

创造梦想

本书中有一个世纪之变天，
一个世纪之良机，
一个世纪之梦想——千年之梦。
为二十世纪留下一个梦想，
向二十一世纪献上一个梦想！

文化、体育、社会活动产业化

欧亚民 著

运作战略策划

版社

创造梦想

——文化、体育社会活动产业化运作战略策划

欧亚民 著

华夏出版社

图书在版编目(CIP)数据

创造梦想:文化、体育社会活动产业化运作战略策划/欧亚民著·—北京:华夏出版社,1999.4

ISBN 7-5080-1833-8

I. 创… II. 欧… III. ①文化事业—市场营销学②体育事业—市场营销学③社会事业—市场营销学 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 11490 号

华夏出版社出版发行

(北京东直门外香河园北里4号)

新华书店经销

北京建筑工业印刷厂印刷

850×1168 1/32开本 9.625印张 220千字

1999年5月北京第1版 1999年5月北京第1次印刷

印数1-5100册

定价:18.00元

本版图书凡印刷装订错误,可向我社发行部调换

序言 新世纪的梦想

二十多年前,你不会想象到体育、文艺、社会活动和公益活动离开了政府的包揽会怎样,经济商业活动是政府的指标,各类社会文化活动是政府公益福利工作。但是,改革开放以来,经济从计划转到市场而获得了巨大的发展,体委、作协、文联、社会福利部门等传统的角色也在发生深刻的变化,也走向了由社会大众的需要决定其生存价值的大海,也在“下海”。“下海”成了中国人走向现代化发展的某种代名词。“海水”并没有淹死中国人。中国人日愈增涨的理想波涛与外部世界汹涌而来的生活内容撞击在一起,激起了众多的机遇与挑战。

大型活动产业化就是这波涛中的一只风帆,而且它必将开辟一条新航线、发现一个以梦想命名的新大陆的命运正被注定着。

1998年8月25日,在广东沙田港海面上出现了一道中国有史以来从没有过的景观:一艘名为明斯克的前苏联航空母舰悄然而至,没有巨浪,没有舰载飞机,没有水兵,当然,更没有一丝战争的火药味和外国兵舰友好访问的迹象——这是一艘已属于中国人的退役航空母舰,说它的到来结束了中国没有航空母舰的历史未免夸张了,而将它视为中国文化艺术界的惊人策划之作却一点也不过分——有比航空母舰更大的超级大玩具吗?

想出这个“疯点子”并使之实现的是一个云南人阎汉昌。从梦想到梦想成真的整个过程与其说充满传奇色彩,不如说反映出中国文化产业界的许多状况。阎汉昌最初的梦想是买一艘退役的外

国航空母舰,把它改成一艘世界上最大的观光船,满足自己对航空母舰的神秘、崇拜和向往的航母情结。构想得到云南鑫裕集团公司总经理陶峰的支持,他踏上了寻找航母之路。在二次大战中立下赫赫战功的中途岛号、香港回归时查尔斯王子乘坐离港的不列颠尼亚号都没买到,最后得知1994年退役的前苏联太平洋舰队的主力舰明斯克号航空母舰于1995年以458.3万美元的废钢铁低价卖给了韩国一家公司。由于亚洲金融危机的影响,韩国公司已准备出卖这艘尚未拆解的航母,一位印度商人在交付了30万美元后又放弃了购买计划。阎汉昌很快代表云南鑫裕集团股份有限公司于1998年4月与中国拆船总公司签订了委托代理协议。鑫裕公司向中国拆船总公司交纳了300万元人民币的保证金,将以500万美元的到岸价买下明斯克。但随后为之寻求停泊港的过程让他“感到真正的悲怆和遗憾”,据《春城晚报》记者王新南的独家报道,凡是能泊此航母的深水港他都去了,“所到之处,凡接待过他的人无不在打着‘是个好项目’、‘欢迎来这里泊船’的官腔中,脸上明显地露出掩饰不住的不解与讥诮。更有人当面议论:‘简直是个神经病!’”更令他痛苦的是,得知此讯的北京太空梭娱乐设备有限责任公司从内部出现重大分歧的鑫裕公司手中买下了明斯克号:鑫裕公司得到100万元人民币的前期调研费,与前者成立以开发航空母舰娱乐项目为主的有限责任公司,并以提出项目论证等作为无形资产作价400万人民币的形式入股。^①

