



成果丰硕前景看好

9月29日,欣逢中韩建交25周年之际,第三届“中韩缘论坛”在韩国忠清南道公州市开幕,来自中国、韩国的地方政府官员、专家学者、企业家及各界代表150位嘉宾莅会。中国驻韩国大使馆首席馆员金燕光出席论坛开幕式并发表贺辞,他称赞韩中文化友好协会为发展两国关系所作出的积极努力和突出贡献。忠清南道知事安熙正、公州市市长吴施德表示,希望中韩两国地方政府和民间在更多领域探索出新的发展方案并加以实践。韩中文化友好协会会长曲欢在致辞中说:“今年是中韩建交25周年,也是韩中文化友好协会成立15周年,在此时刻,中韩两国友好人士汇聚一堂,共同分享两国在文化、旅游、地方发展和区域合作等方面的成功经验,促进中韩人文交流和友好关系的发展,具有重要意义。”

论坛上,与会嘉宾就进一步推动中韩地方政府交流,分享两国在文化、旅游等领域取得的成功经验,促进韩中人文交流合作与友好关系发展,进行了深入、友好、广泛的交流。与会嘉宾倾听了中国贵州省、黑龙江省及韩国忠清南道、公州市各位政府代表、专家学者在促进中韩文化旅游方面的高见。公州市副市长俞炳德作基调演讲。贵州省遵义市副市长



世界文化遗产韩国公山城

鲁成军、黑龙江省社科院东北亚研究所所长笪志刚、黑龙江大学历史文化旅游学院院长段光达、韩国公州大学研究院院长俞起浚、韩国韩中关系研究所室长李成制、韩国文化观光研究院研究员吴训诚等发表了精彩演讲。在陆续进行的“发挥文化旅游优势,打造全域旅游精品”“激活中韩文化合作优势正当时”等主旨发言中,与会嘉宾分享了两国在文化、旅游、地方发展、区域合作等方面所取得的成功经验,并提出建议,答疑解惑,探讨未来双方进一步开展合作的潜力和方案,为中韩文旅合作及地方政府交流提供理论支撑和应用对策。十五年风雨兼程。“中韩缘文化节”“中韩缘论坛”等系列活动年年推进,不断提升中韩两国人民之间的友谊。下一阶段,韩中文化友好协会将致力于通过茶文化、书法文化、少数民族文化等多方面交流,把民心相通的友好桥梁搭建得更加牢固。

“醉美遵义”亮相“百济文化节”

本届论坛适逢韩国公州举办“第63届百济文化节”,公州市是韩国十大主题旅游目的地之一,拥有被列为世界文化遗产的公山城及麻谷寺等珍贵历史遗迹。在“百济文化节”开幕式上,与忠清南道结为友好省道关系的贵州省代表团献上精心编排的节目,别具一格的民族风情表演,不

时博得观众阵阵掌声。“百济文化节”是韩国历史文化观光庆典,已成为世界性历史文化庆典活动。本届文化节以“与韩流元祖百济的相遇”为主题,以100多种文化活动展示,彰显百济文化的多元独创性。因特别邀请了韩流明星JYJ成员金在中担任宣传大使,使得本届“百济文化节”更加令人瞩目。

在第三届中韩缘论坛上,贵州省遵义市副市长鲁成军及市旅发委副主任梁卓从不同角度对遵义旅游进行了精彩讲解和精准推介,并向韩国民众发出到中国红都遵义旅游的诚挚邀请。在活动现场,遵义市专门搭建“醉美遵义”展台宣传展示遵义的好酒好茶、好山好水好风光宣传品及红旅集团提供的旅游纪念品,湄潭的“遵义红”“湄潭翠芽”和仁怀的茅台酒,供现场的韩国民众观赏、品尝,感受“醉美遵义”的无穷魅力。此举进一步扩大了遵义在韩国的影响,所推旅游产品受到韩国市民喜爱,为“醉美遵义”深度开发韩国旅游市场奠定了良好基础。

