

河南省
报纸新闻
名专栏

“中国木兰之乡”挂牌了，但竞争远未结束

借力花木兰，虞城梦想名闻天下



花木兰剧照

核心提示

一部《少林寺》电影让少林寺名扬天下，也使登封的旅游、武术产业得到了迅猛的发展。商丘市虞城县与湖北的黄陂、陕西的延安围绕“花木兰故里”纷争多年，两年前“中国木兰之乡”落户虞城，纷争暂止，但竞争远未结束。在纷争的过程中，虞城县的花木兰文化氛围日渐浓厚，全县以“木兰”命名的产品、项目、建筑、企业和单位达到了600多个，并形成了产业链条。由商丘、虞城两级政府协助拍摄的电影《花木兰》的热播让虞城人充满了希望，他们期望有一天虞城也会像登封一样，因一部电影带动当地经济发展，培养出自己的龙头产业。

晚报记者 袁帅 晚报首席记者 张锡磊

虞城街头处处彰显“木兰”元素

12月3日一早，从商丘市区出发，向东约20分钟的车程，就到达了“中国木兰之乡”——虞城县。在城郊，一巨大的迎宾门横跨公路上空，迎宾门上写有“中国木兰之乡欢迎您”的字样。进入虞城县城，“花木兰”的痕迹更是随处可见，“木兰宾馆”、“木兰超市”、“木兰小卖部”、“木兰饭店”、“木兰车店”……

据记载，木兰姓魏，是河南省商丘市虞城营廓镇周庄村人。在周庄村建有木兰祠，木兰祠院落不大，坐北朝南是孝烈将军祠，对面是

木兰陵园。木兰祠中最有价值的当属两块古碑，元代的《孝烈将军祠像辨正记》碑和清朝的《孝烈将军祠辨误正名记》碑。两碑的主要内容都是考证木兰的时代、家乡、事迹等。“这两块祠碑也是证明花木兰是虞城人的最好物证。”虞城县政协副主席、中国木兰文化研究中心主任宋成树说。

木兰纪念馆馆长陈时云告诉记者，每到初一、十五，十里八乡的老百姓，还有山东、安徽等地的人都来祭拜。在当地，木兰被当成了“女神”。

虞城与黄陂的“木兰”恩怨

历史上花木兰故里之争始终没有停止过，主要集中在河南虞城与湖北黄陂两地。直到2007年11月30日，这一天，“中国木兰之乡”授牌暨木兰文化产业项目启动新闻发布会在北京人民大会堂举行。中国民间文艺家协会正式把“中国木兰之乡”授给虞城，此前“中国木兰文化研究中心”在虞城已挂牌成立。

木兰故里之争告一段落，但是让宋成树没有想到的是，随着电影《花木兰》的开拍，木兰故里再起纷争。拍摄方分别收到来自河南虞城及

湖北黄陂的邀请——二者都以花木兰故里之名盛情邀请剧组返“乡”拍摄。最终，拍摄方选择了虞城，并与虞城县联合拍摄了这部电影。

11月26日20时，备受关注的电影《花木兰》在虞城木兰大剧院首映，当晚在全球各大电影院线公映的时间提前4个小时。

这一天，还是第五届国际木兰文化节，电影主创人员悉数到场，并前往木兰祠参观祭拜。活动现场，赵薇带领2000余名中学生朗诵了《木兰辞》，场面声势浩大，十分壮观。

“木兰品牌”虞城遍地开花

可以预见，有关“木兰故里”的争夺还会继续，不过，虞城县早已开始对“木兰品牌”的保护。打名人牌，目的是做发展经济的文章，在虞城，当地官员、百姓谈论最多的还是木兰品牌的开发。

为了借助木兰名气推动地方经济，虞城县委、县政府成立了品牌兴县工作领导小组，多次邀请全国知名专家、学者就如何利用花木兰做文章进行研讨，并拨款用于花木兰商标注册。1998年，该县在国家商标局为红富士苹果注册了全县第一个农产品商标“虞国花木兰”。

如今在虞城，不仅有京九铁路的“木兰站”，还有600多个以“木兰”命名的产品和企业，除此之外，虞城县还注册了以“木兰”为名称的网站，抢占了木兰品牌在互联网上的宣传先机。