如何看待这个被媒体炒得沸沸扬扬的事件并不重要,重要的是从一个侧面描述出今天中国人心智的解冻与探求丰富价值实现的渴望。正像近代欧洲人所经历的一样,在改革开放结束了中国闭关锁国的历史过程中,旅行探险成为对新世界向往的一个重要的行为标志。中国人从没有像现在这样感到生命的色彩会这么丰富,从来没有像现在这样深刻地意识到对自己的命运应该负责,也从来没有像现在这样感到精神的实现与物质的满足并不是传统的

宿敌,感到从生态到社会的互惠和谐是幸福的保证。行千里路破万卷书,“读十年书不如走江湖一趟”,人们纷纷走出家门,走向高山、峡谷、江河、沙漠和各种各样的环境,希望通过自身的探索满足自己的对生命、自然和社会的向往与确认,人类学中的“田野采访”成为人们生活中的一种新时尚。一个个壮举在创造着,一个个探险领域在挖掘着,一个个活动在激动着呼唤着演绎着蕴藏于人们生命深处的理想。“在这个没有英雄的年代,我只想做个人”,十多年前朦胧诗人的愿望如今在一个个创造了奇迹的平民英雄的身上实现着。梦想的核心——文化和智慧与过去有了明显的不同,用经济学观点说出其中有代表性的一点就是,智慧可以成为卖点,文化可以构成巨大的无形资产。

造就平民英雄的各种活动和走向民间的文化体育活动随时在互换着角色,以至当我们评价一个活动现代意义上的成功与否时,不是看是由什么人和机构运作,而是看其是怎样运作的。换句话说,是否是符合现代社会综合需要的大型活动,是否和它本身已出现的广泛文化氛围和广阔产业空间产生了富于生产力的联系。

中国人进入了体验的时代,需要体验,为我们提供了大型活动的机遇。

“忆苦思甜”对本世纪 70 年代出生的中国人已经是一个陌生的词汇,不知道 20 多年前,它在中国行使着一种重要的社会教化功能:通过让青少年吃山茅野菜,体验旧中国劳动者的苦难生活(忆苦),思考中华人民共和国成立后社会主义制度的优越(思甜)。今天的人们吃这些东西的时候,主要基于两种需要:1. 对山珍海味的好奇和保健渴望;2. 体验独特的人文风情(最具代表性的是少数民族的饮食文化)。价格比大鱼大肉大米饭高得多的山茅野菜提供的是一种体验。70 年前,中国出现了人类历史上最壮丽的迁移史诗,30 多万民众组成的军队怀抱着拯救民族的崇高信念,踏上了长达 25000 里的行程。长征改变了中国的命运。半个多世

纪过后,红军当年的发祥地,江西的井冈山,又出现了红军热,不同的是没有硝烟,没有死亡和血腥,人们来到这个中国革命的摇篮,吃“红军菜”,穿“红军装”、“红军鞋”,红米饭、南瓜汤、野芹、地蕨等粗粮野菜成了游客必要的特色菜。井冈山旅游热靠的是体验。