近观麻古寺,远眺公山城

“中韩两国合作成果丰硕前景看好”,这是第三届“中韩缘论坛”各方专家达成的共识。中韩一衣带水,两国交流源远流长。1992年建交以来,中韩在经济、文化、旅游等方面广泛合作,充满生机。近几年来,中韩两国旅游业界携手再上新台阶,中国与韩国互为重要旅游客源国格局日益加强和提升,成果丰硕。

当论坛嘉宾来到忠清南道麻谷寺近观之后,无不对这个原生态旅游胜地发出赞叹。麻谷寺由慈藏创建于新罗640年,传说当年普徽和尚传法时,前来学习的众僧就像麻田里的麻一样布满山谷,遂得名。麻谷寺所在地的山和水呈太极形状分布,虽经历多次战争,丝毫未损。千年古刹至今保存完好,山门高悬“解脱门”3个大字,正殿全属木榫卯结构。韩国人从小就受儒教文化熏陶,儒学渗透到日常起居的行为基因中。最引人注目的还有五层石塔,塔尖安装有圆形青铜装饰物,这是典型的喇嘛教风格装饰,大光宝殿等整个寺庙建筑所散发出的浓浓汉唐遗风,给人留下深刻印象。

而观光位于公州的世界文化遺產公山城,则是“远眺”更有韵味,宛若一段“万里长城”。公山城是百济时代代表性城郭,是守护熊津百济的王城。城墙长约2.5公里,有东西南北4个城门,分别为迎东楼、锦西楼、镇南楼、拱北楼,城中央有寺院“灵隐寺”。公山城旁的玉女峰是辅助王城,用泥土堆积而成。锦江在海拔110米的山脊和溪谷中穿行,公山城依江蜿蜒耸立。百济时代的熊津城,高丽时代的公州山城,高丽时代之后的公山城,是仁祖为了躲避“李适之乱”到达山城后建筑的,朝鲜宣祖和仁祖时期,改建成石头城,之后一直被御用。公山城下,仿佛可以窥见和谛听到烽火岁月的历史踪影、兵啸马嘶!

在城墙上游览,路虽虽然崎岖狭窄,但可欣赏到锦江旖旎景色。公山城融历史与文化于一身,具有较高观赏价值。当山上有人哼起小曲“阿里郎,阿里郎,阿里郎哟,我的郎君翻山过岭,路途遥远,今宵离别后何日能归来,请你留下你的诺言我好等待……”时,山下众人跟着伴唱,歌声越来越响亮,似乎从远古传来,又携江风飘向远方。节庆期间,人们从浮桥走过,在锦西楼观看“熊津城守门兵换岗仪式”,一睹当年百济国王的凛凛威风,同时欣赏公山城神秘景色。从麻古寺游到公山城,作为中国人,很有自豪感:韩国的古代都是用汉字书写的。韩国的历史事件、社会发展都和中国密不可分。

如今,韩国大力发展旅游业,在提升服务和便捷方面推新举措,除延长团签免收签证费等政策外,还在1.1万个商铺实施“即时免税制度”,济州岛、江原道、釜山等热门旅游城市相继出台或签订无线网普及计划,济州岛内包括人气餐厅和景点在内的143个地区已经完成“WiFi-热点”安装,无线网在今后5年内将把中国游客的消费提升至少两倍。韩国致力于提高旅游产业竞争力,对文化遗产的保护和文化传统的继承以及旅游产业的战略性培育非常重视,在提升国民旅游意识、创建健康旅游时尚之际,支持旅游振兴活动,开创附属事业为振兴旅游提供资金等等,有力地促进了旅游业的对外交流和创新发展。