在虞城，早已形成了粗放的“木兰经济现象”。早在1993年农历四月初八，传说中木兰生

日那天，虞城县举办了首届木兰文化节和木兰学术研讨会。自2000年后，规格升高，商丘市接手举办两年一届的木兰文化节系列活动。

虞城县委宣传部新闻科长贾文亮告诉记者，木兰文化品牌确实增添了虞城招商引资的魅力。近几年，虞城利用“中国木兰之乡”等文化品牌招商引资100多亿元。今年前9个月，落地3000万元以上项目28个，其中3亿元以上项目两个，直接利用境外资金760万美元。

“特色文化品牌大大提高了虞城在国际国内的知名度，树立了对外开放的良好形象，增添了招商引资的魅力。”“花木兰”已成为木兰故里走向世界的一张靓丽的名片。”贾文亮说。

2008年，虞城县的生产总值105.14亿元，比1978年增长58.1倍，年均增长14.5%。在经济增长的背后，或许也有“花木兰”的贡献。

虞城想借木兰文化品牌实现经济腾飞

虞城在木兰故里的争夺中取得了阶段性胜利，但是，虞城人有着更为远大的“木兰文化帝国”的梦想。

宋成树说，两年前，有一老者从上海骑自行车专门来虞城游览木兰故里，但来了之后很失望，感觉没看头。这个事情对虞城刺激很大。“现在虞城的旅游还没有形成规模，和知名度日益提高的木兰品牌不相配。”

宋成树告诉记者，虞城县已经邀请了专家，准备对花木兰故里旅游景区重新进行详细建设规划，总投资5050万元。根据规划，景区内有关花木兰祠、花木兰故居、花木兰花园、花木兰文化广场、花木兰武馆、花木兰陵园6个景点。

通过不断整合木兰文化资源，使木兰文化、木兰品牌成为推动地方旅游经济发展的新亮点。出台优惠政策和扶持政策，构建木兰、利民古城、黄河故道三大文化经济区，打造以木兰为重点的五大文化品牌。

在此之前，由同济大学设计、投资2000多万元的虞城县木兰文化中心已经投入使用。该中心包括木兰广场、木兰文化浮雕、木兰雕像、毛主席题写的《木兰辞》诗壁等内容。

“随着木兰文化的升温，虞城县还准备将传统手工艺品剪纸、刻瓷、贝雕等，与木兰文化结合，形成以木兰形象和木兰从军的故事为主题的特色产品。精湛的传统工艺，再加上声名远扬的英雄形象，相信产品会受到欢迎。”宋成树说，从精神层面上，虞城也有考虑，建立木兰教育基地，大力弘扬木兰坚忍不拔、大忠大孝的精神，提高虞城经济发展的软实力。

虞城县委书记张新说：“‘木兰’这一文化品牌作为一种‘软实力’，提高了虞城经济社会的综合实力和竞争力。我们通过多种举措，使文化品牌优势转化为经济发展优势，让虞城这个农业大县开始了脱胎换骨的大变化、大发展，真正做到让经济伴着文化发展实现腾飞。”

再摘“红星奖” 海尔简爱7 创新引领消费潮流

继在上海获得“2009年度最成功设计奖”之后，本月，海尔电脑在有着中国工业设计“奥斯卡奖”之称的“红星奖”评选中，其简爱7超薄笔记本再度折桂，荣获“中国创新设计红星奖”，再一次证明了海尔电脑贴近消费者、满足消费者的产品创新优势。

创新性“全能薄” 海尔简爱7再摘“红星”奖
据了解，作为海尔面向高端超薄笔记本市场推出的新品，简爱7全机身镁合金机身厚度仅有1.88cm，重量仅为1.39kg，轻巧便携。同时，采用北欧简约设计风格，既凸现简约时尚品味，又倍增实用性。其首创的“全能薄”概念，让配备HDMI高清输出、高速E-SATA接口、3个高速USB接口等多达10个全功能接口的简爱7，在超薄时尚与移动多能的追求中，突破性地实现了完美平衡。同时，海尔简爱7还标配最新WIN7操作系统，通过应用My-WiFi技术和杜比认证音效等国际领先技术，大大丰富了简爱7的多应用多娱乐功能。

差异化创新 海尔电脑引领消费潮流

入手“全能”液晶电视

如果2008年北京奥运会还没有看过瘾，那就“备战”2010年的各大体育盛事吧。伴随元旦脚步的临近，广州亚运会即将启动新年的倒计时，沸腾的足球世界杯也将在火热的6月拉开帷幕，届时邀三五亲朋欢聚一堂共享体育盛事岂不痛快。

