

主编：申维辰

2008 中国太原

晋商文化艺术周纪实

Record of 2008 China Taiyuan Jin Merchant
Culture and Art Week



山西出版集团
山西人民出版社

主编：申维辰

2008 中国太原

晋商文化艺术周纪实

Record of 2008 China Taiyuan Jin Merchant
Culture and Art Week



山西出版集团
山西人民出版社



2008 中国太原

晋商文化艺术周纪实

Record of 2008 China Taiyuan Jin Merchant
Culture and Art Week

ISBN 978-7-203-06478-7



9 787203 064787 >

定价：128.00元

图书在版编目(CIP)数据

2008中国太原晋商文化艺术周纪实 / 申维辰主编. —太原: 山西人民出版社, 2009.6
ISBN 978-7-203-06478-7

I.2… II.申… III.商业史—山西省 IV.F729

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第078329号

2008中国太原晋商文化艺术周纪实

出版者: 山西出版集团·山西人民出版社

地址: 太原市建设南路21号

邮编: 030012

发行营销: 0351-4922220 4955996 4956039

0351-4922127(传真) 4956038(邮购)

E-mail: sxskcb@163.com 发行部

sxskcb@126.com 总编室

网址: www.sxskcb.com

经销者: 山西出版集团·山西人民出版社

承印者: 山西臣功印刷包装有限公司

开本: 889mm×1194mm 1/16

印张: 9.5

字数: 150千字

印数: 1-1700套

版次: 2009年6月第1版

印次: 2009年6月第1次印刷

书号: ISBN 978-7-203-06478-7

定价: 128.00元

如有印装质量问题请与本社联系调换

申维辰

2008 中国太原 晋商文化艺术周纪实

Record of 2008 China Taiyuan Jin Merchant
Culture and Art Week







城市光影（王宽勇摄）

编委会

主 任：申维辰

副 主 任：张兵生

编 委：申维辰 张兵生 郭振中 范世康 张贵元 荣 彤
张 政 卢 渝 赵国柱 白晋虎 宋建国 顾 桐
徐大为 王宽勇 贺子俊

主 编：申维辰

执行主编：赵国柱

执行编委：顾 桐 徐大为 王宽勇 贺子俊

编辑统筹：顾 桐

英文统筹：徐大为

图片统筹：王宽勇 南 杰

设计总监：张国田

设计统筹：贺子俊

设 计：陈泽锋

书名题字：赵国柱

篆 刻：王志刚

责任检校：赵 瑛

编辑助理：刘海涛 刘荣会

图片提供：王宽勇 贾 鹏 王天明 柴杰梁 赵世凯 韩双喜
郝志刚 程耀宝 梁 琛
刘晓斌 纪明鸿 张保文 牛利敏 单 彬 常阿兵
王 鼎

Preface

前言

“2008中国太原晋商文化艺术周”，在九月金秋，成为城市的一道美丽景观。这一活动，因其创新性、群众性、广泛性，为人交口称誉：文化艺术之盛会，人民群众之节日，穿行于历史和现实，交融着深刻与精彩。

本书是对这一活动过程全方位、多角度的关注。宏阔与精微、激情与沉思，都在字里行间、图中影下，有着真实的纪录。

做为纪实，本书不做修饰，原汁原味，本情本态，新闻性、纪实性做为她的风格，其感人、动人、引人的韵致，会留往2008秋天的美好印象。一个活在百姓之口的城市记忆，沉淀于过去，激扬于现在，启迪于未来。

我们回溯属于自己的城市文化，据此，并找到属于自己的城市精神。短短一周，长长千年，城市是历史的，城市是现代的。因此，城市在不断的行进中，需要谛听与喝彩。并州之秋，收获丰硕，让艺术叩开心灵，请百姓传递感动。

亦文、亦图，亦淳、亦真，一册《2008中国太原晋商文化艺术周纪实》，愿似秋实一掬，令读者捧读间满手余香。





CONTENTS

目录

014 晋商研究与太原发展（代序） / 申维辰

百姓节日

021 在2008年中国太原晋商文化艺术周上的致辞 / 申维辰

023 在2008年中国太原晋商文化艺术周上的致辞 / 张兵生

024 晋商精神薪火相传 晋商之都再现辉煌

029 弘扬晋商人文精神 建设特色文化名城

030 2008中国太原晋商文化艺术周秩序册

039 晋商文化艺术周华彩开幕

040 浓缩晋商传奇 展现晋商辉煌

感受精彩

044 精品舞台剧剧目简介

052 看戏不用花钱 引来喝彩无数

054 百姓热情 激励我们创作更多精品

056 晋商情韵 文化盛宴

058 文化感动

060 《立秋》演绎百年晋商兴衰

061 《走西口》博得阵阵喝彩

062 《汇通天下》感动观众

063 优秀电视剧片展播预热艺术周

063 申维辰在北宫广场与群众一同观看演出

065 欢乐一城 精彩纷呈

074 民歌大赛百姓当主角

075 晋剧票友难分伯仲 民歌大赛决出歌王

076 我看艺术周

钩沉辉煌

080 省城专家共议“晋商之都”