这种提供体验的经济行为在我们的生活中已随处可见,电子宠物、乘坐陆地上的航天器、在农家花钱种几棵果树、到鱼塘里钓比市场上贵得多的鱼、自助烹调、参加各种特色旅游和营令活动等等,从最物质化的高科技领域和最接近自然的原始行为,体验消费的经济时代已经悄然到来,连最古板的博物馆也改变了“只许看不许摸”的传统生存方式,你可以在中国北京的首都博物馆和石刻艺术博物馆挥锤在古代名人字画复制品刻石上刻绘“自己的名人书画”,可以让孩子在北京卡通艺术博物馆自己设计和制作卡通玩具,可以在北京古代建筑博物馆用古代的木版刷印作品。花钱买苦吃,花钱买健康,花钱买经历,花钱买娱乐。你就是自己去旅行探险,也必须有钱。体验增加着消费品的人文价值,因成为消费者生命履历的一部分而超越了具体的产品和提供这些产品的服务。而对提供体验者,这就是商机。它的影响是广泛的,正如英特尔公司董事长安德鲁·格罗夫在1996年11月计算机产品供销展示会上所说的:“我们必须把我们的企业看作不只是制造和销售个人计算机的企业。我们的企业就是传递信息和栩栩如生的交互式体验。”美国芝加哥戴蒙德技术同仁公司研究员B·约瑟夫·派因第二、詹姆斯·H·吉尔摩在分析考察世界许多公司的成功经验后得出结论:“体验经济已经逐渐成为继服务经济之后的第四个经济发展阶段。愈来愈多的消费者渴望得到体验,愈来愈多的企业精心设计、促销体验。各行各业的顶尖企业都将发现,未来的竞争战场,就在体验。除非企业打定主意要一直留在商品经济阶段,否则总会被迫升级到体验经济阶段。”

在所有这些体验经济内容中,文化、体育、娱乐和社会活动

——大型活动不仅具有独特的魅力,而且拥有最广泛的消费者。曾多次成功组织运作过国际博览会的加拿大蒙特利尔市长在考察'99中国昆明世界园艺博览会筹备情况时说,大型活动的成功最重要的是民众的广泛参与。从产业的角度上讲,这种广泛参与等同于广泛的消费市场。但如何才能有效地提供这种消费,换句话说,如何进行产业型文化、体育和社会活动策划,创造并把握这个时代提供的新的经济增长点,是摆在今天策划人面前的具有无穷魅力和全新挑战的课题之一。

和众多现代经济活动一样,体验经济也必然地走入了现代整合营销领域。今天的中国已告别了一成不变的“全民中山装和蓝灰色”,但生活不是突然之间就变得如此丰富多彩的,有众多的人付出了他们的汗水和才华。其中一个几乎时刻出现在我们面前的事实是,像体育和大型文艺活动总是披着一身广告闯入你的视野一样,由企业出资而不是十几年前由政府拨款进行的文化、艺术、教育、体育、旅游等活动越来越多,方式也花样百出。这表明了一个令人高兴的发展趋势,同样是企业营销活动,但单纯的产品广告已不再引人注目,人们更欢迎那些降低甚至完全不要求商业利益的企业表现商品对生活品质的关注,特别是开展直接造福于社会的公益文化活动。大众媒体工作者使这些活动的文明效应传达到大众的心中。广告和媒体工作者的智慧与劳动成效,在社会的经济和精神生活中建起了一个通道,开辟了一个杰出广告和媒体业人士神往已久的施展才华的新天地——最理想的高层次广告诉求和信息传达的载体,是大型活动。

换句话说,如果把各种体验活动与各种公益类广告活动再向前推一步,它们就是本书的选题内容——大型活动,大型活动是现代媒体、广告、经济和理想文明需求四者融为一体的新型产业,更广义地说,它要实现的是商业、媒体和人梦想的创造性互惠结合,是一个前景广阔的新的经济增长点。

