

击鼓传馨

忻州文化旅游深度报道

张云平 著

山西出版集团
山西人民出版社



击鼓传馨

忻州文化旅游深度报道

张云平 著

山西出版集团
山西人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

击鼓传馨 / 张云平著. —太原: 山西人民出版社,
2008. 11 (2009. 7 重印)

ISBN 978 - 7 - 203 - 06259 - 2

I. 击… II. 张… III. 新闻报道 - 作品集 - 中国 - 当代
IV. I 253

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 176779 号

击鼓传馨：忻州文化旅游深度报道

著 者：张云平

责任编辑：赵 玉 蔡咏卉

装帧设计：大 鸟

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：山西出版集团·山西新华印业有限公司

开 本：787mm × 1092mm 1/16

印 张：25. 5

字 数：310 千字

印 数：1 001 - 2 000 册

版 次：2008 年 11 月第 1 版

印 次：2009 年 7 月第 2 次印刷

书 号：ISBN 978 - 7 - 203 - 06259 - 2

定 价：88. 00 元

如有印装质量问题请与本社联系调换

眼高心低苦读勤写

安平日誌
甘惜分

一九九二年十月
甘惜分
於外

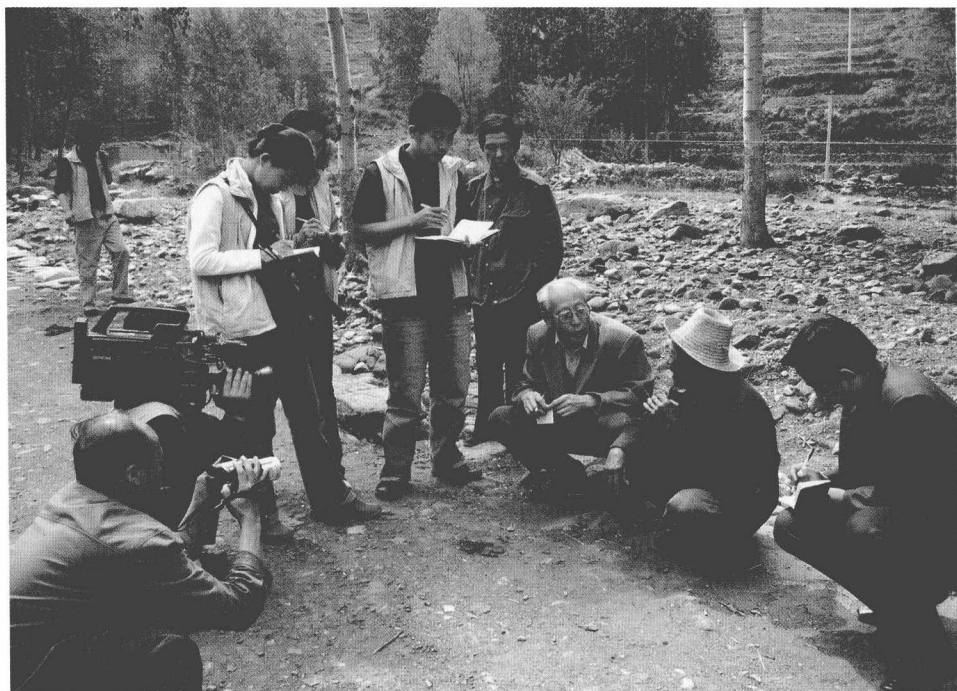


留真、写真、不传闻。
与雪年共勉。

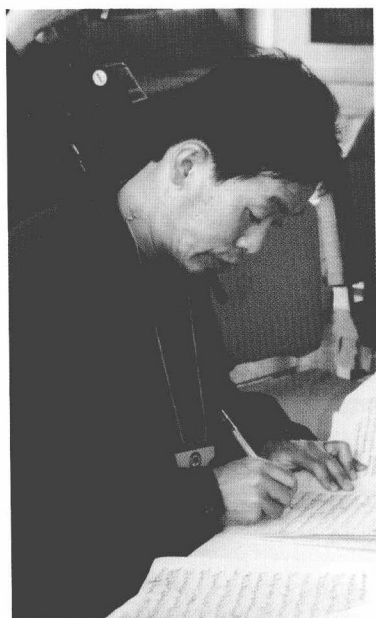
