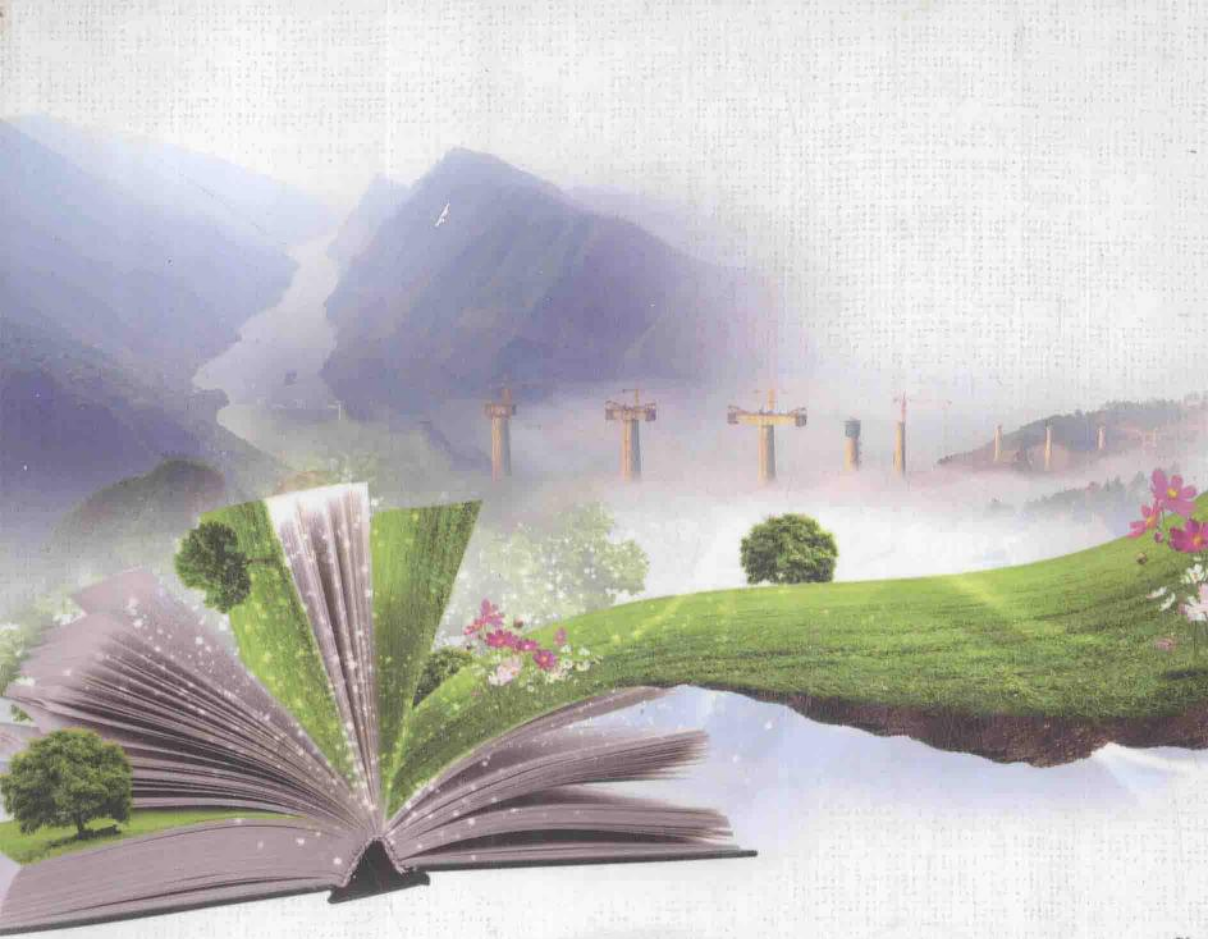




穿越鄂西圈

——文化创意案例

徐新桥◎著

打上绑腿立足现实。背起历史的沧桑行囊,面对世界别致精致极致,
策划在微笑曲线飞翔。穿越梦乡穿越梦想。魅力鄂西握手小康……

湖北科学技术出版社



穿越鄂西圈

——文化创意案例

徐新桥◎著

湖北科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

穿越鄂西圈：文化创意案例/徐新桥著. —武汉：
湖北科学技术出版社，2013. 6
ISBN 978-7-5352-5747-5

I. ①穿… II. ①徐… III. ①文化产业—案例—湖北省
IV. ①G127.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 104264 号

责任编辑：谭学军

封面设计：戴 旻

出版发行：湖北科学技术出版社

电话：027—87679468

地 址：武汉市雄楚大街 268 号

邮编：430070

(湖北出版文化城 B 座 13—14 层)