所有这些都说明了这样一个事实，产业化大型活动已经在古老的东方登陆。

这是本书想要探讨的。

这本书最初是为一个大型文化探险项目的策划而写的。但实际上，我很早以前就用生命去翻阅它了。早在1986年，我就策划了自费骑自行车旅行中国的个人活动，从云南昆明到达新疆乌鲁木齐，历时四个半月走了11069公里。1989年与朋友一道策划、组织和电视追踪拍摄了昆明八个肢体残疾的青年骑自行车和摇轮椅车环绕滇池旅行，参与了中国第一个残疾人传记系列书的策划和编辑。1990年策划和实施了骑自行车进行云南少数民族残疾人文化调查研究，历时四个月，完成10万字的社会学调研专著并为两部获奖电视专题片撰稿。1993年参与策划和实施自行车环绕中国大陆支持北京申办2000年奥运会活动。1996年参与策划信华杯全国首届健身小姐云南赛区活动，也在这一年，策划了云南迪庆首届香格里拉国际摄影艺术节，以“香格里拉”的主题命名优势在争办第二届藏区康巴艺术节期间举办摄影节的几个单位中夺魁。从个人的角度上看，我喜爱自主性的文化体育活动，但也深感，个人要创造这种机会常常比上路更难，这也是不少朋友的同感。我期望策划组织可以让更多的人参与的活动，有更多的机会在其中体验生死、友情、关爱，实现一种永恒的价值感。特别值得说明的是，我供职于云南省残疾人联合会，由于社会公益组织工作所需要的社会化方式和面向全省的视觉特性，我有了与众多部门和众多层面的人们共同思考交流如何更有效运作社会公益活动的机会。面对这个让人振奋的世界，我一直在想，自己肯定能做点什么。

我们每个人一生中都有理想，都有过尝试实现的努力。当你掌握或了解了理想在社会实现时的操作道理后，你的理想就有了

生存的更广阔空间、可以把握的时间和可以创造的机会。在这一点上,这本书要做的也是对理想与现实结合问题的生活哲学思考。最重要的是,我想把自己多年的活动策划体验与思考整理出来,而不少朋友也对此抱予了使我惭愧的期望。

真正动手是在 1996 年底的一次被邀请。

受朋友的委托,我答应策划一个大型活动,目标是在 2000 年世纪之交时,在我国古代杰出的航海家郑和的故乡云南,发起一次沿 500 多年前郑和下西洋所走航线的仿古旅行探险活动。十多年前,打开了封闭之窗的中国人面对外部世界突然涌来的各种景色,掀起了一阵寻根热,许多人自豪地挖掘出从四大发明到发现美洲,从二进制到足球的众多的中国古代第一,明朝三保太监郑和七下西洋也在其中。但是,为什么中国古代有这么多世界第一,却不能让它们从天才创造的智慧种子长成参天大树,同时引发的思考对这种骄傲是难以回避的挑战。我意识到,如果仅是造一只明朝的木制宝船,沿着郑和的航程走一趟,不过是“从种子到种子”的高风险低收获劳作,甚至不及当年郑和航海的结局——虽然郑和航海时朝野上下议论纷纷,不少人认为它耗竭了国家的财力,得不偿失,因此郑和去世后,明朝统治者下令不得建造双桅以上的船(违者斩),焚毁了郑和航海的所有资料“以绝效仿”。但是,他毕竟在世界航海史上建下众多开创性功绩。仿古航海却连这种重复的机会也没有,而且,要在世纪之交策划一个大活动可以有多种选题,何必非得借用一个太监的壮举?要让这个创意有价值,实现与跨世纪壮举相符的巨大的社会效益和经济效益,必须有文化上的全新定位和运作上的高效把握。这是一个高难度的策划项目,我为它的挑战性和辉煌色彩所吸引,预感到它蕴藏着一座巨大金矿般的价值潜力,但没有想到这个梦想创意会带着自己走这么远。

在写作这本书的时候,我身心里时常出现一个江河发育生长的感觉。从荒凉的高山上由滴水汇成小溪,又由无数小溪汇成小

河,河的成长是不断汇集水流,而河的意义则是它流经的土地和灌溉的生命。高度决定了流动,远方决定了波涛向前。

有两个发现促成了这本书的写作。

首先研究中国产业化大型活动理论极为迫切和必要。

我在参与策划和实施一些大型文化体育活动和影视、文化、残疾人工作策划中,越来越感到活动策划的魅力。但过去基本都是凭借生命的深邃冲动、创造力、文化与社会学科的综合知识和工作的经验。航海活动就不同了,它有可能成为中国本世纪末民间最大的一次大型文化体育活动,其策划的技术难度促使我下决心系统地将大型活动策划作为一个学科理论研习一下。我把昆明书市上几乎所有的策划理论和个案分析书买回来,同时思考了如各类旅行探险、体育、文化和企业的公益营销大型活动,兴奋与遗憾并存:

——中国具有现代意义的各类旅行探险活动和民间大型文化体育活动的出现,在本世纪 80 年代,并随着中国改革开放的迅速推进,样式和项目也越来越多,文化内涵越来越丰富。尽管我们不时从中见得到一些幼稚甚至病态、畸形和丑闻,但也表明了一个令人振奋的事实,中国人有了 5000 年文明中从未有过的开放机遇和心态,有了对身心健康、了解自然与世界、自我和公益参与等文化与人本实现价值的需要。或许还可以这样说,它是 70 年代末到 80 年代初中国青年朦胧诗的行为艺术方式,都反映出自我实现、对社会道义的追求、对自然的热爱、对交流与自由的渴望。回归人、回归自然、回归社会,从形式和本质上看,这种回归其实都是创新与生长。这是大大小小文化体育活动所反映出的文化趋势。

——而对许多部门来说,中国社会正向着“小政府大社会”的机制转变,过去的角色和职能都发生了质的变化。作家协会、文联、体委等社会文化公益部门正摆脱“官”的僵硬体制,走向民间,走向市场。于是,以体育改革为代表的大型活动的各类行业纷纷

开始社会化的组织方式和产业化的策划运作,走向大众,也走进商战。

——在中国经济和社会发生的深刻变化中,市场经济促进了经济的繁荣,也促成了一种中介性质产业的兴起——广告业,也就是人们常用“CI”、策划、智业等词汇表述的新兴产业(对中国而言)。研究各类杰出策划人士的理论 and 个案策划杰作,我在深深受益中也产生一种遗憾:至今还没有一本专门谈及大型活动的书。大型活动在现代社会发展迅速,在发达国家已有“第五媒体”之称,视为 21 世纪初利润将超过电视和报纸的新型媒体产业。我国的大型活动虽然形态和运作模式还是初始型的,还在计划经济和市场经济转轨的力量冲撞中蹒跚探索,但已在企业的公益性促销活动和部门操作的差额拨款的体育赛事等活动中显出了极大潜力。在急切的呼唤中,一个实现文化体育(及公益社会)理想与商业经济需求有机融合的文化活动智业产业即将应运出现。

——在过去的各类活动中,悲剧和缺憾出现得极为频繁,究其原因,除了专业技术的设备与使用、自然的挑战、人自身综合素质、社会变革调整中产生的冲突等因素外,还有一个重要的原因:中国至今还没有人专门从事大型活动的研究与开发,这包括战略分析、文化定位、运作谋略、政策法律保障、媒体运作、广告业务、融资业务、与社会和其它相关产业的关联等。没有理论的活动就像没有地图的长途旅行,可以见到精彩的景观和体验惊险,但肯定风险和损害也增加了。

其次,作为引发思考的航海活动策划,此项目极为典型地反映出大型活动在文化内涵上的主要特质,即文化开放与交流的重要价值。再现历史上的郑和航海形式并不难,困难在于要弄清楚它产生的影响,它在人类历史中的地位 and 在中国文明发展中的价值,特别是对今天的中国有什么历史承传的内在意义,与今天人类文明的内在关联。这是一个庞大的课题。

