认同、经济认同与狭义的文化认同，既包含抽象的理念，也涉及到具体的实践。不妨说，文化认同偏重于精神层面，文化适应对于一个外来者而言，这里有一个对习俗与环境不断调适以适应成熟文化的心态转变过程，在这个过程中自然而然会出现追问行为。文化要经得起追问，在追问中不断变化以适应新的生活形势。

对文化的追问离不开质疑与批评。因此，不但要批评千城一面，诟病那种城市建筑的复制与雷同，同样也要批评城市文化内涵的同质化、空洞化。文化作为一个可持续发展的取向与路径，是不能以抹杀了地域特性的魅力作为代价，来换取所谓全球化快速发展的。广州城市风貌的凸显，是这座城市让人流连忘返的所在。没有特色，没有标识，就丧失了独特魅力与吸引力，也就丧失了自身的独特价值。

四、建立城市长期的文化发展规划，让城市在选择的文化观里发展下去

文化发展规划，应该为来来的城市发展留点空间，让创新文化的优势，在精神文化生活中承担责任，这是紧迫而艰巨的任务，也是避免方向性偏离的导正，更是防止历史欠债的长远目光。

聚焦广州，先天生态格局的优势是有山有水，后天养育的优势是有历史文化积淀，现实的得天独厚是国家中心城市、世界文化名城的发展定位。

因此，标举文化唯稳、文化唯盛的倡导，借助优质的文化生态环境，使自由、活跃、拓展、创新的文化局面结出果实，无疑是广州文化发展的必由之路。

作为重要的亚运文化遗产，广州拥有后亚运时代全新的城市新布局，为提升城市品格，发挥亚运的长期效应奠定了基础：从云山珠水到山、水、田、城、海的大格局拓展，这是文化新蓝图绘制得天独厚的优良背景。因此，文化发展要借势而为、顺势而上。

其一，把亚运精神的更快、更高、更强，融会成城市发展的一种新力量。

其二，找准定位，打造广州品牌，建构广州文化向心力。

其三，广州文化的张力就在于有文化包容的力量，更有文化贡献的影响力、文化输出的作用力。

其四，把亚运促动的广州蜕变，作为融入国际社会提升中心名城的机遇，以不断地丰富壮大自己。

其五，广州文化的彰显，既是改革开放 30 多年的总体检阅与集大成展示，更是广州城市精神与城市品格的总结与传播，是广州文化实力一次前所未有的“正名”。

第二章

以文化共识为基础建设幸福城市

我们正处在一个发展与转型的大变革时期，更处在一个需要构建社会共识的时期。在由传统社会向现代社会转变的过程中，政治共识是强大中国所无法忽视的症结，而要达成政治共识，首先要达成文化共识。中国社会的文化共识是以社会主义核心价值观为核心，培育对传统文化的认同，塑造公共理性，构筑出普遍而深厚的文化共识，进而为中国的社会发展建设如何摆脱目前的困境提供基础。

一、传统是文化认同的根源

从认同的根源来看，传统是一切语言和思想的源泉，因此，文化亦是一个民族的凝聚力所在。以此类推，文化认同既是体制的支点，亦是民众的感召力所在。

从结构分析来着眼，作为一种关系而论，认同包括了主体与客体、认同者与被认同者之间的相互作用和相互影响。文化认同则是人与社会之间就文化价值、文化习俗、文化传承所形成的认知与承诺。就个体的角度而言，认同是以自我为中心、对自我身份的寻找与确认，这需要别人或者社会对于自我身份的肯定。因此，认同的目的不是使个体游离核心而是更加趋向中心。对于认同，最大的失落是边缘化。

可见，认同与人的自觉意识、教育程度密切关联。人类发展的历史无数次证明，社会的每一次阶段性飞跃都给人们带来认同的危机，环境的改变与新思潮的出现促成人们进行精神家园的寻找与探究，传统文化由此成为人类永恒的精神坐标，以保障种种的冒险挑战等行为在现代化的进程中不会迷失方向。

从认同的类型来看，文化认同包含种族、宗教、习俗等内容。作为人类最

为基础和核心的认同行为，文化认同代表着使用相同语言、遵循共同的文化理念、执行相同的文化行为、秉持一样的道德规范。认同作为文化的功能之一，它起着教化的作用，使得个体遵从社会的文化规范，使得个体具有了社会属性和文化属性。在文化的范畴里，价值观认同是最高层次的认同。

当今社会，一方面，通讯手段的科技化使得人与人的交往更加方便，另一方面，由于全球一体化，社会思想变得越来越多元和复杂，人与人的交流在现实层面的实现反而不如在虚拟的网络层面来得频繁，以自我为中心的行为封闭了社会结构中人与人的来往，在这样的现实面前，文化的认同显得更加重要。

不可回避的是，以传统为航标的认同在 21 世纪的社会里，遇到了来自现代性的挑战，首先，现代性忽视传统，片面强调发展而造成的文化断裂的合理性；其次，以欧美文化为主要内容的现代文化，在进行文化扩张的同时，也带来文化生态的失衡，古老民族的文化在年轻一代的眼中，被视为没落与陈腐的代名词，文化面临着全球多样性的严峻挑战。

由此，维护传统文化，在未来一代的传承中复兴传统文化的价值，是每个中国人的使命。中国在走向民族复兴的路途上，遇到的中西制度比较、中西道德比较、效率与公平、民主与法制等等一系列问题的拷问，无疑给民众带来了众多的心理影响。所以，开展文化认同教育，鼓励年轻人学习传统文化，对他们认清中西文化差异，树立民族文化的自信心和自豪感，从而在文化共识的基础上，认同社会建设和社会发展，对于社会的和谐与稳定，都将起到良好的推动作用。

二、文化认同产生社会凝聚力

文化既是凝聚人心的精神纽带，又直接关系到民生的心灵幸福。我们以往比较多地强调文化的教育教化功能，对文化与民生幸福的关系重视不够。其实，文化作为维系一个社会团结和睦的精神力量，文化之于人类，是一种精神上的内在需求和满足。

中华文化以儒家文化为核心，千百年来维系着社会的稳定和秩序。尽管其强调人治和封建等级等观念，带有历史局限性，但是，以“仁义礼智信”为道德主张的儒家文化无论是在过去还是在今天，对于社会的和谐进步都能起到推动作用。岭南文化作为传统中华文化的有机组成部分，给我们提供的是人生的