

诠释诗意江南的真谛

——区县文化建设与无锡滨湖范式

言 省 史探微

若非置身其中，断难体会白居易“江南好”的韵味。如果说无锡是中国内陆首选的宜居城市，那么滨湖则可以实现“诗意栖居”的梦想。用程红副区长的话说：这是一个甜美的地方。这种“甜美”的感觉不只是因为滨湖人率先进入小康，正迈向现代化的生活，更是缘于挟挟其中的“润物细无声”的文化生命以及幻若仙境、清丽秀美的山水自然。得山水，文化化育出的滨湖天地，精致而优雅，动感又时尚，大气且通达，这里可以安放、温暖人心，又能催人奋进；这里能让过往者说，“忆江南，念滨湖”；更使定居者言：“江南好，滨湖美”。滨湖文化，既呈“化人”之境，又现“人化”之势，经典诠释着诗意江南的真谛。

钟灵毓秀出江南，包孕吴越溯滨湖。无锡滨湖拥有自然天成的绮丽山水，也曾滋养高自标致的风流人文。不过，新中国成立后至改革开放初期，滨湖与国内其他地区一样，文化建设的裂痕极为明显。而如今，滨湖人励精图治、革故鼎新，经历了从经济振兴到文化复兴的艰难历程，其文化形态实现了由农耕文化经工业文化再到生态文化的质的飞跃。这不仅昭示着滨湖区社会经济发展已用“硬实力”驱动而进入到“软实力”着陆的新阶段，也意味着滨湖人的文化意识已由自然、自醒，而跨入到自觉的状态。文化自觉延展滨湖的人文家园，再造滨湖的精神血脉。

如果以改革开放开始为起点考量，滨湖区在大部分时间里是无锡行政区划中的郊区，以大运河为界，滨湖在河西，当时郊区人常被河东的城里人称为“三里人”——即湖里人、山里人、田里人。确实如此，农耕文化是刚刚从“文革”中复苏出来的滨湖人文化生活的主题，顺乎自然，日出而作，日落而息，在渔樵耕牧的生活中也许只有湖面飘来的船歌，抑或山里清脆的竹笛曲，傍晚农家传出深沉的二胡声才透出淡淡的文化气息，但这毕竟是自给自足、自娱自乐的文化。随着乡镇企业在苏南异军突起，滨湖人也迅即融入发展乡镇企业的大潮中，工业化进程为滨湖迅速聚集了财富，却侵蚀了文化。由刺耳的轧钢声、轰鸣的机器声、织布的穿梭声等混合的嘈杂的交响中，历史的遗存在消失、传统的技艺被抛弃、秀丽的山水被污染，滨湖亟待转型。

迎着新世纪的曙光，郊区和马山、锡山的部

分乡镇2001年正式更名为“滨湖区”。经过10多年的磨炼，滨湖铸就“山水为基、文化为魂”的新型城区形象，诗意江南的画景渐入佳境，这是一种反思工业文化之后兴起的生态文化，绿色、多样性、人性化、审美品质是滨湖文化构建的主旋律。今天的滨湖可谓是“自然(山水)与人文齐飞，传统共现代一色”，流光溢彩，美轮美奂。

在偏于一隅，曾被寓为无锡“西伯利亚”的马山半岛，将定位建设为知名的国际旅游岛，融于其中的灵山佛博园早已是蜚声海内外的佛法胜景。灵山大佛、九龙灌浴、梵宫、五印坛城四大奇观齐聚于此，世界佛教论坛在此设永久性会址。这里有庄严雄伟的建筑、恢弘盛大的仪式和经典高雅的艺术，使追寻“众缘和谐、和谐世界”的信心有归依，让渴求灵魂安稳的凡人静心仰思。或许，从年均300万人次的人流量足以见灵山胜境的魅力。

走出马山，来到阖闾口，在青山绿树的掩映下，阖闾古城遗址博物馆——一座堪称建筑设计典范的博物馆悄然崛起。在这片春秋吴都的土地上，承载着厚重的吴文化底蕴。2008年确认为“全国十大考古新发现”之一，是首批“江苏大遗址”。在此通过兴建影视基地、吴文化村落、水上练兵场等项目，将再现春秋吴都的千古传奇和神韵，从而成为体验、了解、研究、传播吴文化的聚集区、制高点。

