

第一章 城市名片

在大多数扬州人心中，扬州有着这十大城市名片：扬州瘦西湖、扬州八怪、世界遗产扬州园林、世界人居环境奖、三把刀、淮扬美食、漆器玉器、鉴真和尚、扬州大明寺以及地方特色戏曲——扬剧。

“名城名湖” 保护特色名片

可以这么说，千年古运河孕育了扬州的古代文明，往日的辉煌造就了扬州通史式的文化长廊。文气、秀气、大气的扬州，既是风景秀丽的风景城，又是人文荟萃的文化城、历史悠久的博物城。

中国历史文化名城扬州，素有淮左名都之誉。远在公元前 486 年，春秋战国时期扬州就开始建城，至今已有 2480 余年的历史。“故人西辞黄鹤楼，烟花三月下扬州”，古今扬州是多少人魂牵梦绕的地方。

扬州，地处江苏中部，长江下游北岸，江淮平原南端。自古以来即以人文荟萃之地，风物繁华之城而著称，有着众多的雅致园林和名胜古迹。扬州园林之美，集北方妙景之雄，兼南方佳境之秀，有全国四大名园之一的个园，以“四季假山”而闻名于世；有全国重点文物保护单位何园，“城市山林”的美名早已流传在外。还有中国最古老的运河，汉隋帝王的陵寝，唐宋古城遗址，大明寺、四望亭、文昌阁等等，人文景观颇为丰富，向人们展现了历史长河对岸那隅逝去的风景。

作为驰名中外的旅游胜地，扬州是柔美而静谧的。绿扬城郭的园林风光宛如轻纱漫过人心，浮于心头。著名的瘦西湖，历来就是扬州的骄傲。天下西湖三十有六，而扬州独占一“瘦”。漫步在瘦西湖的春柳长堤，桃花盛开艳丽缤纷，柳丝婀娜起舞，似青烟绿雾，若逢细雨，烟雾蒙蒙之中，别有销魂之处。天下三分明月夜，二分无赖是扬州。扬州与月亮也有着不解的缘分，著名的二十四桥景区是赏月的绝佳去处。杜牧一曲“二十四桥明月夜，玉人何处教吹箫”，叫人联想纷飞，杜牧笔下的二十四桥后人的解释非常多，然其意境之美，足令此一方景物名闻天下。

昔日春风十里、富甲天下的繁华扬州城，其文化也源远流长。“扬州八怪”在中国画坛独树一帜，扬州学派影响久远，戏曲、评话自成一派；扬州盆景为我国盆景艺术的五大流派之一，玉器、漆器、工艺美术更是在国内外久负盛名。此外，扬州饮食的精致也是人尽皆知，扬州包子、扬州炒饭、红楼宴等无不显示出扬州餐饮“食不厌精，脍不厌细”的独特风格。

如今扬州已然旧貌换新颜，都市高楼林立，繁华更胜当年。尽管如此，走进扬州的寻常巷陌，依旧有很多明清时期的古建筑，散发着悠悠的清韵。这就是扬州，许多中外游客追寻的扬州，幽远意境的扬州，令组委会专家及媒体大力推介的历史文化名城。

扬州还以“故人西辞黄鹤楼，烟花三月下扬州”的千年佳句扬名。自二〇〇二年开始每年举办“烟花三月”国际经贸旅游节，吸引了众多投资者的眼光，几十家世界五百强公司纷纷落户扬州。

扬州八怪的扬州画派和扬州学派

自公元前四八六年吴王夫差开邗沟、筑邗城始，扬州早已经是中国首批历史文化名城之一，也是一座通史式的城市。至今已有近二千五百年的建城史。

古代扬州几度盛衰，是中国古代水陆交通枢纽和盐运中心，东南第一大都会、著名的风景旅游城市，二〇〇六年以其“诗意的安居环境”获得“联合国人居奖”。多年的历史积淀，使扬州五点零九平方公里的老城区成为目前国内历史风貌保存比较完好的古城之一，市区的文昌路有“唐宋元明清，从古看到今”之称。

扬州南临长江，北接淮水，东近黄海，长江与京杭大运河在境内交汇。下辖七个县（市、区），全市总面积六千六百三十八平方公里，总人口四百五十九万。境内河湖密布，八十多公里长江岸线，水深江阔，岸线稳定。拥有丰富的资源，是著名的“鱼米之乡”，盛产粮棉油及水产品等。域内拥有丰富的石油、天然气、地下温泉和砂石等矿产资源。