李希光

2006.12.14

清华大学新闻与传播学院教授 李希光题词



一线采访抗日老兵



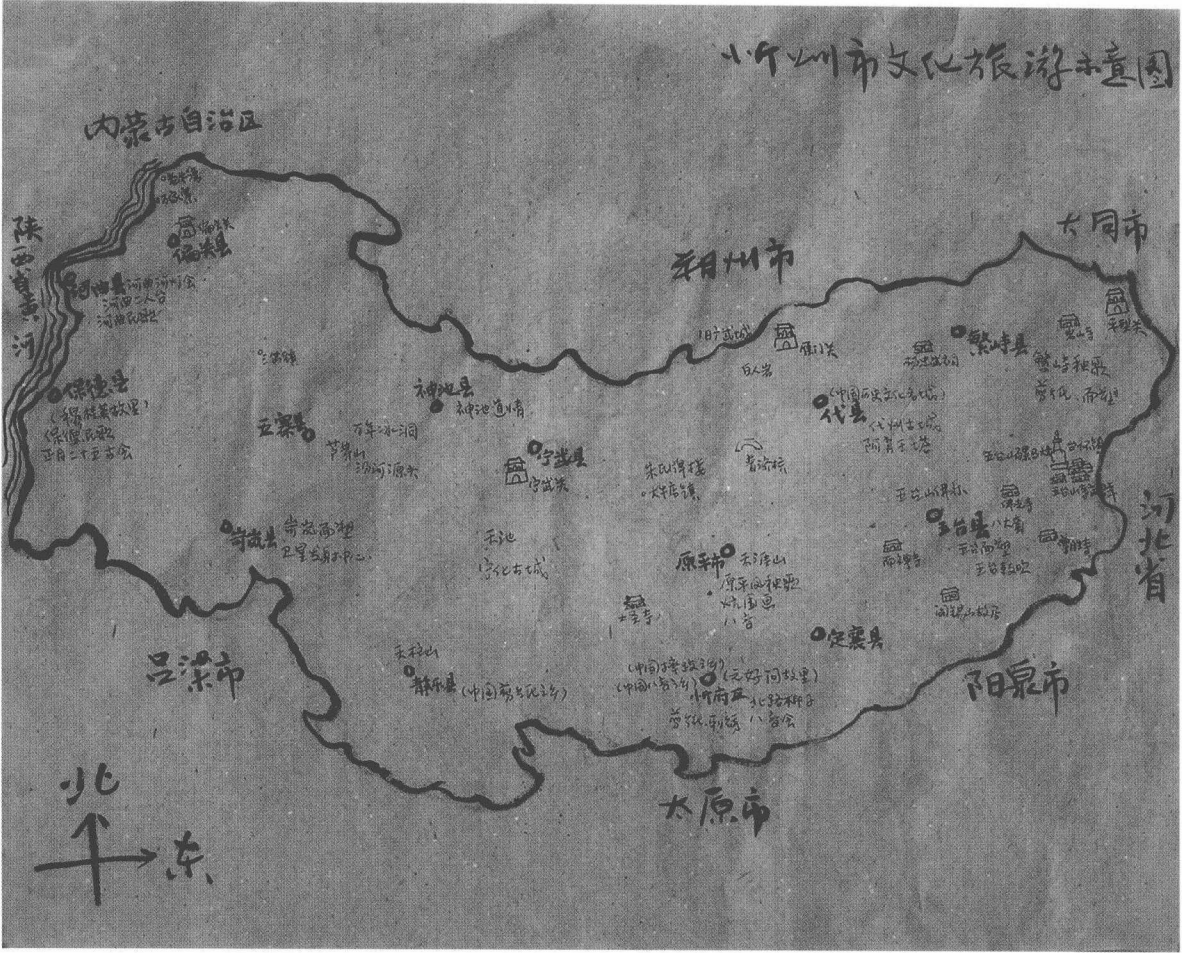
会议间隙写作



参与忻州文化遗产保护



与年轻学子促销忻州旅游



忻州市文化旅游示意图



代序一 重槌击鼓方传馨

■ 苏高田

云平的书要出版了。书的基调是凝重的、深沉的,封面下方一份份交叠起伏、明暗变幻的报页,远看似一幅连绵起伏的山水画卷,近看却是一篇篇发表于头版醒目位置的犀利文章。它体现了本书重于反思的主旨和风格,蕴涵了一名记者“铁肩担道义,妙手著文章”的良好职业操守和清澈见底的文笔功夫。洋洋 58 篇报道,有一半是旅游方面的专题,我作为旅游局长大都拜读过,其中不少旅游命题也与云平交流过、讨论过。今天重读这些文章,亲切之余又多了一份感慨:云平不是工于心计之人,但这个集子却令他煞费苦心。本书不仅是对十几年来忻州旅游发展轨迹的真实记录,更是对旅游产业实践的不断反思和总结。云平勤于独立思考,虽为记者,但研究旅游已经成为学者,书中论及的许多问题,都是旅游发展中带规律性的东西,充满理性之光,读来颇受教益。

政府主导是许多地方旅游产业初创阶段的通行模式和主导战略,但毋庸讳言,忻州旅游产业地位的确立确实走过一个逐步认识到位的过程。云平从 2000 年发表《忻州旅游业,怎么就火不起来》这篇文章起,就大声疾呼政府主导的重要性,其情之诚,溢于言表。之后,随着产业实践的发展,市委、市政府把“山水关”作为全市三大重点发展战略之一,云平也跟进实践并发表了一些脍炙人口的