- 081 太原是晋商活动中心/张正明
082 商路相通 文脉相承/卢 渝
084 关于“晋商之都”建设的几点建议/孔祥毅
085 “晋商之都”称之有据/刘建生
087 打造“晋商之都”的历史思考/孙丽萍
089 继承发扬晋商人文精神 致力新晋商形象塑造
/崔满红
090 晋商文化论坛为“晋商兴盛与太原发展”破题
091 探究晋商历史 弘扬晋商精神
092 “思维盛宴”激荡城市活力

触摸乡土

- 096 晋商会馆文化展开帷幕
097 晋商会馆 遍落神州知多少
100 “太原老城”前留个影
101 城老书香
104 千年民间藏品展露风采
104 翰墨颂晋商
105 抗震救灾雕塑展揭帷
106 旅游纪念品 登上大舞台
107 三晋民间绝活 竞相登台亮相
107 极品美食营造“视觉盛宴”
108 龙城金融地产业暨百姓用品博览会开幕
109 当晋商插上创意的翅膀

议论风生

- 112 以晋商精神建设晋商之都/孔祥毅
114 塑造中国“新晋商” 构建当代商人之魂/崔满红
115 界定新晋商的几点思考/容和平

- 116 新晋商及其形象塑造/王永亮
117 继承弘扬晋商精神 全力塑造新晋商形象
120 晋商之都掀起金融创新风暴
121 金融创新与晋商票号/陈文玲
123 晋商三点宝贵财富需要我们学习/沈炳熙

瞻望未来

- 126 打造新的城市品牌/申维辰
127 建设晋商之都需要营造金融洼地/孔祥毅
129 建设太原市金融中心的政策性建议(节选)/余秀荣
130 全国商报老总谈晋商与金融创新
131 把山西人的钱留在山西/水 皮
132 突围旧观念 树立新品牌
132 从晋商之都谈品牌塑造/卢 渝
133 房地产的品牌行销战略战术/王建中
134 要有鹰的魄力/高 峻
135 创建差异化品牌/刘建生
135 品牌意识是品牌建设的基石/高步文

余香绵长

- 138 省城十大诚信模范颁奖晚会
暨晋商文化艺术周闭幕式举行
139 十大诚信模范有话说
140 艺术的魅力 共享的欢愉
141 文化回归 看戏更要看好戏
143 本土文化 因了解而自豪
144 向南看 向北走 重振晋商雄风
146 属于人民的城市节日
148 人民群众的节日 文化艺术的盛会

晋商研究与太原发展（代序）

——在2008“晋商文化论坛”上的讲话

中共山西省委常委、太原市委书记 申维辰



太原是一座历史悠久的城市，但是，这座拥有灿烂文明的城市给人的印象，却是一个“煤炭”城市，那些多彩的文化光辉已经被人们淡忘了。新中国成立以来，山西累计给国家输送了几十亿吨煤支持中国的工业化，但自己的省会城市形象完全淹没在“煤海”之中。外人要么不知道有太原这座城市，要么就把太原和煤炭划上了等号。为了改变这种状况，这些年来我们一直致力于研究挖掘本土的优秀文化。

太原作为华夏文明的发祥地之一，延续着中华文化的主脉。目前在中国国家级的文物保护单位中，山西有271处，总数居全国第一。这些非常高级别的文物，是华夏文明的载体，是我们国家和民族共有的宝贵财富。另外，从经济史和地域文化来看，太原还有一种亚文化，这个亚文化就是晋商文化。近年来我们集中对这一部分进行了研究，特别是组织了一批影视剧和舞台剧的创作，让外界了解到一些晋商文化的精华。

在进入“十一五”的时候，怎样定位太原的发展，怎样按照中央和省里的要求把太原建设好，这是我们市委、市政府和全市人民都很重视的事情。在2006年9月举行的太原第

九次党代会上，我们经过认真调查研究，提出一个目标：要把太原市建设成一个新型的工业基地和集三晋文脉与现代气息为一体的特色文化名城。这个目标定位是按照科学发展观的要求，按照省委、省政府的战略部署和太原人民的希望，以及太原市自身的条件决定的。从那时到现在，已经两年多了。