中国是影视文化消费大国，但生产制作长期滞后。矗立在滨湖区长广溪湿地公园旁边的无锡国家数字电影产业园一期工程已竣工。通过对工业化时代遗留下来的钢架老厂房改造而兴建的华莱坞，暗合产业结构变革的轨迹，预示着滨湖文化的华丽转型。这里将集影视制作、作品原创、人才实训、产品开发四位一体，成为传播中国价值的窗口，成为与世界影视文化展开平等对话的平台，也会是民众了解影视制作过程的一个通道。一期项目开放后，已吸引包括国家最大的3D公司——灵动力量总部在内的90多家企业落户，更有每天川流不息的游客在此流连忘返。

无锡是工商文化的发祥地。“荣家是中国民族资本家的首户，中国在上世界上真正称得上是财团的，也只有他们一家。”毛泽东曾经如是说。当年荣氏家族世代生活的荣巷老街正修缮整合，荣氏博物馆已正式开放。漫步老街可以

领略荣氏家族实业救国、经世致用、崇德重教、立身修性的遗风，能触摸到民族工商业发展的轨迹。

佛文化、吴文化、影视文化和工商业文化是滨湖文化机体中具有标志性特征的4种形态。实际上，当下的滨湖文化已呈现多元共生、多样共存的生态文化特质。在这片土地上，坐落有国内知名的“211工程”大学——江南大学，为国家培养科技和文化精英；散落着或精巧或庞大的文化广场，市民可以舞动身躯、强健身体、充实心灵、放松休闲；无锡大剧院是高雅文化展现的舞台；民俗庆典是民众欢愉的空间；时尚酒吧、美食街区、动漫世界，还有一年一度的国际龙舟赛、环太湖公路自行车赛等等。这里可以让不同层次、不同兴趣爱好的人都能找到属于自己的文化之“家”，异趣同归，文以化人，滨湖文化建设的每一举措都具“五品”蕴意，即秀丽的“品相”、高端的“品牌”、雄厚的“品位”、优雅的“品质”和深沉的“品德”，正因如此，诗意江南才有了可以栖居的归属。如今河东的无锡城里人，若在滨湖拥有自己的房产，那份内心的满足是溢于言表。这正应验了“三十年河东，三十年河西”那句古话。

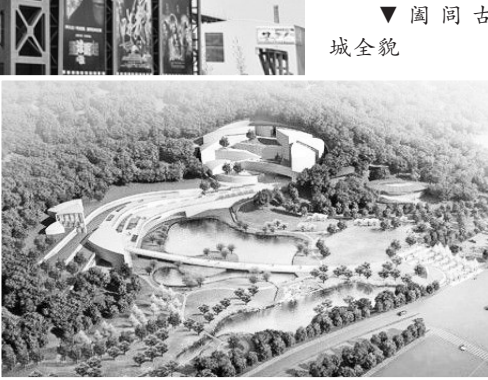
“滨湖文化传递着促进社会经济发展的正能量，没有花拳绣腿，不搞形象工程，是真正的软实力的表现。”滨湖区文体局孙力民局长给予了所属区域文化形态如此自豪的评价。可以说，滨湖文化是思维方式与生活方式变革，政府组织与社会力量统一、城市智慧与科技创新交融、全球视野与地方特色兼容的结晶，其“软实力”如春风化雨，以不同方式发挥出“教化、同化、感化、融化”的强大力量，从而展示滨湖文化的绚丽篇章。

滨湖文化呈现文化价值的吸引力。山水文化与人文文化同生共融，相得益彰，审美内涵充实丰富，价值理念高远纯正，使滨湖文化得到人们广泛认同。无锡国家数字电影产业园总经理施娟认为，华莱坞的担当不仅是在数字电影制作技术上要走向世界，而且要通过这个平台，传播中国价值，创造中国精彩，引发中国震撼。这种历史感与责任感，成就了滨湖文化凝聚人心、普惠民众的每一幕精彩大戏。