扬州是唯一与中国古代大运河同生共长的城市。2009年，扬州举办了首届世界运河名城博览会，成为运河“申遗”牵头城市。如今，大运河申遗办公室就设在扬州。

扬州是东西文化交流的见证地。早在唐代，扬州已是万商汇集之地，并与海外的日本、韩国等有着经贸、文教往来，高僧鉴真大师东渡从扬州出发，向日本传播中国佛教、医学、建筑、艺术等方面的文化。韩国的崔致远、阿拉伯的普哈丁、意大利的著名旅行家马可·波罗等都曾留下行迹。

扬州是人文荟萃的文化名城，以“扬州八怪”为代表的扬州画派和扬州学派在中国文化领域独树一帜；涌现出如学者和散文家朱自清、小说家李涵秋等在中国文坛具有重要影响的著名人物；扬剧、扬州评话、扬州清曲、扬州剪纸、扬州漆器、雕版印刷技艺、玉雕等七个项目被列入首批国家非物质文化遗产名录。值得一提的是，2010年奥运的奖牌“金镶玉”，玉环的雕琢就是闻名天下的“扬州工”与现代数控技术完美的融合。

扬州是首批中国优秀旅游城市，有“青山隐隐水迢迢”的瘦西湖、名闻遐迩的二十四桥等历史文化胜迹。2009年接待境内外游客一千五百六十万人，实现旅游总收入一百六十五

亿元人民币。这里还是中国四大菜系之一淮扬菜的发源地。新中国“开国第一宴”、APEC宴会等都选用淮扬菜。

扬州文化名人成为靓丽的城市名片

城市名片即能代表城市形象、标志城市品质的文化样式或特色。关于古城扬州的城市名片可谓众说纷纭，有的力主淮扬菜系，有的荐举扬州美女，有的推崇“淮左名都”……一座城市有一座城市独特的精神气质，扬州的气质是温婉的、知性的、文化的，是古代文化与现代文明交相辉映。而人是文化的载体，与文化构成双向的互动关系——一人以文化立，文化以人显。笔者认为，凝聚扬州古城精神气质、传递扬州古城文化文明的城市名片非扬州历史文化名人莫属。

扬州的历史文化名人资源十分丰富，大致可分为三类。

一是出生成长于扬州而后走出扬州，取得重大成就的历史文化名人，如高僧鉴真，经学家阮元，精通天文学、数学、医学等多门科学的杂家焦循，朴学大师王念孙、王引之父子以及近代小说家李涵秋等；

二是土生土长并居住在扬州，却墙内开花墙外香，产生了全国性影响的历史文化名人，如骈文家汪中、以郑板桥为代表的扬州八怪等；

三是因旅游或为官在扬州作过短期或长期居留的历史文化名人，这类文化名人数量最多，歌吟扬州最力，如杜牧、苏轼、王士禛、孔尚任等文学名家，有的甚至在扬州留下物质文化遗产，如欧阳修。

这三类历史文化名人中的绝大多数已经“落户”扬州博物馆，以一首诗、一阕词或者一段人物简介的形式粘贴在馆内悠长曲折的墙体上，给人以一种沧海一粟或人在历史的感觉。但我认为这是远远不够的。以这种形式存在的历史文化名人只是一个扁平苍白的历史碎片，无法生动立体，他们对扬州城市文化的独特价值也无法显现。

打好扬州历史文化名人这张牌，打造生动靓丽的城市文化名片，我认为有三个步骤不可或缺：

其一，拾遗补缺，打捞被遗忘、被疏忽以及尚未得到普遍重视的近代历史文化名人。目前社会上存在一种对“历史”概念的误读，认为只有在主流话语中占据一席之地的人或事才是历史。实际上，一切人物事物，只要它已经成为过去，并在人类和民族发展过程中留下了痕迹，就是历史。从这个角度看，扬州有一些历史文化名人资源未能得到有效的开发利用。如清末民初通俗小说作家和著名报人李涵秋，先后在扬州、安庆、武昌执教，历任《半月》、《快活》、《小时报》、《小说时报》主编，其间写了大量小说，著名的如《广陵潮》、《双花记》、《雌蝶影》、《琵琶怨》等，另有《我之小说观》、《沁香阁笔记》、《沁香阁诗集》等诗文杂著，