在新型工业基地建设方面我们形成了“三大基地”和“四个中心”的思路。就是要在全面推进各项工作的基础之上，重点建设三大工业基地，同时形成四个辐射中心。

“三大基地”：一是要建成全国乃至世界级的不锈钢生产和加工基地。太原钢铁公司经过近十年的技术改造，特别是十五期间的跨越式发展，到去年已经形成了年产300万吨不锈钢能力的现代化的大型钢铁企业，产能居世界第一。去年太钢生产了200万吨的不锈钢，总销售额超过1000亿，在全国各大钢铁企业里名列前茅。与此同时，太原市尖草坪区和太钢合作建设了一个不锈钢加工园区，现在已经形成了30万吨的不锈钢深加工能力，将向50万吨加工能力发展，在“十一五”末，太原要成为世界上最重要的不锈钢的生产加工

基地。目前，填补国内空白的不锈钢无缝钢管项目已经开始建设。二是要建成世界最大的镁合金加工基地。镁产业现在方兴未艾，尤其是世界节能减排的趋势要求汽车轻量化，要求每辆汽车至少要减轻100公斤以节约能源。汽车减掉重量的根本出路在于材料轻量化。所以镁合金已经登上历史舞台。中国是世界产镁大国。全世界去年镁产量是70万吨，中国镁产量是50万吨，而这50万吨的产量里70%在山西。山西产量的60%在太原。所以，我们要建设世界级的镁和镁合金生产加工基地。台湾的富士康是我们的合作伙伴，今年四月份召开了镁合金产业高端论坛。现在富士康科技工业园已经拥有世界最先进的汽车镁合金零部件的压铸设备，为宝马生产的配件已经开始供货，下一步和美国的通用公司、福特公司进行全面合作。三是装备制造业基地。山西有着装备制造业的基础，但是前些年落后了。所以我们要重新振兴山西的装备制造业，以矿山成套设备为重点。现在“太重”能生产世界上最大的电铲，过去我们的电铲依靠美国进口，现在我们“太重”开发出大电铲，使进口电铲的价格下降了一半。另外，煤机、铁路高速机车配件和重型汽车都

在加快发展。这是太原经济发展的支柱。

与此同时，要努力建设四个辐射中心，即要建成黄河中游经济区的物流中心，商务中心，旅游中心，金融中心。特别是区域金融中心的提出，经过了方方面面的讨论。今天太原的金融不发达，不能同我们的祖先晋商票号相比。尽管现在有困难，但是我们仍然提出要建设区域的金融中心这个口号，契机有两个：一个是国务院已经批准筹建晋商银行，年底挂牌；第二是国务院已批准太原建立全国煤炭交易中心。现在煤炭交易比较落后，煤炭生产分散在各个企业，煤炭的质量五花八门，品种繁多，量又很大，没有办法包装和控制同时煤炭生产和运输分离，能生产出来煤炭如果没有相应的铁路运输计划也走不了。由于运力限制，所以在交易方面有困难。但是从世界经济发展趋势来讲，煤炭的交易必须规范化。因此，太原这个煤炭交易中心在国务院批准以后还是要加快建设。煤炭交易中心的发展没有金融支撑是不可能的。同时，如果这个中心真正搞得红红火火，太原也一定能形成一个区域的金融中心。这就是依据。我们几个中心的建设正在一步一步地推进。太原一共

345万人口，6988平方公里，建成区大概为200平方公里。2007年太原的地区生产总值是1200亿，财政总收入是240亿。总体上居中部六省省会的中游。经济指标按照人均的排队在前，因为太原是中部六省省会中人口最少的。

我们第二个目标就是要建设特色文化名城。所谓特色文化名城，有一个解释，就是要建成集三晋文脉和现代气息为一体的特色文化名城。要把山西独特的地域文化发扬光大。把有形的、无形的，各方面的文化展示出来，推出一系列的成果，包括文化成果、艺术成果、思想成果、理论成果等等。

建设历史文化名城是一个浩大的工程。我曾经当过宣传部长，现在是市委书记，我感觉到经济建设困难很多，但文化建设更困难。或者讲，文化建设是说起来容易做起来难，说大话容易做实事难。文化建设需要解决一系列的问题。其中，一个重要的问题是，文化建设为谁而建？是为当官的建，为上级建，还是为老百姓而建？另一个重要问题是，怎么去建设？搞一些轰轰烈烈的大活动，多请一些外宾、社会名流来热闹一番就是文化建设了吗？还是要脚踏实地让人

民群众感受到文化的力量，文化的欢乐和愉悦，文化的启迪？我认为这是首先要解决的问题。当年我在当宣传部长期间，也作了不少文化节庆，有遗憾，也有成功。平遥国际摄影节作得就比较成功。太原是个文化底蕴深厚的省会城市，建设历史文化名城，不能没有一个文化节庆。所以市委经过研究，决定从今年9月1日起，举办太原老百姓自己的文化节庆。我们把它称为“晋商文化艺术周”。