滨湖文化彰显文化知识创新的创造力。山水可以自然天成，文化却无法先天给定。滨湖文化凝结着知识创新的鲜活元素，融自然科学、技术



▲ 无锡(国家)数字电影产业园



▼ 阖闾古城全貌

科学、人文社会科学、创意设计等一体，她并非率性随意而为，而是充分调研、科学论证实施，她没有刻意模仿与复制的痕迹，更多的是独具个性、独领风骚的创新之举。在阖闾古城遗址公园，一座令人叹为观止的吴文化博物馆即将对外开放。这是历史考古、建筑科学、生态自然、创意设计与人文精神完美结合的经典之作。滨湖文化不仅在继承保护优秀的文化传统，也在开拓新的文化领域，通过与北大、清华、上海交大等国内一流高校的合作，构建起政产学研研模式，为滨湖文化生生不息汇集智慧、培育人才。

滨湖文化积聚文化产业的竞争力。文化之化人，是一个由愿景而臻于“化境”的过程，这其中文化产业的发展是重要的力量。一种具象的文化形态只有被更多的受众接受、消费，才能产生强大的社会效益和经济效益，从而推动社会文明进步。滨湖文化的产业体系层级清晰、主旨明确，以“太湖休闲之都”为定位的文化旅游产业，以“守望江南，原住生态”为传承的古镇古街文化体验产业，以数字娱乐领域技术领先的影视动漫产业，以“创新驱动”为目标的创意设计、培训、会展产业等齐头并进、协调发展。2012年滨湖文化产业增加值达30.8亿元，文化创意产业年总收入达34.11亿元。文化产业以强劲之势成为对滨湖社会经济整体面貌产生重大影响的变革力量。

滨湖文化渗透文化服务的亲和力。“文化民生”贴近生活，贴近大众是滨湖文化得以昌盛的法宝，文化共享方显文化本色。滨湖的公共文化服务设施齐备、内容丰富、硕果累累。在滨湖有200多支各具特色的文艺团队活跃在社区、市区的文化空间施展自己的才艺，涌现出众多让民众喜闻乐见的文化精品，“下里巴人”与“阳春白雪”相映生辉。“幸福滨湖，欢乐周末”百姓大舞台、环太湖国际公路自行车赛、国际龙舟邀请赛、江苏名歌节暨江浙沪吴歌大赛、太湖音乐节等品牌活

蟹肥菊黄运河畔

——“阳澄湖大闸蟹王”张德洪小记

潘明月

十分喜欢吃阳澄湖大闸蟹，不到20天时间就供不应求了。他又迅速到亲朋好友家中调集阳澄湖大闸蟹，还是满足不了市场需求。他马不停蹄，来回奔跑，当年就赚了30多万元。看准商机后，他立即布局连锁经营。现在，张德洪牌阳澄湖大闸蟹在杭州地区拥有直销店20家，在全国有近百家连锁专卖店，辐射整个江浙沪沪穗。在北京、上海、天津和广州等国内一线城市拥有大型连锁店。

经营不怕吃亏 张德洪牌大闸蟹享有运河之畔阳澄湖大闸蟹“蟹中之王”的美称。这与张德洪善于培育生态养殖环境有关。每年冬季，张德洪都要花300多万元投入适量的鱼苗、水草、螺蛳，以利于水环境稳定。水草既是蟹栖息、觅食、避敌和蜕壳的场所，又是食物中维生素、粗纤维和矿物质的重要来源，还能净化水质。水草丰茂，正是大闸蟹定居生长最理想的水晶宫。运河之畔的阳澄湖大闸蟹形成与众不同的四大特点：一是青背，阳澄湖蟹壳成青灰色，平滑而有光泽；二是白肚，贴泥的脐腹，晶莹洁白；三是黄毛，脚毛长黄挺拔；四是金爪，阳澄湖蟹爪金黄坚挺有力，放在玻璃上能八足挺立，双螯腾空。

吃大闸蟹是一种季节性的享受，更是中国的饮食文化核心话题。唐代诗人李白曾赞道：“蟹螯即金液，糟丘是蓬莱。且须饮美酒，乘月醉高台”，饕客们怎可错过这个大快朵颐的好时机，这不吃大闸蟹的季节又到了！俗话说：“秋风起，蟹脚痒，九月圆脐十月尖。”九月要食雌蟹，这时雌蟹黄满肉厚；十月要吃雄蟹，这时雄蟹蟹脐呈尖形，膏足肉坚。中秋将至，苏东坡《水调歌头》中的名句“但愿人长久，千里共婵娟”又成为了分居两地的家庭翘首以盼等待团聚的节日，此时此刻，大闸蟹则更成为中秋食谱中一道不可或缺的美味大餐。