好文章,比如《绍兴文化节,忻州学什么》、《郑州归来该想啥》,特别是在《山水中原,必有我师》一文中,他通过对“焦作现象”、“栾川模式”和“云台效应”的考察与深思,进一步强调了“政府主导、调产转型”的核心经验,强调了要从战略决策、规划建设、招商引资、设施配套、抓总协调等方面把旅游业拿在手上,这些观点完全符合旅游产业的发展规律,贴近忻州旅游发展的实践。

资源整合是打破行政区划、做大做强旅游产业的必要前提。记得在2003年云平曾对我做过一次关于资源整合的专访,之后就发表了《资源整合,忻州旅游新亮点》一文,文中对忻州五大旅游区资源整合做了新的探索(遗憾的是,这篇文章未入编本书)。此后几年,云平连续发表了《忻州城区,能否打造成旅游集散中心》、《黄河金三角,亟待打造的旅游大区》、《繁峙美景,何时走出“地域情结”》等报道,都反映了资源整合的重要性和迫切性,强调了无论是在区域内部还是与周边地区,都要打破行政界限,形成资源互补、市场互补、发展互补的区域发展新格局,这些观点对转型时期忻州旅游业创新理念、发挥优势,无不具有积极的启示作用。

注重客源地建设,强化宣传促销,是旅游产品进入市场的必经途径。这些年我们在宣传促销方面做了不少努力,并先后提出了“忻州山水关 京津后花园”、“五台圣境 五福忻州”等形象宣传口号,云平总是在第一时间与我们达成共识,这在《忻州山水关,走向大市场》、《呼市“旅交会”告诉忻州什么?》两篇报道中都有明确体现。而在整体促销上,云平在诸多报道中肯定了政府主导作宣传,旅游行政、旅游景区、旅游企业三位一体的联合促销机制。令我印象犹深的是,在“五台圣境 五福忻州”宣传促销口号提出伊始,见仁见智,也有一些争议,当时最使我感动的,不仅仅是市委、市政府和业内人士的认可,也不仅仅是魏小安、刘国华等知名专家的肯定,还在于我们忻州几位重量级学者的认同和参与:一是忻州师院的肖黎民,他建议在“五台圣境”中契入“福慧同增”的理念,使口号