走向“一带一路”的中国餐饮文化符号

邢晨声

由中国侨联文化促进会发起主办的“‘一带一路’中国火锅产业发展峰会”近日在重庆召开。来自国内外包括“刘一手”“海底捞”“德庄”“香天下”“澳门豆捞”“苏大姐”“小肥羊”“五斗米”等火锅界知名品牌在内的500多位代表出席了会议。会议上,海内外代表紧密互动,沟通信息、交流经验,并发起了“全球华人火锅发展联席会议”倡议,建立常态化交流机制,启动“中国火锅‘一带一路’大篷车行动计划”,激活“点火吧——火锅线上互动平台”,从供应链保障、基金平台建立到相邻产业辐射等话题的热议,呈现出始料不及的盛况,也给了我们太多的启迪。

据相关资料显示:在全国餐饮业3.5万亿元的GDP贡献当中,火锅收入占据1/3还多。火锅产业催生的巨大产业链几乎涵盖种植、养殖、加工、物流、制造、商务贸易等各个行业。而这样一个覆盖于中国各个地方的餐饮形式,现在正在让世界各国追捧的中国式餐饮现象,仅“刘一手火锅”品牌就在世界近40个国家开启了分店。火锅自身的产业特质、快速发展趋势和火锅产业发展升华出的火锅品牌价值,让我们看到一种日益清晰的火锅文化现象。面对“一带一路”国际战略营造出的巨大发展空间,以什么样的产业体系和文化自信去信步国际市场?让我们不得不认真审视和研究中国火锅带来的有益启示和可资探索。

从中华文明肇始的神农尝百草的传说、史前文明的原始石器、仰韶文化时期的陶器、夏商时期繁荣的青铜器皿,都是直接的食物采集、加工、存放和使用器物。火锅文化的诞生和传承,起源于原始的食物加工手段。作为青铜器代表性器物的鼎、簋、尊等应该是火锅文化的最早雏形。说起火锅,过去只把它当成为一种餐饮现象,可当一种现象成为一种普遍的认同时,就是一种文化习俗,就非常值得重视和研究。过去有不少缺乏文化自信、文化自觉的行为,常常导致虽然有很高的经济增长速度和总量,但缺乏了文化自信的民族力量展示,缺乏文化自信走向国外的对话语言。党中央提出“一带一路”、提出“文化兴国”,不是因为中国文化本身的弱化,而是因为中国要有与世界对话的语言,要有与世界对话的权利和自信。

中国餐饮从视觉上和味觉上得到世界青睐,什么是可以典型地代表中国走向世界的中国餐饮文化?应该讲,火锅可以最真实地代表中国的味道、中国温度、中国形象和中国精神,去温暖全世界。

火锅的特质,既包括了器物的材质和造型,又包括了原始的和加工的食材,有着丰富的调料和配料,还有着非常讲究的餐饮环境和礼仪。中国的火锅有着各地鲜明的风格和特色,成为既具普适性又具有个性特征的餐饮形式。而闻名全国的一些火锅品牌店,又以自己的企业文化形成新的市场支撑和品牌吸引。以特有的经营战略,不仅传递火锅的温度,更要传递情感的温暖,这就是文化,这就是我们的火锅有理由走向世界最根本的要素。

中国火锅要代言中国餐饮,要代表中国形象、中国气度走出去的时候,就一定要有自己的企业文化形成新的市场支撑和品牌吸引。以特有的经营战略,不仅传递火锅的温度,更要传递情感的温暖,这就是文化,这就是我们的火锅有理由走向世界最根本的要素。

国际化商业舞台,搞一个国际产业市场、品牌市场聚集,没有中国这个品牌的进入和支撑,这个地方的市场品质就是一种缺失。所以品牌建设是火锅行业面临的一个首要问题。在品牌建设上,有两个层面:一个就是把现有的火锅品牌,在文化战略指导下高端地去做好;再一个就是能够让个体品牌突破自我空间,共同整合一个国家品牌,形成一个实力聚合。虽然过去习惯以陶瓷作为中国的一个形象代言,但“一带一路”的国际通道提出了新的挑战 and 机遇,火锅作为中国餐饮文化主题、文化符号、文化温度、文化味道走向世界的时候,它以什么样的最直接的、视觉的、感动的东西让消费者品味它、记住它,很重要。中国的餐饮、菜系丰富多彩、美不胜收,但很难准确概括和表达,想到的只是味道,无法归纳一个典型形象。今天提出火锅文化,似乎找到了一个能让世界认同的中国餐饮文化介质。