日前，苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会会长杨维龙向我们介绍了阳澄湖大闸蟹行业协会为阳澄湖大闸蟹产业默默耕耘的情况，同时，向我们推荐了张德洪全心全意培育阳澄湖大闸蟹品牌的事迹。“做事必须有激情，阳澄湖大闸蟹就是要成为中国的一大品牌。”眼前的张德洪，身高1.68米，说话快人快语，嗓音洪亮有力。张德洪现在是苏州市阳澄湖三家村蟹业有限公司董事长、苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会副会长和遍及北京、杭州等全国近百家“张德洪牌大闸蟹专卖店”销售商。在10年前，他只是个普通的蟹农。

不“安分”的蟹农 张德洪原来也在村里搞水产养殖，连年亏损，欠下了村民们70万元的外债。他觉得在村里养殖，眼界不够宽，应该到外面闯出一条路来。2005年，张德洪拿上了家里仅有的1000多元钱来到了杭州。发现有人在做阳澄湖大闸蟹的生意，一打听才知道，做这个生意的人不是阳澄湖本地人。他就想，外地人能做这个生意，我是本地人应该比外地人做得更好。

于是，他在杭州租了一间17平方米的小房子，开了一家阳澄湖大闸蟹专卖店。他把自己家养的阳澄湖大闸蟹运到店里面卖，杭州消费者

大闸蟹一走向市场就会卖出好价钱。目前，三家村蟹业有限公司已经形成集培育、养殖、批发和专卖一条龙规模的规模化品牌企业，张德洪牌阳澄湖大闸蟹已在6个国家进行了商标注册。张德洪成为为全村人的“主心骨”，他被大家公认为“阳澄湖大闸蟹王”。

开卖“期货螃蟹” 按惯例，运河之畔的阳澄湖大闸蟹都要等捕捞出水再行出售。张德洪却率先打破了这一行规。到杭州的第三年，也就是2008年，他首次开始涉足螃蟹预售。当时，张德洪给螃蟹取了个好听的名字“期货螃蟹”，一时间，许多媒体争相报道。开卖“期货螃蟹”，即在大闸蟹捕捞的前一个月开始，就在门店内发售预售券。顾客买了后，到大闸蟹上市时可凭券提货。提前买券，能享受到大闸蟹上市时不涨价的优惠，这种营销方式受到了消费者的欢迎。2010年，大闸蟹上市时市场价格上涨了50%至100%。张德洪坚持按原价凭券供应给每一位消费者。

张德洪凭券供应的做法，看似有点吃亏，不过他自有想法，张德洪说：“这样做，我能提前把客户抓在手上啊。”凭借这种方式，张德洪留住了顾客，也避免了大闸蟹上市后顾客排队购买或购买不到的烦恼。“从那时候开始，我就确定了一个规矩。顾客真金白银买的消费券，无论是哪一年的，在我的门店里永远都可以通用，消费券永远不‘烂’。”张德洪说，“我希望让大家相信，‘张德洪’就是个金字招牌。”

靠品牌赢口碑 苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会在培育品牌方面设置了“7+7”的质量把控制机制，即大闸蟹捕捞上来后，在100只里面挑出70只送往门店销售，这是行业标准。张德洪要求在售出70只的基础上，再执行70%的筛选标准来确保大闸蟹的品牌。运河之畔的阳澄湖大闸蟹，个大体肥，一般3只重500克，大的每只重250克以上，最大的可达500克，青背白肚金爪黄毛，十肢矫健，蟹肉丰满，营养丰富。为了保持阳澄湖大闸蟹的自然风味，张德洪组建了快速配送团队，每天配送刚“起水”的大闸蟹至全国各个门店，保证了大闸蟹的鲜活度、美味度、营养度。通过严把质量关，张德洪牌阳澄湖大闸蟹赢得了良好的口碑。

