

商宋文化：商丘文化之根(下)

【阅读提示】

近年来，作为一座文化贫瘠的城市，深圳发展文化的思路，已给予人们无限的启迪和借鉴。

5月17日，《人民日报》二版刊发文章《深圳文博会8年交易额超5000亿元“中国文化第一展”成长记》，从“无”到“有”，从“城市文化展”到“中国文化第一展”，从第一届成交额356.9亿元到第七届的1246.85亿元，深圳文博会8年走过的光辉历程，不可谓不震撼，其充分彰显的，是文化魅力，更是文化的创意魅力。

不仅如此，深圳“世界之窗”的创意和建造，更让这座新兴之城拥有了一张集文化、娱乐、休闲、旅游于一园的中国主题公园第一品牌，为中外游客再现一个美妙绝伦的世界缩影。

这种发展文化的思路告诉我们，文化可以贫瘠，非大创意，难有大创造，非大手笔，难有大巨制。

的确，文化贫瘠的城市与文化富裕的城市，同样面临发展抉择的难题。前者因为“贫”，最大的抉择是要怎样创造让“无”中生“有”；后者因为“富”，最大的抉择是要怎样筛选让“有”而更“优”。

文化富裕的城市，则需要考验筛选的智慧。什么都好，什么都不想拉落下，那考验的不是一个城市的智慧，而是这个城市的经济实力。正如深圳，经济实力雄厚，完全能够借助文化创意的思路和力量，将异地文化巧妙地“据为己有”，创造出一种面貌有别于传统文化的新兴文化品牌。犹似美国好莱坞拍《功夫熊猫》和《花木兰》。

然而，相对于传统文化品牌，新兴文化品牌有且只有一个凸显，那就是“经济”。而传统文化品牌在凸显经济的同时，更张扬精神。在文化中国与文化创意时代，我们可以百倍相信，传统文化品牌有着更为顽强、持久的生命力，因为它做的是民族精神，中国品质。

商丘属于文化富裕的城市，无论发展传统文化品牌，还是新兴文化品牌，我们都更有优势乘势而上，借力使力。

商宋文化概念的提出

2010年10月12日，京九晚报首席记者蒋友胜在该报发表了《寻源探流 商宋大地唱响商宋文化》一文，全面翔实地记述、阐释了商宋文化的源起、研究和发展。

文章首先记述了这一概念的源起背景。2006年年底，商丘炎黄文化研究会召开文化研讨会。会上，商丘日报社原社长李广瑞提出了“商宋文化”这个概念，并对这一概念进行了简单的论述。

据河南省历史学会常务理事，商丘师范学院历史学教授、博士，商宋文化研究最权威专家郭文佳回忆，他对李广瑞提出的商宋文化概念很感兴趣。那次研讨会结束后，郭教授就开始着手研究商宋文化，并形成了多篇研究商宋文化的论著，为商宋文化的发展初步奠定了理论基础。

正如蒋友胜所言，中国有很多地方，文化已经浸润到那些地方的每寸土地，让人提起当地来，就知道其文化，比如河北的燕赵文化，提起河北就让人想起“燕赵大地”，再比如山东的齐鲁文化，让人提起山东来就知道那是“齐鲁大地”。

郭文佳归纳商宋文化的影响和内涵

在《商宋文化：商丘地域文化的源和流》一文中，郭文佳从多个角度对商宋文化进行了阐述，并归纳了商宋文化对商丘的四大作用和影响：

第一，商文化和宋国文化是商丘在全国最具代表性的两大文化品牌，是商丘地方文化的代表和精华，用商宋文化命名商丘地方文化，具有代表性。

第二，用商宋文化来命名商丘地方文化具有科学性和唯一性。之所以具有科学性和唯一性，是因为如果仅用商文化来命名商丘地方文化，则由于尽管商丘是三商之源，但商朝建立后不断迁徙，因此仅用商文化来称谓商丘地方文化不具有唯一性，也不科学。如果用宋国文化来命名商丘地方文化，但毕竟宋国是春秋战国时期的诸侯国之一，影响有限，无法代表全部商丘地域文化。如果把二者合起来用商宋文化来命名商丘地方文化，则不仅可以使商丘地域文化的命名恰如其分，非常科学，且具有唯一性。

第三，用商宋文化命名商丘地方文化，并不意味着商丘地方文化就仅仅是指商朝文化和宋国文化，它是以商宋文

化为代表的整个商丘的历史文化，商宋文化是商丘地方文化的代名词。

第四，用商宋文化命名商丘地域文化，不仅可以规范商丘的地域文化命名，而且还有助于宣传商丘、推介商丘，有助于提高商丘的知名度。

在郭文佳看来，商宋文化有狭义和广义之分。狭义的商宋文化是指从商部落开始，到商朝建立，一直再到宋国，由商族在黄淮平原这片沃土上所创建的文化，他们之间是继承与发展的关系。广义的商宋文化是指在商丘这片古老的大地上，历史上各个时期所创造的所有文化，广义的商宋文化不仅包括商宋文化的“源”，即商朝和宋国之前三皇五帝时代所创建的文化，也包括它的“流”，即商朝和宋国之后，自秦汉至今在商丘一带所发展起来的文化。换句话说，商宋文化是贯通古今的商丘地域文化的代称。