网 址：<http://www.hbstp.com.cn>

印 刷：武汉兴和彩色印务有限公司

邮编：430072

700×1000 1/16

18 印张 230 千字

2013 年 6 月第 1 版

2013 年 6 月第 1 次印刷

定价：39.80 元

本书如有印装质量问题 可找本社市场部更换

导读及内容提要

源于生活高于生活的文学，往往是现实的反映，如徐霞客游记。如果描绘未来的景致，艺术幻想，科学构想，并散文记之，那就是穿越时空的游记。这是一种技艺，技术与艺术的有机结合。它是费力之技，你得跋山涉水实地踏勘；它是劳神之艺，你得搜索枯肠翻江倒海；它是多学科融通，你得平中见奇奇峭着地。指点江山，激扬文字，这种有益社会创造的“策划游记”以案例的形式结集出版，首见于诸君手捧的《穿越鄂西圈——文化创意案例走笔》。小荷才露尖尖角，早有蜻蜓立上头。作者期待抛砖引玉，产生“映日荷花别样红”的中国创意。

本书作者近十年来从事湖北省文化旅游建设规划与项目管理工作，走遍了全省的山山水水，深入了解荆楚多样丰富的文化，组织编制或主持专家审查了无数的总体规划、专项规划、项目设计，在武汉大学、华中科技大学等多个院校兼职研究及教授文化创新与策划专题。本书就是作者结合实际工作耗时五载所撰。虚构景观诸如健美武当，智慧襄阳，香草宜昌，纪南犬殇，若你一一寄足寻访，就会嗅探徐霞客武当求郎梅的踪迹余芳，亲临诸葛亮夫人闪亮登场的十里牡丹花廊，享受离骚 30 多种美容植物精华，慨叹古纪南城义犬黑龙那一人高的伟大。有些篇章则游离于文学和哲学之间，你可触摸顶层设计者思想的塔尖；附录中的一篇专业论文，从理论和方法上，阐述了基于价值链模型的文化创新双极效应与耦合效应，并以鄂西生态文化旅游圈为例实证分析。附录中的“媒体痕迹”提供了方法学的秘籍，有如为你配备了一把钥匙，帮你打开金字塔的隐秘之门。教育部高等学校文化素质教育指导委员会主任杨叔子院士欣然为本书作序。

本书这种开创性的策划畅想作品及可直接设计落地的准产品，或作文学，或作教学，或作践学，不仅可以把茗品味、消闲评弹、寄足赏析、激发情怀、提振精神，更可供有关生态文化旅游方面的策划、规划、设计、建设和研究者援引、借鉴和参考。由于本书案例紧密结合实际，创意刻意面对市场力、策划指向操作性，付诸实施抑或产生数以亿计的经济效益和巨大的社会效益，亦是作者辛勤著述和本书面世可能可望产生的可喜之成果。



这本《穿越鄂西圈——文化创意案例走笔》很值得一读。

与徐霞客记录现实的游历不同，徐新桥写下的是未来的游历。他以文化为灵魂精心谋划一个又一个的景点景区，并用虚拟游记散文的笔触，妙笔生花，“映日荷花别样红”，导引我们神游那一个又一个美妙的意境。

看似是一些游记，其实又不是游记。游记只管发现美、欣赏美，而徐新桥却是在构造美、制造美。他要将美丽播下种来，还要让它们生根开花结果。就像科学领域的“哥德巴赫猜想”，徐新桥这是人文领域的“哥德巴赫畅想”。畅想更加青翠的生态，更加灵动的文化，更加惬意的旅游，畅想生态文化旅游的整合，事业与产业的融合，经济发展与社会进步的契合。

本来，策划、规划、设计是一件劳心费力的事情，如果还要用美妙的文学体裁将其方案表达出来，让业界人士和大众读者在美的享受中得到感悟和启发，就是一项迎难而上的“哥德巴赫猜想”攻关之举。为此，需要运用广博的知识、辛勤的汗水、专业的经验、高度的责任感、独具慧眼的视角，将可操作性与可经营性结合起来。“徐新桥策记”（《穿越鄂西圈——文化创意案例》）不是“徐霞客游记”，但二者的克难奋进却是一脉相承的。

徐新桥的这种文体实质是散文中的游记，或科学说明文体，不是创新。但用这种文体来表达工程设计内容却是一种创新。人文文化与科学文化相结合，对一位从事专门业务的机关管理者兼文学家来说，是相辅相成、相得益彰的“绿色”融合。将文学美运用在工业设计的表现形式上，让创意更轻松，让创造更美丽，让设计更人性化，值得大力提倡。国际工业设计