2012年，张德洪组建了电子商务部，搭建了网站和天猫平台，让更多的消费者能品尝到正宗的张德洪牌阳澄湖大闸蟹。“品牌是一点一滴培育出来的，杨会长要求我们做事先做人，做人要讲职业道德，我始终恪守在心，我不会让每一位消费者失望。大家对我有什么意见和建议，请在我公司的网站上批评指正。”张德洪如是说。

城市有机更新是立足于文化遗产保护与城市建设协调发展的一种城市建设模式。为实现建设创新型城市、人文生态城、和谐幸福城，加快实现现代化网络型田园城市目标，嘉兴按照“循序渐进、积极保护、整体创造”的理论构想启动城市有机更新。对大运河遗产保护来说，城市有机更新既是机遇，更是挑战。大运河是活着的、流动的重要人类遗产，也是孕育嘉兴的“母亲河”。流淌千年的京杭大运河在嘉兴穿城而过，绵延110多公里，对嘉兴地区经济社会的发展产生了重要的推动作用，形成嘉兴独特的江南水乡文化及自然人文景观，也留下了丰富的历史文化遗产。

在嘉兴城市有机更新的区域内，与大运河遗产保护直接相关的主要有文生修道院片区、三塔路片区和杉青闸片区，此外，环城运河沿线、子城广场等区域也有多处遗产涉及。这些片区内的大运河遗产分布密集、类型丰富、底蕴深厚、价值独特。

航运水道及有关水工设施遗迹，是大运河遗产的核心要素，也是其重要价值的直接体现。特别是以嘉兴城为中心的运河骨干水系是嘉兴城市的血脉，也构成了嘉兴“运河抱城，八水汇聚”的最独特运河城市景观。

沿运河发展起来的历史街区和商业中心，见证大运河对沿线区域经济社会发展产生的影响，是大运河遗产的重要组成部分。市区段运河沿线至今保留着月河、梅湾街、芦苇汇三大历史街区，以及双甍巷这一典型的清末民初江南水乡民居建筑群，延续了城市街巷因水而生、临水而建、沿水成街、依水而兴的特色。

其他与运河历史相关的文化遗产，积淀了大运河修建、变迁过程中的历史信息 and 人文内涵，也是大运河遗产的构成要素。如落帆亭是杉青闸旁江南运河嘉兴段的标志性人文景观，早在宋代就享有盛名，是当时官吏和过闸客商游憩之所。精致的景观建筑和巧妙的园林布局构筑了一处水乡风情特色鲜明的江南园林。始建于唐代的三塔，是运河由杭州急转弯进入嘉兴的标志，也是中国大运河上最早的航标之一。

宝贵的运河文化遗存，形成了嘉兴江南水乡古城特殊的城市肌理和文化内涵，也是城市有机更新的重要基石。

根据大运河申报世界文化遗产工作计划，2014年是大运河申遗的最后日期。作为35个联合申遗城市之一，嘉兴要以实施城市有机更新为契机，积极推进大运河保护与申遗工作，彰显江南水乡历史文化名城特色风貌。

1.实施遗产保护工程，加大运河遗产保护力度。首先，要以列入国家大运河申遗名单的遗产点段为重点，按照“真实性、完整性、延续性”原则进行保护和整治，展现其独特价值与历史风貌。其次，强调遗产保护的整体性，将散落在运河沿岸的文物遗存挖掘和梳理后“串珠成链”，重拾历史文化碎片，形成了丰富的运河景观走廊，并与城市建筑、城市景观相互协调、交相辉映。

2.加强城市规划设计，提升运河环境景观整体风貌。大运河孕育了嘉兴，形成了嘉兴“越韵吴风、水乡绿城”的独特城市形态。运河沿线的环境风貌与众多文物古迹相依相存，共同构筑了大运河作为一条文化线路丰富的自然和历史人文景观。

3.挖掘运河文化资源，展示江南水乡城市特色。一方面，运河文化的收集、整理、研究以及内涵挖掘是做好大运河保护与申遗的前提和基础，也是有机更新中实施文物修缮、风貌恢复、遗迹重建的重要依据。另一方面，世界遗产的保护需要公众的参与和支持。大运河保护和申遗的过程，也应当成为关注运河遗产、弘扬运河文化、构建城市精神家园的重要载体。为此，建议利用修复后的文生修道院建立“嘉兴运河文化展示馆”，通过全面反映嘉兴大运河的历史及变迁，增进广大市民对于运河的亲近感，培养自豪感。