的内涵得到升华；二是山西日报社忻州分社的班彦钦，围绕这一口号做了许多实践方面的创意；再就是张云平，他从市场营销的角度发表了很好的见解，此后更是围绕这一促销主题写了许多这方面的好报道。云平事实上已经成为忻州旅游的新闻代言人。

旅游产业是文化产业，文化是旅游产业发展的核心竞争力。近些年云平一直在关注地方文化和旅游产业发展之间的互动作用，破解现实难题。《开启红色宝藏之门》、《代县旅游，为什么不主打杨家将品牌》、《貂蝉故里，敢问旅游开发路在何方》、《我们拿什么纪念元好问》、《忻州二人台，要打阵地战》、《阎锡山旧居，你大胆往前走》、《五台山还缺少大型旅游演艺市场》、《忻州边塞诗，可否帮旅游一把》等一篇篇文章，从革命文物、历史名人、佛教文化、地方曲艺、旅游餐饮、诗词文学等方面阐述了文化才是旅游之魂，是旅游业明天的核心竞争力，而文化也需要借助旅游的平台，将地方文化转换为特色旅游产品，才能真正走出困境，迈向繁荣发展之路，这和我们用地方特色文化包装和彰显地方特色旅游的思路是一脉相承的。

旅游业是生态文明建设的助推器，生态环保是旅游产业科学发展的原动力。云平对此有着特殊的敏感，过去10年间，他一直对此无法释怀，一直大声疾呼，连续发表了《秀容环境质量，几多欢乐几多愁》、《整体保护，秀容古城的发展观》、《忻州古城老街，遭遇灭顶之折》、《忻州文物，做好“保护第一”了吗？》、《金色五台，明天的竞争力在哪里》、《五台山缘何迟迟难圆“遗产”梦》、《台山旅游业，何时昂起你的“龙头”》等文章，文中有些语言近乎尖刻，有些观点也似乎偏激，但我想说的是，云平所看到的这些问题，实在是令人担忧！讲真话是需要勇气的，听谏言是需要肚量的。他以一个当代记者的特有良知，提出了对生态、文物、旅游三赢发展的深切期盼，这是难能可贵的。沉闷之时，重槌击鼓；忧心如焚，其言也直。我们没有理由苛求他，不能要求他的每一句话听起来都那么顺耳，每一



个观点都是绝对真理。令人欣慰的是,近几年忻州环保工作成绩喜人,五台山“申遗”也进入决胜阶段,《精心打造庄严的佛国圣殿》成为现实的可能,五台山昂起龙头指日可待。云平为此振奋,我们大家也为此振奋。

由于篇幅所限,虽然余言未尽,却也只能点到为止。好在云平出了这本书,好在过去的文章现在读来也不过时,大家可以从书中去品读绵绵未尽之意。我们期待并相信云平能够继续坚守,当一名淡泊名利的好记者,期待并相信云平会有更多更好的文章面世。文化旅游需要这样的深度报道,文化旅游需要这样的击鼓传馨。

(作者系忻州市外事旅游局局长)



代序二 源于责任的信念探求

■张晋升

去年7月初,云平兄来信说,要把从业20多年来的得意之作集出版,并希望我为书作序。要说我们当年一同考进报社,一起住单身宿舍,无话不谈,相知甚深。及至后来我离开报社,也时有问候交流,并一直关注他在新闻报道领域不懈的探索。但说到写序,总觉得应是新闻界大家所为,岂能顺势下笔。今年春节回忻州过年,看到由甘老和李希光老师两位学界名人的题词在先,才庆幸自己当初明智的选择,也为凝结了云平兄多年心血的书稿最终面世而感到欣慰。