联合会（ICSID）就在文件中明确指出，创新技术人性化是设计的重要因素。当然，这种设计要达到极致化程度，在符合人们的物质需求的基础上，体现和满足精神与情感需求；这种记录要易读、可读、耐读，读出比一般游记更多奇异的享受、更多人性的感悟、更多激励的动力，甚至读出不在读中的人生哲理，不是一件容易的事情。

科学求真，人文求善，科学人文的结合，自然是一桩美差。我向来倡导这种绿色文化。播种足迹、培育心迹的徐新桥正努力开辟道路，布局道路两边的美景，创意种种芳蹊香径，这是心灵的旅程。它会擦出更多的火花，绚烂祖国的大好河山。而我，似乎是而又真实在提前享受那种旅途的愉快。

但愿未来的芳蹊香径收获脚印无数，如同作者一样，更愿听到读者的众多友声。

是为序。

杨叔子

2012年5月8日

（杨叔子：中国科学院院士、原华中理工大学校长、教育部高等学校文化素质教育指导委员会主任）

目录



1 序言：播种明天的足迹(杨叔子)

1 开篇：珞珈一梦，邂逅霞客

13 十堰市篇

霞客武当求榔梅，侠肝义胆尽孝心？ 15

问道有道 19

健美武当 22

在武当山神侃旅游商品各入其囊 25

婚博园与同性恋 29

双坪草原，高山神毯 33

畅想女娲山 36

万人不及六十四人 41

茅箭 50

对《均州景区旅游控制性规划》的咨评意见 53

一组旅游形象口号的对歌 59

借诸葛亮在武当山得道成仙之东风 66

69 襄阳市篇

智慧襄阳 71

一则襄阳古神话，道出几许香囊意 74

在智者深藏地我痴人说梦 77

襄阳黄家湾牡丹园开园小赋 81

炎黄二帝 PK 刘秀皇帝 83

尧乡心灵之旅 86

炎黄都邑，宜居枣阳 90

目录



95

随州市篇

- 中华大洪山 97
- 九街十八巷,曾侯镇山庄 103
- 随州市旅游发展讨论 107

117

荆州市篇

- 顺着古城墙划入荆楚大运河 119
- 纪南黑龙陵 122
- 荆州桃花小记 126
- 洪湖无边·洪福齐天 128

135

荆门市篇

- “泡我”不能过火 137
- 下里阳春客店镇 140

145

宜昌市篇

- 美哉宜昌 147
- 《新闻选刊》与宜昌旅游 157
- 神女为高铁端上什么大餐? 161
- 天问塔·九歌魂·香草美人园 167
- 诡异张艺谋 170
- 那棵山楂树与生态旅游 174
- 当阳之美 178
- 无头关公有头绪 183
- 五个昭君鸣落雁 186
- 屈子泪就那么几大行 191
- 端午节不仅仅是赛龙舟吃粽子 197
- 答“莓紫”同学/老师疑问 203

目录



207

恩施州篇

大水井李家庄园与大诗人青莲居士 209

嫩秋坪坝营 213

恩施如何更有民族游感? 217

221

神农架篇

咱们神农架的那个天呐! 223

太上老君塔的天地人道之旅 226

第四纪之恋 232

237

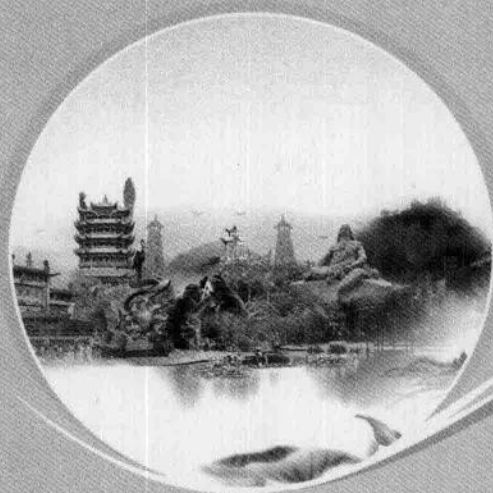
附录

基于价值链模型的文化创新双极效应与耦合效应 239

作者答《中国日报》等媒体访问(4则) 252

277

后记



开篇



珞珈一梦，邂逅霞客

——非标配的生态文化旅游发展的突破口在哪里？

一个薄雾渺渺的清晨，我沿着母校武汉大学的山脊行走。忽闻一声叫唤，抬头望去，奇巧无比，本家徐霞客老先生衣衫飘飘，步履轻盈，正从山的那边缓缓向我走来。他来到我身边，似乎要说什么，却欲言又止，用穿越历史和未来的眼神，意味深长地看我，良久之后，向山南翩然而去。