4.坚持保护与利用相结合，实现运河与城市的可持续发展。城市是一个活的有机体，强调历史风貌与特色的保护，也不是单纯的静态保护，而是要把保护与城市的未来发展结合起来，真正实现运河的可持续发展。如今，市区段运河已失去传统运输功能而成为城市景观河道，通过多年来对“船游嘉兴”旅游项目的开发与建设，环城运河沿线已成为嘉兴水上旅游的品牌。结合大运河申遗和城市有机更新工作，一方面可以挖掘沿线文化遗存的内涵，丰富环城运河的人文景观；另一方面，可以利用嘉兴丰富的河道资源，开辟水上巴士，既缓解城市交通压力，又凸显江南水乡古城特色。

总之，保护是为了更好地发展。在大运河申遗和城市有机更新过程中，把运河文化遗产保护与提升城市文化品位结合起来，与发展现代服务业结合起来，与建设人文生态城结合起来，着眼于维护生态、保护资源，着眼于传承运河文脉、延续历史风貌，在保护的基础上进行科学利用，实现文化、经济、生态、休闲、旅游等多种功能的协调统一，使大运河真正成为延续嘉兴历史的文化长廊、造福子孙后代的生态走廊。



张德洪近照

大运河孕育了杭州、常州、通州、扬州等富甲天下的运河城市，而苏州运河畔的阳澄湖则滋养了闻名于世的大闸蟹。阳澄湖水域成百里方圆，碧波荡漾，水质清纯如镜，水浅底硬，水草丰茂，气候得宜，正是螃蟹定居生长最理想的水晶宫。运河之畔的阳澄湖大闸蟹形成与众不同的四大特点：一是青背，阳澄湖蟹壳成青灰色，平滑而有光泽；二是白肚，贴泥的脐腹，晶莹洁白；三是黄毛，脚毛长黄挺拔；四是金爪，阳澄湖蟹爪金黄坚挺有力，放在玻璃上能八足挺立，双螯腾空。

吃大闸蟹是一种季节性的享受，更是中国的饮食文化核心话题。唐代诗人李白曾赞道：“蟹螯即金液，糟丘是蓬莱。且须饮美酒，乘月醉高台”，饕客们怎可错过这个大快朵颐的好时机，这不吃大闸蟹的季节又到了！俗话说：“秋风起，蟹脚痒，九月圆脐十月尖。”九月要食雌蟹，这时雌蟹黄满肉厚；十月要吃雄蟹，这时雄蟹蟹脐呈尖形，膏足肉坚。中秋将至，苏东坡《水调歌头》中的名句“但愿人长久，千里共婵娟”又成为了分居两地的家庭翘首以盼等待团聚的节日，此时此刻，大闸蟹则更成为中秋食谱中一道不可或缺的美味大餐。

日前，苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会会长杨维龙向我们介绍了阳澄湖大闸蟹行业协会为阳澄湖大闸蟹产业默默耕耘的情况，同时，向我们推荐了张德洪全心全意培育阳澄湖大闸蟹品牌的事迹。“做事必须有激情，阳澄湖大闸蟹就是要成为中国的一大品牌。”眼前的张德洪，身高1.68米，说话快人快语，嗓音洪亮有力。张德洪现在是苏州市阳澄湖三家村蟹业有限公司董事长、苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会副会长和遍及北京、杭州等全国近百家“张德洪牌大闸蟹专卖店”销售商。在10年前，他只是个普通的蟹农。

不“安分”的蟹农 张德洪原来也在村里搞水产养殖，连年亏损，欠下了村民们70万元的外债。他觉得在村里养殖，眼界不够宽，应该到外面闯出一条路来。2005年，张德洪拿上了家里仅有的1000多元钱来到了杭州。发现有人在做阳澄湖大闸蟹的生意，一打听才知道，做这个生意的人不是阳澄湖本地人。他就想，外地人能做这个生意，我是本地人应该比外地人做得更好。

于是，他在杭州租了一间17平方米的小房子，开了一家阳澄湖大闸蟹专卖店。他把自己家养的阳澄湖大闸蟹运到店里面卖，杭州消费者

嘉兴：城市有机更新与大运河保护

王春燕