《击鼓传馨——忻州文化旅游深度报道》收录了作者1997年到2008年间发表的作品,其间正值忻州经济和文化建设步入发展的快车道。如何面对经济改革的挑战把握新的发展机遇,如何依托已有的文化资源打造具有地域特色的忻州旅游文化品牌,成为全市上下思考的重要问题。本书摘选的报道从不同侧面折射出这一时期忻州经济社会发展和文化建设中出现的新情况、新问题和新趋势,在报道题材的深度挖掘和报道方法的创新方面做出了很有价值的探索。

开发忻州文化旅游资源,打造忻州文化旅游品牌,是作者长期关注的重要领域,其内容占全书近3/4的报道篇幅。这一方面是因



为他长期担任文化记者的分内之责，更主要的是源于作者对忻州文化旅游多年倾注的情感和思考。忻州文化旅游的报道大体可分为四类：一是对忻州旅游市场现状的整体关注，如《忻州旅游业，怎么就火不起来》、《黄河金三角，亟待打造的旅游大区》等；二是对忻州旅游的个案解剖，如《台山旅游业，何时昂起你的“龙头”》、《五台山缘何迟迟难圆“遗产”梦》、《忻州古城老街，遭遇灭顶之拆》等；三是如何挖掘整理本地优势文化旅游资源，如《貂蝉故里 敢问旅游开发路在何方》、《穆桂英，保德未来旅游新卖点》、《我们拿什么纪念元好问》、《阎锡山旧居，你大胆往前走》等；四是他山之石的借鉴，如《绍兴文化节，忻州学什么》、《呼市“旅交会”告诉忻州什么？》、《郑州归来该想啥？》、《山水中原，必有我师》、《韩剧热，热了观众热旅游》等。这些报道无论是整体的关注还是个案的解剖，无论是文化遗产亮点的梳理还是兄弟省市经验的总结，都紧紧围绕如何振兴忻州旅游业这一主题，特别是五台山和其他旅游景区的开发、建设和管理中出现的问题。如果没有对忻州文化旅游长时间的观察和积累，没有对振兴忻州文化旅游的情感体验和深度思考，仅凭走马观花很难信手写就这样厚重的文字。

经济报道不是本书收录的主要内容，但与文化相关，确是分量十足、亮点迭现。与以往对忻州经济发展的程序化的、经验性的报道不同，对问题的关注以及对现象背后社会原因的剖析，成为这类报道的最大特点。如本书的压轴之作《忻州，令人揪心的“倒数第一”》，全方位剖析了忻州经济社会发展指标“落榜”的原因，笔锋淋漓酣畅，观点直抒胸臆，颇有2002年深圳网民吕中校的成名作《深圳，你被谁抛弃？》的文风，让习惯了党报风格的读者很不习惯，但又像是读者期待已久的心声；《可惜，合资企业又“飞”了》、《土专家萧飞想要“飞”走了》、《童颜，何日才能重现辉煌》虽不是系列报道，但主题分别对应忻州的投资环境、人才环境、体制环境。到底是什么造成了合资企业搬迁异地、优秀人才远走高飞、知名品牌优势不



再?报道从现象入手,对问题纵深追究、横向比较,情真意切,见解深刻,值得政府和有关管理部门深思。

本书的内容定位于“忻州文化旅游深度报道”,大部分报道皆因具体的人物、事件或报道对象有感而发,但又没有停留在说明 when、where、who、what,而是重在说明 why 和 how,即“围绕社会发展的现实问题,把新闻事件呈现在一种可以表现真正意义的脉络中”。作品立足于事实、问题和现场,追根溯源,左右延伸,分析意义,预测未来,较好地体现了深度报道应有的特点。自1986年“全国好新闻评选”首次设立“深度报道奖”以来,深度报道经《中国青年报》、《经济日报》、中央电视台、《南方周末》、《财经》杂志以及《南方都市报》等媒体的推波助澜,成为媒体凸显公信力和影响力的重要报道体裁,满足了社会转型时期受众从信息的接受者到意义的寻求者的角色转变需求。相比较而言,地市级媒体在这方面的实践一直相对滞后。作者作为地市党报的一名普通记者,没有中央级媒体的话语权力,没有《南方周末》的媒体环境,却能从现象中挖掘事件的本质,在小地方做出大文章,为地市报深度报道的创新增添了浓重的一笔。

阅读云平凡的作品,一直在思考这样一个问题:为什么是他,而不是别人?