这是2008年夏天里一个周末的夜晚，我的珞珈一梦。

午夜长更，带着还未完全清醒的梦魇，披衣下床，推窗远眺，月盘泄银，弥漫山山水水。但我母校傍依的珞珈山、喻家山却十分容颜清晰，在静默中与我对望，犹如徐霞客足迹那般真切。哦，徐霞客，我的思绪在山水的蜿蜒里渐行渐远，在星河的柔波里激荡升华。

我穿越时空，回到了400多年前的明代。

我国古代著名的科学家、地理学家，文学家、探险家，“千古奇人”，我的先祖霞客先生，在冰清玉洁的月光下向我闪耀他漫天的星芒。

我穿越的目光，穿透历史，由此时追寻到1613年5月里，22岁新婚不久就出游的霞客步履；我穿越“千古第一奇书”、60余万字、以日记体为主的中国地理名著——《徐霞客游记》，循着他的足迹，我穿越的双脚，由此地而遍及我国19个省；在他持续30多年的游历、9万多里的行程，矢志不渝，炎凉不止，笔耕不辍；我也凭借他“大丈夫当朝碧海而暮苍梧”的豪气，与长风为伍，与云雾为伴，在天地间舒展胸怀。

我穿越，我游历，我记录，我走进游圣的人生空间。

世界上缺少的不是美，而是鉴赏美；也不缺鉴赏美，而是缺少创造

美。世界上最最缺少的，不是人们天天看着美云在天上轻轻飘，而是人们用自己的双手和汗水把那摩天大厦的厚基在泥土里浇筑牢。

我站在先祖的人生峰岚放眼今天。

画家朋友孙君曾画过一幅人物画，题为《霞客穿越记》，那画中主人，自然就是我崇敬无比的老家先祖徐霞客。孙君胸有成竹的生动写意，让那个游历了千山万水、阅尽了人间风光的古代侠客游神，从历史的雾霭中清晰凸显。

自从仔细端详过画中咱老徐家先辈的神形尊容，栩栩如生的霞客便频频走入我无边无际的梦幻和深远寥廓的思绪。珞珈一梦，便是真实中的虚幻，虚幻中的真实。

早先的孙君，一直是好端端在纸上作画，后来不知道被谁施了魔法，就极少在纸上作画了，而是专门潜伏在深山大川的乡村泥土上，做描画新农村建设的行为艺术。2003年12月孙君创建北京绿十字，同年开启湖北鄂西“五山模式”乡村实践项目；2005年，2006年，“绿十字生态屋——中国人的未来之家”项目及“五山模式”连续获奖；2007年孙君当选为“感动襄樊年度十大人物”。如今的孙君，已经在农村的大地上奔波游历了整整十个春秋。寒暑移节，不移的是孙君为农民做事、为美化农村不辞劳苦的双脚和信念。正因为如此，农民才得以住进孙君的画里。《人民日报海外版》2010年10月23日以《孙君：绘制乡村生态画卷》为题，《人民日报》2013年1月4日以《郝堂画家画出的小村（美丽中国·寻找最美乡村）》为题，报道了他的行为画卷。我曾写过五言四句：

孙君不是君，
尔乃老农臣。
跪地描国画，
题名幸福村。

大旅行家的伟大足迹，同样尺码的地理学家足迹，同样深厚的文学家足迹，重叠在同一个印戳里。沿着这一串足迹，何止画家孙君，千千万万的后人还在续写游记。

续写山川地貌，续写社会历史，续写旅游感受，续写足迹之上的思绪纷繁。他们姓徐或不姓徐，但都是霞客的粉饰甚或钢丝。

画中、梦里，霞客携我而行。他目光炯炯，步履坚定，带着我跨越千山万水，向着理想之地一次次迈步。

我身体力行，开始了鄂西生态文化旅游圈的遂志践行。5年来，我跑了23万多公里，许多地方去了十几次，而且每到一处，我都挖地三尺，想方设法把几千年的老东西翻出来。然后，和大家伙一起讨论，看看能否在今天再用起来。笔也不懒，积累了三大本的感悟、创意和策划，已有40多万字。