真正著作等身，人称民国初年扬州派作家的领袖，信不虚也！但学界对他作品的梳理和对他本人的研究都很较欠缺，我们扬州作为李氏故乡，应跳出主流、非主流话语范畴的窠臼，重视这个地方历史文化名人，认真研究他的作品、他的思想以及他在中国文学史坐标上的位置。再如骈文家汪中，他在主流话语体系中的地位和遭际与李涵秋近似，但其对封建礼教和传统思想敢于立异说、标新论的精神以及他出神入化的骈文艺术都是值得我们深入挖掘研究的地方特色文化内容。把这一类历史文化名人从历史的汪洋大海中打捞出来，还原他们的本来面目，揭示他们在中国文化史上的地位和作用，是对中国文化史负责任的态度，也是我们对这些历史文化名人的致敬。这个任务，我们扬州人义不容辞。

其二，组织专门力量研究创作，以文学戏剧等群众喜闻乐见的文艺样式传播扬州历史文化名人传记，让他们在市民心中刻下印痕，并让他们乘着文化的东风飞出扬州。扬州是扬州市民的扬州，扬州市民生活在这个文化气息浓厚的宝地，有权利也有责任了解扬州历史文化名人。但是，现在关于这些名人的介绍，不仅手段单一，而且手法单调乏味，如果没有特殊需要，市民一般不会主动购买、阅读这些图书，也就无从了解扬州历史文化名人。这种状况显然是令人担忧的。其实，扬州蕴藏的文化资源何其多也！小说家，散文家，诗人，扬剧编剧、导演、演员，数不胜数。政府相关部门应组织这些人才对扬州历史文化名人进行深入研究，研究成果则以戏剧、小说、传记、电视剧、电视专题片等丰富多彩的形式表达演绎出来，实现古代文化与现代文明的交相辉映，在赢得读者观众的同时，将灿烂辉煌的扬州文化传扬出去，在全国乃至全世界发生“扬州效应”。

其三，采用多种形式有效散发扬州文化名片，让中国扬州成为成为世界名城。名片制作成功，并不意味着城市效应的发生，两者之间还有一个必不可少的链接，那就是散发城市名片，让它印刻在人们脑海中。散发城市名片的方式很多，传统的方式主要是开展和参加各类推介城市的主题活动。近年来文化搭台、经济唱戏的烟花三月经贸旅游节，既为城市吸引投资，促进城市的快速发展，又传播了扬州古城的良好声名，取得了一定的成绩；城市推介活动中扬州的积极参与也给社会传达了扬州安宁祥和、热情好客的文化信息。但这类手法的限制较多，比如经贸旅游节的邀请对象有限，其目的主要指向经济、投资，于散发城市文化名片意义不大。因此，扬州必须改进方法，借鉴外来经验，创新城市名片的发布形式，赢得更多的扬州友人。

以历史文化名人命名扬州新建交通干道、支线以及新建高楼、主题建筑是发布扬州名片的一个有效方式。地名是文化资源，更是传播城市特色文化的资源。扬州以历史名人郑板桥命名的郑板桥路便是利用路名文化资源的典例。这个方式还可以进一步扩大使用范围，从道路到主题建筑、公园、广场，都可以冠以扬州历史文化名人名称，给地名加载文化含量。

借企业营销促城市营销也是一个备受推崇的发布城市名片的方式。2009年，成都借助“百事可乐成都印象罐”散发城市名片，中国首批最佳旅游城市成都市的十大景区美景登上限量版百事可乐外包装，在中国内地、香港、澳门以及台湾地区发售，目前已产生相当积极的效果。我们可以借鉴并改造、优化这个创意，将城市营销和企业营销完美结合，将扬州城市品牌推广做大做强。扬州的特产名品为数甚多，如亲亲八宝粥、绿叶牛皮糖、三和四美酱系列、漆器、绣品等等，都是介绍扬州历史文化名人进而派发扬州城市名片的理想载体，把扬州历史文化名人形象、作品、个性化简介印刻在这些产品的外包装上，每销售一件扬州名品，就多了一个乃至一群了解扬州的朋友。

历史文化名人是老课题，城市名片则是一个新概念，两者有机结合，必将产生意想不到的效果。

生态理念打造出的城市名片

在清俊挺拔的城市建筑中，在开阔的城市绿肺和湖面间，扬州人创造出了全新的城市空间，正以飞扬四溢的激情“在历史的跑道上飞驰”。

“扬州真美！”这几乎成了初来扬州游客的共同感叹。“中国人居环境奖”、“国家卫生城市”、“国家环保模范城市”、“国家园林城市”，齐落扬州。“绿杨城郭是扬州”的绵绵意境，并在“园在城中，城在园中”中得到升华。