作者曾以20世纪80年代人文精神的“楷模作家”张承志的话来阐释自己新闻选择的理由:“永远有对于人心、人道和对于人本身的尊重;永远有底层、穷人、正义的选择;永远有青春、反抗、自由的气质。”事实上,这种认知已经超越了职业意义上的记者责任,更多的是源自内心的道德信念。责任可以找出很多理由去逃避,但信念则是一种精神状态的坚守。在循规蹈矩的报道已然成为许多记者职业习惯的大环境下,他用手中的笔诠释了一个胸怀职业理想和道德信念的记者的担当。

看完书中收录的作品,读者可能会产生以下疑问:作者对社会



现实所做的判断和推论,是否过于犀利生猛、不留情面?这样写到底有什么意义?透过一篇篇激情四溢的文字,我们可以清晰地感受到作者基于“爱之深、责之切”信念基础上的行为动机。真的记者应该是敢于直面现实、击鼓呐喊的建设者,而不是粉饰太平、随遇而安的记录者,这不仅是时代赋予记者的要求,更是读者发自内心的召唤。在纪念忻州改革开放 30 年之际和五台山“申遗”进入倒计时的关键时期,这也许是一位坚守“正义、爱心、良知”的记者所能奉献出的最珍贵的礼物。

(作者系广州暨南大学新闻与传播学院新闻系主任)



目 录

台山旅游业 何时昂起你的“龙头”	(1)
秀容环境质量 几多欢乐几多愁	(10)
秀容商厦热也该降温了	(18)
可惜 合资企业又“飞”了	(22)
抢救历史文化 我们来做	(27)
打名人牌 走发展路	(32)
忻州古城老街 遭遇灭顶之拆	(36)
这也设卡那也设卡 发展何其艰难	(41)
忻州旅游业 怎么就火不起来	(44)
五峰魅力究竟在何处	(50)
土专家萧飞想要“飞”走了	(54)
童颜 何日才能重现辉煌	(57)
我们渴望放飞	(65)
台山进山门票 能否优惠忻州人	(71)
五台山缘何迟迟难圆“遗产”梦	(75)
台山文物 你还能支撑旅游业多久	(82)



台山北台顶惨遭人为破坏	(89)
开启红色宝藏之门	(93)
整体保护 秀容古城的发展观	(102)
免费乘车 何以遭遇如此尴尬	(105)
忻州山水关 走向大市场	(110)
精心打造庄严的佛国圣殿	(118)
忻州城区 能否打造成旅游集散中心	(126)
博士生牵头 “口述”山西抗战史	(134)
我们不怕死亡 就怕被遗忘	(137)
五台县烈士陵园屡遭蚕食现状堪忧	(140)
三晋宝殿 华夏骄傲	(144)
貂蝉故里 敢问旅游开发路向何方	(150)
绍兴文化节 忻州学什么	(161)
山水中原 必有我师	(170)
忻州文物 做到“保护第一”了吗	(180)
骤然升温的忻州“家谱热”	(189)
金色五台 明天的竞争力在哪里	(197)
代县旅游 为什么不主打杨家将品牌	(206)
繁峙美景 何时走出“地域情结”	(215)
谁来调动开发雁门关景区的积极性	(221)
“乡土词人”赵永平四处碰壁 无奈求助合作商	(226)
黄河金三角 亟待打造的旅游大区	(228)
晋陕蒙黄河金三角经济圈浮出水面	(236)
征集文献实物 我们与时间赛跑	(244)
忻州公关业 且忧且喜向前走	(252)