2013年，蛇年，民间称为小龙年，我把它称作虬龙年。元宵节来临时节，抬头望明月朗朗，俯身看碎银满地。我在一叠黄表纸上写下诗句：

霞客先生您是太阳，
您一出来就看清世界的模样。
而我有时是黑夜的迷茫，
有时是白天的暴雨疯狂。
我也想看清世界的面庞，
快让我变成明天的太阳！
也许我的世界一塌糊涂泥巴流淌，
也许我的世界清新饮露知了高唱。

我蹲宿在武汉小洪山的脚下，此刻明月皎夜光。这武汉城市圈的小洪山是何福地？原来它是鄂西生态文化旅游圈的远房亲戚。与徐霞客同籍贯的王氏子、唐代和尚善信，是禅宗祖师慧能的第三代弟子。他从祖籍南昌

开元寺云游到五台山，悉知“缘分在南方，逢随即止，遇湖即住。”于宝历二年（826）秋到达随州大湖山（即鄂西圈的大洪山）。正值旱裂禾焦，宰生求雨，善信便加劝阻，亲自舍身代牲，果然三日内雷雨大作。次年即大和元年（827）5月29日，善信断足诺祭，遂坐化。唐文宗李昂赐名善信“慈忍大师”法号。御书院额“幽济”。“佛足”为镇院之宝。到了南宋端平年间（1234—1236），金兵南侵，随州之地战酣，为保“佛足”、僧众和经文，荆湖制置使孟珙和都统张顺将洪山禅寺部分僧人及佛足迁往武昌东山，改东山寺为洪山禅寺（即现今武昌洪山宝通寺），易东山名为“小洪山”。

我对着江西南昌霞客祖籍所在的东南方向长揖祭拜，纸上的诗句随着明亮的火光跳跃湮灭。

日有所思夜有所梦，霞客先生第二次走进我的梦乡。早前的那个夏日的梦幻在今宵得以再续。犹如在江苏江阴家门里慈祥的长者，徐老视我为熟识亲近的后生，以月亮为灯，以元宵为酒，欣然与我畅谈：

徐老：你是在梦游吧？

新桥：是啊先生，但我的眼睛没有梦游，而是思想在梦游。

徐老目光深沉地看着我。

新桥：拿眼睛看山水看世界那只是旅游，像您那样，拿思想看山水看世界才叫梦游。我一直在努力用脑子、用思想梦游山水，回望历史，穿越未来。

徐老：你想到了什么？

新桥：《霞客武当求榔梅，侠肝义胆尽孝心？》……

徐老：我有两个问题问你，你得给我理论性和方法论的答案。

新桥：后生领旨，愿闻其详。

徐老：一个问题是，非标配的生态文化旅游发展的突破口在哪里？

新桥：您老洞若观火，文化旅游号称创意产业，不是标准配置的行当。既然为非标配，其发展的突破口在哪里呢？也许就没有标准的答案。

徐老：那你的答案呢？

新桥：我只有一个体会式答案，那就是高水平策划！而不是一般的规划！不是教科书式的按照规范、通则来做的所谓规划。

徐老：我们那个时代是不讲什么规划策划的。你们现在规划策划无处不在。今人如此崇尚，那你弄清楚没，策划和规划又有什么不同？

新桥：策划乃智者所为，规划为匠人所做。一万个一般的规划抵不上一个小小的金点子！尽管规划也要有创意，但创意不是规划的本意。规范才是规划的法度。在现实中，按照一般的规划文本，文化旅游企业几乎都是亏本。好旅游都是因为好策划，只有基于好策划之上的规划才是有意义的规划。

徐老：那市面上的好策划几多呢？

新桥：当今市面上的策划少、好的策划更是少之又少，被称之为策划的，多是规划而已。

新桥：规划不仅多，而且都太好了，好到“绝对好”的程度。规划规划、纸上画画，墙上挂挂，想咋搞咋搞，不用管它！资源分类，浅表SWOT，分区划片，连个线，编几句口号，营销活动就是办论坛或者节会乱弹。这样的规划，无异于鬼话。规划做得好也只是绝对正确的废话。规划完美，但不管用。

徐老：何谓管用？

新桥：管用，就是规划上升为策划。一定要有金点子。金点子是极致产品主导的核心吸引物，是生态文化旅游的最佳耦合，是扣人心弦、打动人心的10环弹头。

徐老：金点子怎么样得来？

新桥：金点子就是抓关键——微笑曲线两端的第一个嘴角，价值链的第一个高端。这一端就是创意策划；另一端是品牌营销。

徐老：你的相关理论呢？

新桥：我在《艺术百家》2011年第5期发表了一篇理论文章《基于价