在新一轮的发展中，扬州人用“护其貌、美其颜、保其韵、铸其魂”十二字诀，坚持科学发展观，将生态理念贯穿到经济发展和城市建设之中，使环境与发展的关系从“势若水火”转变为水乳交融，探索出了一条经济、环境、人居协调发展的“三赢”之路。

扬州的城市骨架在一天天地拉开，城市张力一天天地强劲，城区内无论哪个角落，10分钟就能上高速……

从2001年9月开始，扬州城区的东、南、西、北四个出入口陆续开展整治，淮海路、文昌路、汶河路、南通东西路等8条道路全面进行改造。随后，扬子江路、文汇路、运河北路、友谊路等88条道路的拓宽改造开始，总里程达277公里。

“十里文昌路”的改造，把这条“唐宋元明清，从古看到今”的城市中轴线，向东延伸至京杭大运河，向西拓展至新建的火车站，全线增设绿岛和沿街花园，亮化美化，铺就了人行道和残疾人通道。

2004年4月18日，宁启铁路扬州段正式通车，扬州至北京、上海、广州、西安、武汉国内五大城市线路，拉近了扬州与发达城市的距离。2005年5月1日，中国第一、世界第三桥梁——润扬长江大桥正式建成通车。扬州把沿江工业园区、生态园区、港区和生活区连成一体。扬州港与中远太平洋公司全面合作，已进入中远集团的全球运输网络。

如今，沿江开发、扬州出口加工区，成为扬州融入“长三角”都市圈的重要王牌，绵延 81 公里的扬州长江岸线，成为今日扬州流光溢彩的“长江产业走廊”，成了经济发展的新平台。

扬州先后翻建的老城区街巷有 200 多条，加强对唐城、宋城、明清古城各个时期城址的保护、开发，展示出了独具特色的老城古韵。

明清古城风貌的名景、名园、名人住宅旅游景点的开发建成，东圈门、汪氏小苑、东关历史街区、个园南部住宅居民、吴道台宅第维修恢复，启动教场片、准提寺改造和保护项目。通过对瘦西湖为主体的蜀冈—瘦西湖景区的扩容和一批园林景点的维护与充实，展示了扬州园林文化兼具南秀北雄的独特风韵。把中国雕版印刷博物馆扬州博物馆、工艺美术馆、汉陵苑等一批具有扬州特色的文博景点做成精品。

“绿杨城郭新扬州”、“天人合一”的生态景象已成为扬州市向世人展示的一张靓丽名片。

从扬州的珍园来看城市名片

由扬子江集团投资开发的“扬州·珍园”项目所在地位于扬州文昌核心商圈，扬州市文昌中路 152 号，西距李金鹰国际购物中心、万家福商城、时代广场仅 200 米，东临小秦淮河，占地面积约 13057 平方米。

珍园，扬州城核心商圈的商业新体验，总建筑面积约 2 万平方米，由 6 幢多层商业建筑围合而成。珍园涵盖了餐饮美食、休闲购物为一体的多元化时尚消费模式，是商业时代的创新产品，扬子江集团颠覆传统商业模式，运用多年地产开发理念精华，立足服务生活，引进一线品牌主力店，融入国际化商业规划管理理念，首创扬州开放式休闲商业。将珍园打造成扬州传统文化与国际文化相互交融的经典商业。

珍园，以休闲、开放、亲和为特征，不同于区域性的购物中心，更有别于其他大型的商业集散地，改变了传统商业密闭空间的沉闷气氛，更符合现代人消费习惯，提升了消费的乐趣，增强了商业的竞争力，在关注生活基本需求外，更关注于高档次消费需求，其中意向商家有：星巴克、味千拉面、一茶一坐、MOB 健身中心、番茄主义、小南国、好乐迪 KTV、富春茶社等，建立扬州城最具时尚、文化、潮流的商业。

珍园，未来将成为国际人士、商界精英、高级白领等高端人群聚会、休闲、举办高端商业活动的首选去处，并成为代表扬州历史文化的一张城市名片。

2010 年渐成的新名片——大明寺撞钟

10 月 25 日，2010 中国扬州大明寺迎新祈福撞钟新闻发布会在扬州新闻大楼举行。新一届的撞钟活动将从 2009 年 12 月 31 日晚 7 时 30 分开始，至 2010 年 1 月 1 日凌晨结束。届