

# 花至少 300 亿元造中华文化标志城

地点在山东曲阜与邹城中间的九龙山区,面积约 300 平方公里  
弘扬民族精神不等于大兴土木,调查显示六成多网友反对

从山东曲阜向南 8 公里,有一座海拔只有 200 米左右的小山。山上虽有西汉时代的摩崖墓群,但它还不是广为人知。

孔子登东山而小鲁,不是这座山,登泰山而小天下,更不是这座山。然而,“山不在高,有仙则名”,也许过不了几年,这里的“仙气”就会飘向全球华人。拟议中面积达 300 平方公里、造价超过 300 亿元人民币的中华文化标志城(下称“标志城”)主建范围,就在这里。

这座山,名叫九龙山。而标志城,按倡议者的想法,希望成为承担部分“文化首都”功能的“文化副都”。

您是否同意花费逾 300 亿元建中华文化标志城?

选项	比例	票数
反对。弘扬民族精神不等于大兴土木,民心所向才是推动民族复兴的根本力量。	64.88%	4256
赞同。中华民族伟大复兴需要精神推动,民族精神需要物质体现。	34.15%	2240
不清楚。	0.98%	64

共有 6560 人参加

## 面积超大 共约 300 平方公里

3月1日,山东省委书记李建国、省长姜大明亲赴北京,参加由国务院新闻办公室主办的标志城新闻发布会。发布会上,山东省决定向全球征集标志城的创意规划方案,设置奖金总额高达 890 万元人民币。

姜大明介绍,标志城规划建设区域涵盖曲阜与邹城两座国家历史文化名城以及中间的九龙山区,共约 300 平方公里。



孙昱图

## 预算超多 300 亿元人民币肯定不够

早在去年 10 月 22 日,国家发改委就已向山东省下发了《关于中华文化标志城项目有关意见的通知》。按照这一《通知》,标志城项目将分两步实施。第一步,主要是开展标志城范围内历史文化遗址保护,做好古建筑、古遗址的文物本体维修、环境整治、基础设施建设。第二步,在完成主建区创意征集和充分做好项目可行性研究的基础上,落实好建设资

金,待相关条件具备后,适时启动项目建设。

由于建设方案尚未确定,投资规模也不好估算。受聘为标志城专家咨询委员会主任的全国人大常委会副委员长许嘉璐透露,在 2004 年,曾经做过一次预算,数目是 300 亿元人民币。但许嘉璐认为,那次预算并不科学,因为当时和现在的物价指数都不一样,他肯定地说:“300 亿不够。”

## 工程超长 酝酿已有 7 年,建成将耗时百年

至于建设周期,许嘉璐表示:“工期先不定,以质量为准。”济宁市(曲阜市所属地级市)规划建设委员会办公室常务副主任高述群认为,这将是一个“百年工程”。

中华文化标志城之所以选在济宁,是因为济宁是孔子和孟子的故乡、儒家文化的发源地,也是中华文化的重要发祥地之一,在世界文化地理上有独特的优势和影响力。

标志城的酝酿已有 7 年时间。2001 年,69 位两院院士联合发出了《建设中华文化标志城倡议书》,提出支持和参与在孔孟之乡曲阜市和邹城市,建设中华民族的世纪性文化工程标志城。其后,有 100 多位专家学者和多家机构参与论证考察,最终去年 10 月国家发改委批复在曲阜与邹城之间建设。

## 想法超好 要把标志城建成中国“文化副都”

关于标志城的建设方案也是众说纷纭。复旦大学《中华文化标志城战略规划》课题组首席专家葛剑雄教授的意见很明确,就是把标志城建设成中国的“文化副都”,为本应在首都举办的一些重大典礼和全国性活动提供场所。

为此他提出了标志城的设计大致方案:按照国家文化副都的标准和功能,由一座标志性建筑物、中华伟人大堂(内含国家纪念馆)、历史展示馆、文物展示馆、华夏广场构成核心区,周围包括国家讲堂、中国国学院、世界孔子学院总部、中国科技展示馆、中国世界文化遗产展示馆、非物质文化遗产展示馆、

中华百戏堂(传统及地方戏剧、曲艺会演场所)、神州万象园(全国各省、自治区、直辖市、港澳台文化展示区)、中华民族家园(56 个民族历史文化展示区)、世界华人家园等建筑设施,最终形成一个具有完整服务功能和配套设施的新城。