简言之，一个文化概念的提出是智慧，将一个概念发展成为一种全国叫得响的文化品牌，更是大智慧。文化就是智慧，文化富足的城市，智慧就是希望。

一个会的发展启示

1928个政府组团参展，全球95个国家和地区参会，1.5万名海外客商到会采购，截至21日12时，总成交额达143290亿元，比上一届增加187.41亿元……数字表明，“中国文化第一展”——第八届深圳文博会已深深影响世界的文化消费与交流。文博会显然已发展成为深圳的新风景，中国文化创意产业的蔚风景，中国文化建设倡导“走出去、引进来”的新风景。

深圳文博会是“交易”的盛会。2004年，首届文博会在深圳举办，首次将“文化+市场”的旗帜高高扬起。此后，为推动成千上万项文化产品转化为生产力，“交易”成了每届文博会努力做足做强的经济文章。8届文博会，参与企业数量从2004年的700余家，增加到2012年的1928家，成交额从356.9亿元提高到1432.90亿元。“真金白银”的收获，让文博会一次又一次辉煌绽放，浴火新生。

深圳文博会是“资本”投融资的盛会。最近两届，在重“交易”平台的搭建上，文博会越来越成功地推动中华优秀文

化项目与海内外资本的有效对接。今年，第八届文博会克服了欧洲经济不佳等不利因素，提前一个月邀请到全球95个国家和地区的15098名海外采购商参会。深圳文博会为中国文化打开了“走出去”之门，让更多的中国文化产品走向世界。

他山之石可以攻玉。近年来，中国文化创意产业从亦步亦趋的“拿来”，到探索、起步、培育，目前开始步入加速发展的新时期。

创意催生生产力，参与同样创造竞争力。在这届深圳文博会上，商丘组成了由市委常委、宣传部长贾瑞琴任团长的50余人代表团参展参会，成功签约文化产业项目2个，签约金额38亿元人民币。民权王公庄画虎村画虎、宁陵“刘腾龙”牌毛笔和夏邑火店宫灯工艺品3个项目参展，成功交易近30万元。无论参展人数、签约金额、参展产品数量、现场交易额，均为历届之最。

发展的声音，总是如此动人。



■欧阳华

悠悠钟声里两人很快苏醒过来，他们吃到了热气腾腾的热粥。围观的有人惊异道：“这不是骚壶吗？走了什么桃花运，捡了个如花似玉的媳妇。”骚壶说：“去去去，闭上你那鸟嘴，人家是花蕊姑娘！”花蕊道：“谢谢骚壶哥的救命之恩。”骚壶和花蕊来到寺内献香。骚壶在大佛面前默默重复着自己多年来的夙愿：愿菩萨保佑，能让我骚壶碰到一个温柔女子，然后过上温馨小日子，有一对可爱的小儿女。他抬起头，果然那炷香火头正旺，菩萨露出慈悲的微笑。花蕊找到佛定：“请方丈开恩，让小女子往日的罪孽留给佛祖，今日洗脱所有的罪恶重新做人，救小女子脱胎换骨。”佛定慈爱地打量着她，点点头说：“阿弥陀佛！老衲为你打量身。”

在门外拱手施礼：“黄老爷委托在下给方丈一封密信，请妥善保管，不得泄露。”佛定点头让座，三德子相辞而别。佛定打开信看到：十箱银两，修缮佛寺之用；救建古刹，弘法安民为要。佛定知是康熙亲笔，恭恭敬敬地将信笺供奉在佛龛之上，郑重叩拜。身后传来杂沓的脚步声，却是妙鸭、妙水、妙鹅、妙鱼等人来到。佛定定定地看着他们，突然说：“白云寺里再也不能收留你们了。你们杀生太重，怕是要祸害这佛门净地。”妙鸭说：“方丈切莫胡乱猜疑，我们兄弟日夜谨修佛法，诵读经卷，摆渡

众生，虔诚向佛，哪里敢有半点怠慢！”

佛定说：“是吗？妙鸭，你看你的头顶是什么？”凡人一看他头顶上粘着一根鸡毛，佛定说：“大河里的水鸭子要向你复仇了，怎么用它们作为你的口腹之虞。”妙鸭突然对妙鹅惊叫起来：“你的耳边挂着几根鱼刺！”大家一看都目瞪口呆。佛定说：“这河里的鱼儿都具有佛性，你若杀生，它们岂能饶你？”大家赶紧仔细彼此相看，却再也没有发现什么，都叹口气对佛定说：“师父开玩笑，我们虽然以前做过水贼，但既然皈依佛门，如何肯再胡乱杀生

呢？还是请方丈不要胡乱猜疑才是。”佛定说：“不听佛祖教诲，最终丢掉性命，打入万劫不复的地狱……先去河里洗去你们的斑斑血迹吧。”妙鸭等不解其意，伸手看时果然手里都血迹斑斑。

钟声再次响起，佛定为花蕊施舍符水。花蕊郑重地给佛祖连上三炷香，然后虔诚地叩头，从怀里掏出一把锋利的剪刀，接着从包裹里拿出数十件镶嵌着珠宝的金首饰，然后从怀里又摸出三根金条，都恭恭敬敬地交到佛定和尚手里。她在心里默默许愿着：佛祖啊，这是腌臢污秽，它们时时刻刻压得我喘不过气来，将原本纯洁的我缠裹得寸步难行。借佛祖灵光洗去我的罪恶，重新回到这个漂亮的世界，我情愿给佛陀度个金身。佛定点头会。