在现代意义上对世界航海先驱郑和七下西洋壮举的再开发，我为它取的名是“千年之梦”。这绝不是靠决心就能办到的事，它涉及到许多因素，特别是经费和运作条件。另外，创意不等于策划，就主题创意来说，为航海而航海肯定只有表面效果，仿郑和航海与几年前仿辛伯达航海、纪念哥伦布航海 500 周年的仿古航海没有多少区别，何况几年前已有人将郑和七下西洋故事搬上影视，投资风险太大，绩效难测。要实现这个梦想，必须有科学的分析、决策和实施战略架构，我在着手构思时就注意带入了较多的战略理论。我并没有像许多活动策划者那样在总体策划方案出来后就停止脚步，而是接着把在理论上更为重要的总体战略方案以及战略分解方案写下去，它们也逐步调整和完善着我的思考，让我对大型活动的理论、中国和世界的历史发展、对我一直视为高深莫测的市场营销和广告业务有了进一步的认识，加深了对变化着的社会的理解，并以学习者和思考者的积极方式度过了一年多的业余时间。虽然不能将此梦想实现是件遗憾的事，但是，这并不等于梦想就失去了它的意义。在遗憾地得知朋友因种种原因不能实施此策划后，我充实和调整了理论阐述，原准备是以项目策划文案的方式出版，在探索一种大型活动策划经纪的同时，为这个梦想寻找新的理想的实施者。初稿出来后，在听取了不少朋友诚挚而极有见地的建议后，我重写了本书。在这个过程中，我再次研习了大量的国内外直接和间接的大型活动个案，在更大的领域对产业化大型活动策划做了更深探索。由于本书结构等方面的原因，原完整的项目文案仅选择两个重点文案（总体战略分析和主题文化立体定位）作为本书的附录，并且项目策划（内容）完成时期仍保留在 1998 年 2 月。从个人的愿望上说，我更倾向于本书的出版能促进对附录的价值开发，同时，它所面对的文化环境也是中国大型活动将面对的，而它的文化定位也指出了中国特质文明与世界文明的结合问题。我希望它能以这种方式在发行的路上找到能让它启航出海的

人。毕竟,这梦想如果能够实现,将是本世纪(或许也是这个一千年里)中国民间最大的一个文明梦想,如果不能实现,就将是本世纪中国民间留下的最大梦幻和献给新世纪的梦想礼物。当然,作为与产业化大型活动运作特性相应的内容,我也在本书出版的同时,申明拥有此项目策划的知识产权,任何未经本人同意,使用该活动名称用于广告等文化商业活动或实施使用项目策划创意内容的,均为侵权。我确信,通过出版促成项目策划有偿转让,对许多有志投身策划业却又苦于找不到实现中介的人士是一种鼓舞,在表明知识智力的生产力价值的同时,促进中国策划业经纪机制的形成。

大型活动的本质是以交往、公益和体验成功的巅峰状态为主要动机的实现过程,我希望有更多的人从事大型活动,如果能形成一种气候,当我再次策划和运作这种项目时,就有了更好的环境条件。我愿意此书能让我结识有这种梦想的朋友,正像古人们常做的,我发表此书是在以文会友。

中国人有了创新需求和危机感,这是一种好事,它表明了一种合理的竞争正在形成,这也是梦想策划的实用价值。人是在对理想的不断选择中生长的。虽然实现的方式和结果千差万别,但每个人都有这种体验。每个人都在策划自己的一生。而对数千年辉煌灿烂的东方古国来说,千年之梦是一个中国人的机会。郑和错过的机遇不应在我们生命中再次错过。

这梦想如此震撼人心,以至我为了它有生长机会写下这本书。

这是一种命运的选择吗?我问自己。

两年多的写作断断续续,白天忙于工作,周末留给妻子和三岁的儿子,度过我所珍视无比的天伦时光。在中年人的忙碌中常常深夜才抽空坐到电脑前,每周写作的时间累加起来不足8小时,但我乐此不疲。就在今年初书的第一稿写作接近尾声时,老父亲因突发前壁性心肌梗塞住进了医院,在19天里,白天上班,夜里,我

焦灼不安地守护在病床前,每听到动态监护器发出一次心脏的搏击声,我心里就涌上一道希望,直到他以乐观和勇气配合医生赢得了这场生死竞争。我常想起三年前在产房外守候妻子分娩的情景。就在这些夜里,我更深邃地领悟了什么叫生命和希望。父母给予我生命,在我幼年受伤时给了我乐观地寻求与感知世界的基石,现在我又和妻子一起把它建立在儿子生命里,人的希望就这样延续和成长。我还常常想到近 40 年的生命中突破的一个个极限。