真正感动的不仅是火锅的味道和对味蕾的刺激,还有火锅产业创造者的精神。“刘一手”也好、“海底捞”也好,还有众多火锅业内品牌精英,经历了艰难起步,一刀一刀、一盘一盘、一锅一锅做起来,聚合成一种市场引力,有了自己的品牌,有了强大的经济实力,他们需要的是担当和责任,需要中国火锅走向世界。现在,火锅已经能够成为中国餐饮业的一项主流产业,火锅的产业链拥有了巨大的供给侧板块,中国火锅无论在世界各地哪里开张,都是异常火爆。

我们能为中国火锅做点什么呢?中国火锅、企业品牌、产品品质,已经足以具备打天下的能力。当走出国门的时候,不能单枪匹马、势单力薄地去面对世界。必须有民族品

牌、国家意志,有世界语言才具备走进世界舞台参与竞争进而占领世界餐饮市场,用中国文化来对世界宣示中国形象和中国气质,这就是火锅要走向世界的担当和责任。火锅店要成为一个文化集居点和旅游体验地,要让游客不是过客而成为吃货,让他们闻香下马、知味停车,掏钱畅享。每一个火锅店不仅是一个餐饮点,也是领略中国文化、体验中国文化,进行旅游和中国文化定制的一个集散地。这才是一种升华,才会在本产业的完整性之外和横向的其他产业打通,形成巨大的产业辐射主体。火锅是个“纲”,举起火锅,带热旅游,撬动消费。

“一带一路”提供的是一个走向国际的机遇,指给是一片充满希望的天地。今天,时不我待,就是要为火锅走向国际来搭建服务平台。包括品牌建设、媒体推广、主题打造、法务支持等等。中国火锅处在一个历史关头,发展思路是否可以这样:第一,要专业化编制中国火锅文化发展战略规划,对火锅产业实行科学分类、科学指导和科学发展,走出国家战略之路,形成权威数据发布,实现火锅业规范化发展。第二,创意策划中国火锅产业年度博览会,搭建中国火锅产业发展交流平台,促进火锅业体系化发展。第三,启动和加强火锅文化与学术研究,推进火锅中道工作。火锅制造业不仅代表了中国特色材料科学、制造业技术水平,同时颇具民族特色。火锅推向世界必然会把中国筷子的使用推向世界,所以在供给侧这方面能做的文章还有很多。第四,要制定中国火锅走向国际的标准,要培训高端人才,要做中国火锅业走向世界的示范产业和品牌聚合。

中国火锅正在走向“一带一路”,前途光明,任重道远!

推进民间互动交流

传统佳节中秋节来临之际,“文明对话论坛2017年度盛典暨中秋节日嘉年华”活动在北京开幕。论坛旨在深入探讨人类文明的成果与导向,倡导文明交流互鉴理念,推动文化多样性,推进以民间交流为主体的“一带一路”文化服务体系建设,践行文明的传承创新与可持续发展。200余位中外嘉宾出席盛会。中国人民对外友好协会副会长谢元在致辞中说,国之交在于民相亲,民相亲在于心相通。随着全球一体化推进,民间外交在国际舞台上获得越来越广阔的“表演”空间。我们期望文明对话论坛能够积极发挥自身优势,积极宣传我国和平发展的理念和成就,推动国家间友好交流和务实合作。

开幕式上举行了“文明驿站国际文化中心”启动仪式。文明驿站是文明对话论坛与地方、国际间积极合作的一项重要交流成果,已有“桂公府”“史家胡同博物馆”等挂牌。目前,文明驿站还与上海锦江卢浮亚洲酒店管理有限公司、中国保信集团、第一商务控股(深圳)有限公司等进行战略合作。文明对话论坛执行主席王强说,从传统自发交流到规模化再到国际化,文明驿站必将成为“一带一路”沿线国家之间进行文明交流互鉴的一个重要载体。