怎么办晋商文化艺术周？我们决定改变过去的做法，不搞组委会，不请外宾，不大量地请外地客人，而是考虑如何让太原本土的老百姓在文化艺术周上享受我们已有的文化成果。所以这一“周”，主题活动是请本地的6个艺术团体，来给老百姓演出这些年省、市创作的、反映晋商题材的几部大戏。有4部直接讲晋商故事，有1部讲太原的历史人物傅山。傅山是太原人的骄傲，学术界非常崇拜傅山。

这几部戏，首先是获得国家精品工程的话剧《立秋》。《立秋》剧本最初由山西大学姚宝琯教授编写，然后就请国内一批专家开始了一个艰苦的创作过程。这部戏2004年首演后，在国内产生了强烈的影响。从

2004年4月27日首演至今一共演出了420多场，基本上演遍了全国各大城市。创作《立秋》的时候，并没有写晋商五百年的辉煌，而是选了晋商的“走麦城”，写晋商怎么样败走“麦城”。希望这个戏可以让全省人民反思晋商的问题，用批判的态度去看晋商得失，来观照今天、思考今天，以及怎样传承晋商的文化。希望山西的老百姓能够从中受到启发。实践证明，这个戏不仅仅山西人喜欢看，外面的人也很喜欢看。不仅专家学者喜欢看，老百姓更喜欢看。可以说，上个世纪的《茶馆》，本世纪的《立秋》，是中国话剧的两个里程碑。《茶馆》从1958年到现在50年演了500场，明年4月27号是《立秋》的五周年，我希望它5年能演500场。

舞剧《一把酸枣》反映的是晋商的爱情故事。话剧是高端艺术，但由于语言的限制，中国话剧很难出国演。而舞剧是肢体语言，可以跨越语言障碍，所以在话剧《立秋》成功后，就想搞一台舞剧，可以走出国门到国外去演。舞剧《一把酸枣》后来也成为国家精品，舞剧中的精品。另外，山西晋剧院的编剧张晓亚写了一台晋剧《走西口》。后来把它移植到京剧，在丁关根同志的亲自关怀下，三易其本，反复修改，最后由山西京

剧院和国家京剧院合作，推出了京剧《走西口》这台大戏。这出戏也已经通过了国家舞台精品剧目的初评。奥运期间，文化部专门调演了这三本戏。《立秋》、《一把酸枣》在国家大剧院演出，京剧《走西口》在长安大剧院演出。《傅山进京》是去年太原纪念傅山诞辰400周年时，请福建的郑怀兴老师写的剧本。演出之后受到广泛好评，当年就获得了中国戏剧学会的奖。这个戏写傅山人生经历的一个精彩片断，与晋商也有联系。

这几台戏是我们这次举办晋商文化艺术艺术周的主力军。文化周期间这几台戏在太原的几个大剧场演出。另外，还有两个剧目，一个是平遥剧团的《汇通天下》，另一个是清徐民营剧团的《龙兴晋阳》，安排在小剧场演出。总的做法是政府买单，百姓看戏，让人民群众共享文化成果。晋商文化周期间，六个剧场的戏票每天上午9点之前就被抢领一空。文化周期间，老百姓晚上看大戏，白天各大公园由区里组织一些民间文化活动，如唱民歌、演二人台等，来愉悦老百姓，让老百姓参与到文化中来。

晋商文化艺术周期间，还组织了重要的学术研讨活动，这些研讨活动分门别类，其中最重要的就是晋商文化的研讨。这些年山西在晋商文化研

讨方面做了不少事情，搞出很多成果。这次研讨会特别确定的主题是晋商兴盛与太原发展，希望这次研讨活动把晋商研究和太原的发展联系得紧密一点。

晋商就是山西的商人。晋商文化源远流长，至少在春秋时期，甚至在商周时期，由于山西南部盐池的原因，很早就有盐商在活动了。山西商人是有着悠久的文化传统的，但是我们今天所说的晋商主要是指明清以来晋商崛起以后的晋商。这个历史只有600多年。明清晋商崛起的这600多年，现在给人们的感觉，是在晋中的东西多。为什么呢？主要是晋商在家乡修了很多大院，这些晋商大院给人们留下了蔚为壮观的文化遗产，现在的旅游开发让人们在大院看到了晋商的辉煌。顺着这个脉络搞了电视片《乔家大院》，这是山西和中央电视台合作，又请胡玫出任总导演拍摄成功的。《乔家大院》有没有艺术虚构？有。但是基本情节是真实的。演出效果很好，所以大家对大院了解比较多。

600年晋商的活动，作为省会太原与它有什么关系？不言而喻有很多关联。对于商业活动来说，太原当时称作太原府，是山西经济政治文化中心，自然也是晋商的一个大的平台。