画质清晰是基础

画质是否清晰是消费者最为关注的问题，在观看电视节目时，消费者都遇到过“拖尾”现象。现在大多数LCD电视机都只采用100Hz扫描技术，而三星B750电视配备了目前只在LCD高端电视机机型上才有的200Hz智能动感技术，创造出无与伦比的清晰画面面板好坏很重要。大多数消费者对电视的面板没有引起足够的重视，或者对如何鉴别又不甚了解，但其实液面板对液晶电视来说是最关键的部件，占了整机成本的2/3以上。

“备战”亚运会倒计时

面板的好坏对色彩的表现有很大影响。比如三星B750系列采用独有的黑水晶超清晰面板，利用尖端科技一改传统液晶面板不规则有机粒子易将外部光源散乱地反射到人眼中，使影像灰暗不鲜明的缺陷，令用户看到的黑色再也不会呈现灰色，即使在暗环境下也纤毫毕现。

综合实力是关键

挑选电视一定要看品牌综合实力，如果消费者已经下定购买的决心就切勿贪图小便宜牺牲部分产品品质。而且差价在电视使用的过程中节约的电费就能与之相抵，此外环保性能对人体和环境的保护也物超所值。像三星这样的国际大品牌拥有垂直产业链质量有保证，且全球电视市场占有率第一，不但有多款LCD、LED电视新品集体亮相，更推出了全球最薄6mm的LED电视，强大的技术实力毋庸置疑。

李峰 / 文

娱乐先驱携手时尚王者

猫人内衣千万中标湖南卫视

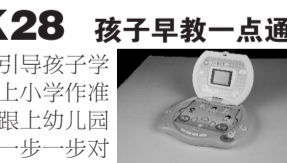
2009年11月26日，2010年湖南卫视广告稀缺资源招标会上，猫人最终在激烈的争夺中胜出，以4000万元的巨额标价领袖群雄，一举荣膺“首批标王”，拿下2010年度湖南卫视“晚间730剧场”“晚间830栏目”“快乐大本营”“天天向上”等多个王牌栏目的黄金时段，成为湖南卫视史上首次的招标首标“标王”。据称，湖南卫视频道广告在2010年价涨达37%，成为足以挑战央视吸金能力的地方卫视。日前，猫人将湖南卫视多档黄金标位一举收入囊中，足可见猫人在即将到来的2010年的战略举动定不可小觑。

诺亚舟幼儿点读机NK28 孩子早教一点通

年轻的父母们，十有八九都有这样的困惑：孩子又不听话啦、刚学的东西孩子一会儿就忘记了啦、孩子对什么事物都是三分钟热度、没有很明确的爱好和感兴趣的事情等等，做父母的总是担心孩子的智力开发不到位，害怕自己的宝宝落后于别的孩子。作为一个3岁孩子的母亲，周女士在早教问题却显得轻松的多：“孩子的教育不能想到什么就教什么，要有一个科学系统的计划，3岁学什么，4岁学什么，各个阶段都不一样。最近刚给孩子买了一个诺亚舟幼儿点读机NK28，人家的设计就非常不错，分大中小班来设置学习内容，小班就是认识一些生活常识、数字；中班开始教孩子自己做一些事情，学会思考；大班



中国第一娱乐频道”成为猫人塑造性感时尚品牌的重要战略舞台，此举无疑让猫人在全国各大企业中脱颖而出。业内人士则认为，猫人本次与湖南卫视合作的全面升级，再次表明中国内衣领军企业的国际化大品牌战略已经崭露头角。值得一提的是，随着湖南卫视在亚洲甚至欧美多个地区的持续热播，猫人极有可能在未来一年的国际时尚内衣舞台上掀起更加火热的性感热浪。刘小 / 文



主要是引导孩子学习，为上小学作准备了。跟上幼儿园一样，一步一步对孩子的成长非常有帮助。”和周女士一样，其他用过诺亚舟NK28幼儿点读机的父母也认为这种教学和亲子互动模式非常适合孩子的成长轨迹，不仅能很好地开发宝宝的智力、培养健全品格，也帮助爸爸妈妈们解决了育儿难题。家有一台诺亚舟幼儿点读机NK28，父母自己在家就可以培养孩子啦，不仅能促进父母与孩子之间的交流互动，增进感情，也可以让宝宝爸爸妈妈和幼教机构昂贵的学费说byebye啦！诺亚舟NK28真不愧是孩子快乐成长的好伙伴！