文明存续依赖于多样性

希腊驻华大使莱昂尼达斯·罗卡纳斯谈到:文明的存续依赖于其多样性,就像种庄稼,如果只播种单一的种类,遇到问题就会颗粒无收。人类文明也是如此,要想发展和延续下去,就需要多种文明协同发展。举办文明对话论坛正是为不同文明之间提供了沟通和交流平台,通过交流互鉴实现更好发展。希中两国同为历史悠久的文明古国,希腊非常珍惜同中国和中国人民的友谊,希望通过交流合作,使两国文明更好地传承下去。

在“1+6”对话环节,几十位中外嘉宾分别就“全球化时代的驱动力——科学文明”“民俗文化的交流影响”“文化创意的融合创新及其产业平台的构建”“文明之旅:对话魅力兰卡”“花好月圆举芳樽,佳节盛事颂和平”等议题进行探讨,大力倡导“和平、团圆”,积极践行“文明为帆,知行天下”。

旅游胜地秦皇岛举办第十八届国际葡萄酒节

本报讯 日前,由中国酒业协会和秦皇岛市政府共同主办的第十八届国际葡萄酒节在旅游胜地河北秦皇岛开幕。

围绕如何提升中国葡萄酒产业竞争力,中国酒业协会理事长王延才提出,大力创新市场推广模式,积极建设和推广本土葡萄酒文化;秦皇岛市市长张荫书表示,秦皇岛高度重视葡萄酒产业发展,坚持走高端化、精品化道路;深圳市智德营销策划有限公司总经理王德惠做关于葡萄酒产区营销演讲;

浙江台州湾集聚区开发建设取得阶段性成果

本报讯 近日,浙江台州湾循环经济产业集聚区管委会召开媒体会,介绍近期发展成果。该区是浙江海洋经济示范区的重要组成部分,也是打造“山海水城、和合圣地、制造之都”和休闲旅游业的战略支撑平台。

据集聚区管委会党工委委员汪维柏介绍,今年1月至7月,集聚区东部新区实现固定资产投资32.29亿元,主要经济指标取得突破,招商引资取得新成果。产业成“链”,人气成“场”,针对已签约落地企业,集

第十六届住博会第十七届城博会在京开幕

本报讯 第十六届中国国际住宅产业暨建筑工业化产品与设备博览会(以下简称中国住博会)、第十七届中国国际城市建设博览会(以下简称中国城博会),10月12日在中国国际展览中心(新馆)开幕。

本届中国住博会以“发展装配式建筑、促进绿色发展”为主题,突出国际性、科技性和前瞻性,重点介绍国内外最新装配式建筑技术,集中展示成套集成技术,宣传绿色环保理念,引导房屋质量和性能不断提升,促进我国建设领域转型升级和可持续发展。中国住博会已成为引领行业发展的风向标,宣传最新产品的大展台,全行业技术交流的大平台,企业开拓新市场的大舞台,是公认的国内绿色建设和装配式建造

方面最具影响力的专业博览会。本届中国城博会的主题是“统筹规划建设管理,建设绿色宜居城市”。综合展示包括,中国20世纪建筑经典作品、梁思成建筑奖获奖作品等。其中的城市雕塑展以“不忘初心,为时代塑像”为主题,梳理城市雕塑发展脉络,综合展示新中国城市雕塑面貌,展现中华民族实现伟大复兴的坚定意志和决心,揭示城市雕塑的历史使命——为时代塑像,用雕塑艺术表现历史、塑造英雄、弘扬精神、歌颂时代。主题展示包括,“一带一路”建设项目、中国生态园林、特色小镇等专题,同时展示近年来在城市建设中出现的新技术、新材料、新产品、新工艺。(龙飞吟)

繁花秋月里的一往情深

钱嘉斐

——文明对话论坛2017暨中秋节日嘉年华“巡礼”