借助这从生命中凝成的支点,我更理解了人们的探求,看清了这些探求为产业文化活动这种应运而生的变化所提供的路牌的含义,有如过去西藏高原的朝圣路,熄灭的塘火熏黑的石头和动物的骨骸标出了走向圣地的路。也从最原始的基点充实和增加了我对人类梦想与文明进步的信心,以及对人类生命历程的纵深和开阔的触摸。人类的文明何尝不是这样成长的,从夸父追日到唐僧取经,从郑和七下西洋到潘德明徒步环球,文明的流动不是靠生物的惯性,而是对梦想的承接、汇集和期望。人就是因为抱有希望和梦想才辉煌的。梦想策划让人的这种成长更富有效率和成果。人类是在选择生命的机会和品质中生存,在对梦想的追求中发展。每个生命都在唯一的周期中承接和传递着这种期望卓越生存特质的辉煌。没有梦想,对树是没有天空,对人是没有远方和明天。我想,这是本书想表达的。

在第二稿接近完成的时候,我随国务院残疾人工作协调委员会基层工作督查组的孙为民处长到云南省三个地州督查基层工作回来的那天,刚好从《参考消息》上看到一则令我特别欣慰的消息,这一天中国奥运会和北京市副市长向国际奥申委递交了中国正式申请承办 2008 年夏季奥运会的报告。这以后,不少朋友不断再次向我提起 5 年前为支持中国第一次申办奥运所做的那次大型文化体育活动,我不可避免地频频回到往日的路上,但这不再是单纯的重返和感叹,而是带着 5 年来对它的种种反思和这本书稿里所表

达的尝试。实践、体验、思考和尝试,我感到一种被注定完成某种使命的命运轮回感,我不知道是否有一种叫做“上天”的神秘主宰力量,但可以肯定的是,我明白它验证了某种价值的存在意义,这来自我近40年的生命探求,以及与这生命产生的密切联系的人们。

我不能重做那次活动,但可以用其它方式来重做。我愿以这本书对中国奥委会说,祝五环旗早日在中国升起。梦想传承,我的脚只能走很少的路,但心智却想走尽可能多和长的路。机会是为有梦想的人准备的。

本书的写作得到许多朋友的帮助,除了过去岁月里曾和我一起上路的朋友们外,也得到宝利嘉文库的杨东龙先生,跨世纪中国策划思想库的武齐先生,云南人民出版社的朱原女士,昆明电视台艺术中心的李玉森和付晓明先生,云南省残疾人联合会的邓强先生,云南探险娱乐旅行社总经理金飞豹先生,云南昆阳郑和公园郑和研究所的徐克明先生,海天出版社、广东旅游出版社、海南出版社等出版社的宝贵意见,许多记者与机构的出色报道和报刊文章为我在文中引用个案提供了宝贵素材,我更要感谢的是华夏出版社对此书出版的大力支持。我不能逐一地对他们表达心中的感激之情,我知道,唯一能够完整表达感激的是,尽个人所能吸取大家的智慧和愿望,献上这本粗浅的书。

再过一年就是下个世纪。在这个一千年里,人类沉积并托起的梦想总应该还有一种表达方式。此书能对中国人更好地策划运作产业化大型活动做出微薄努力当然是我的愿望,但是如果能让《千年之梦》成活,将会怎样地激动人心。这是我献给新世纪的礼物。人类在任何时刻都需要千年之梦(无论它的表达方式如何)。时间可以过去,新世纪也可以成为往事,但我想,我做了这些就能回答儿子(我们应该这样面对子孙):踏上2000年门槛,在这个特殊的时刻,我在哪里,在做什么。

为这个世纪留下一个梦想,为新世纪献上一个梦想。

①王新南:《云南人,“明斯克”航母的一手买家》,《春城晚报》,1998年10月20、21日。