中央美术学院教授楼家本建议:“把标志城定位在文化名城的角度上。建议把九龙山的山头建成‘五帝图腾’的广场,广场里放着九鼎,用来祭拜。其次,要放图腾柱,可以海纳百川,把诸子百家和人文科技方面的东西放进来集中展示。我们的祖先起源于这里,希望把它建成一个全世界华人的精神家园。”

## 赏金超高 890 万元征集创意方案

此次面向全球公开征集的标志城创意规划方案具体包括三方面内容:一是标志城总体规划方案;二是标志城主建区(九龙山区)总体规划方案;三是标志城主建区首建项目创意规划方案。

征集活动自 2008 年 3 月 1 日开始,截至 2008 年 9 月 1 日。入围方案和作者简介均在媒体上向全世界公布,并颁发荣誉证书、纪念

奖杯和奖金人民币 1 万元。本次创意规划方案征集活动设特等奖 1 名,奖励人民币 200 万元;一等奖 3 名,各奖励人民币 100 万元;二等奖 6 名,各奖励人民币 50 万元;三等奖 9 名,各奖励人民币 10 万元。全部评选工作完成后,征集方将在人民大会堂召开颁奖大会,隆重表彰入围和获奖者。

据《第一财经日报》

## 国美电器:重视消费需求,主张“需求定价格”

近段时间来,因为全球性通货膨胀及市场结构等问题导致钢材、塑料等基础原材料价格出现了较大幅度的涨价。国美一直关注上游原材料价格变动给家电整机带来的价格上涨的可能性。

基础原材料价格的上涨给每一家家电制造企业带来了整机价格上涨的压力,但是,这并不一定意味着家电零售价格会完全跟随基础原材料的价格波动。家电产品的整体市场环境是全球过剩,这将是价格上涨的天然压力;此外,从中国看,中国的家电制造业虽然经过了很长时间的行业整合,但是,从企业的单个的制造规模看,行业存在的问题仍然是制造企业数量众多,世界级制造规模的企业仍然很少,这就是中国家电制造业绝对制造规模很大,但是却拿不到比较低的基础原材料采购价格的重要原因。

国美一直以来对待产品价格的不变原则是需求定价格,而不是原材料价格定价。国美一直以来是把消费需求传递到制造端,让制造企业按照消费需求制造产品,这个消费需求是包括产品价格的,在中国制造方定价的时代已经成为历史。

国美认为,抵御基础原材料涨价的最好武器是零售企业的网络规模,国美之所以能实现需求定价的根本基础,是拥有中国最大的家电零售网络和自己雄厚的资金实力,这也是为什么国美一直是中国家电的价格盆地的本质原因。国美的网络基础与资金实力会带来大单采购,而大单采购会对制造环节带来优化,也就是说大单采购对接的必然是大规模制造,而大规模制

造可以放大制造企业的制造规模,而大规模的制造可以进一步减少行业的企业数量,不具规模优势的制造企业将被整合,这样中国的家电行业将进入真正的大规模采购到大规模制造的理想化的状态,而这样的阶段也是整个行业运行最经济的时代,这样的时代也是最能真正消化或者是抑制基础原材料涨价的时代。

目前,河南国美各门店白色家电产品均未涨价。首先,白色家电价格上涨主要集中在最近新推出的产品方面,而国美通过消化前期规模采购的大量库存,确保在厂家提价之后,卖场仍备有充足的未提价货源,使涨价风潮不会体现在终端卖场上。此外,卖场还通过大量促销活动让利消费者,确保消费者购买家电产品享受的是最优惠的价格。

随着 3.15 的临近,“价格”和“服务”受到了消费者的格外关注,国美在全球独创的高级别家电零售服务标准——诚久保障体系给顾客全新的消费保障。其核心内容是,消费者在国美各门店购买商品,9 天内不满意无条件退货;19 天内如果所购商品价格下降,给予差价全额退还,保障价格在市场上最低;39 天内如果商品出现质量问题,可以给予退货;99 天内如果商品出现质量问题,给予换货的保证。“诚久保障”服务已经远远超越了产业服务创新的范畴,它的出现打破了传统的制造、流通以及消费者的商业模式,构建起一种全新的按需定制的新零售法则,为广大消费者在激情购物的同时营造一个实实在在的“全透明”消费环境。