

# 明招文化研究与成果

□古梁

(上接7月16日8版)明招寺自古以来声名远播,在佛教界自唐五代后影响很大。虽然在20世纪90年代以前明招寺破败不堪,遭到了很大破坏,但它所折射出的明招文化深深吸引了国内外一些要人的注意,并不断前往探访。然而明招文化的文字研究起步较晚,真正的研究出现于20世纪90年代初,研究的鼎盛时期出现在21世纪初。

20世纪80年代初,就有一批研究佛教的日本友人来明招寺考察,回国后专门出版《明招寺》专著。1985年11月,武义籍农学家方粹农在县政协副主席陈正财等人陪同下考察了明招寺,他看到明招寺破败的惨象,深情地说,明招寺是武义的一块瑰宝,是古人留给我们的文化遗产,要修好它、保护好。

1996年12月31日,台州市委副书记、市政协主席、原武义县委书记李成昌在县长郑可风等人陪同下前往明招寺考察,他指出要进一步加强对明招寺的保护和文化研究工作的开展。

1997年10月,浙江省财政厅厅长翁礼华在金华市委书记仇宝兴陪同下参观了明招寺。

1998年5月27日,美国哈佛大学东亚语言文学系主任鲍彼得、浙师大教授宋史专家方如金、副教授龚剑锋考察了明招寺。

1998年6月2日,国家文物局地面文物司司长晋宏逵、总工程师许言、傅清远等参观了明招寺。

2004年6月广西师范大学教授、吕祖谦研究专家杜海军专程从广西寻访到明招山进行调研。同年8月湖南大学岳麓书院教授、古代书院史专家邓洪波也专程到明招寺,并拜谒吕祖谦墓,他深有感触地说:“我有书院情节,今天才实地看到吕祖谦是在这明招山讲学的。”

1986年以来,明招文化文字研究起步比较晚,随着明招文化遗址一步步修缮过程中逐步出现了一些文字研究。1989年6月,高金楼、涂志刚的《明招寺记略》和1991年朱和沈、高金楼的《吕祖谦与明招寺》,是至今县内人士发现较早研究明招寺和吕祖谦的文章,但他们均没有在文章中提出“明招文化”这一概念。

20世纪90年代初,不少国内武义籍的学者、专家在回乡时常提到明招寺,认为明招寺是一块武义的瑰宝,要好好研究,并一再向县政府有关人士提建议。在这一背景下,1993年6月,朱和沈、刘俊林、郭浩良、陈南山等发起成立明招学术研究会筹备活动,并很快得到县委、县政府领导的重视支持。1994年1月23日县委宣传部下文同意建立明招学术研究会筹备组,决定由郭浩良、朱和沈任正副组长。3月18日县社团登记管理办公室下达关于成立“武义县明招学术研究会”的批复。

1994年4月11日在县政府第二招待所举行明招学术研究会成立暨第一次会员大会,除第一批会员35人参加会议外,省文史馆员、浙师大教授王煊城、金华市地方志办

公室主任、市地方志学会秘书长王林、金华市历史学会秘书长、浙师大副教授龚剑峰、武义籍青岛化工学院俞旭教授以及永康陈亮研究会会长胡国钧莅临大会指导,省地方志副主任、研究员王志邦和金华市历史学会给大会发来贺电、贺信,县委书记阎寿根、副书记郑可风、县委宣传部部长汤勇看望全体与会人员并表示祝贺。大会一致推选郭浩良为会长,邹志伟、朱和沈(兼秘书长)为副会长,包剑萍为副秘书长,刘俊林任基金委员会主任,金启章任副主任。大会第一次提出了“明招文化”这一历史概念和这一概念的历史根据。并宣布研究会的研究总课题定名为“明招文化”。

学会建立之初,围绕“明招文化”这一总的研究课题,又提出了9个子课题,并本着“重在研究、贵在实用”的活动方针,提出了一些重大的研究课题,主要内容涉及到三个方面:

1、考查阮孚到德谦特别是吕祖谦一家的来龙去脉,以及他们在明招寺的活动。

2、研究吕祖谦为代表的理学思想(金华学派、浙东学派)的形成、发展以及它的特色、地位与影响。

3、提出“明招文化”这一口号的依据,以及它对武义经济、文化的发展,特别是对人才的培养所起的巨大作用。

明招学术研究会自1994年成立以来到1998年结束了它的历史使命的五年时间里,学会组织会员去缙云、明招山寻访吕祖谦的历史踪迹,召开了10多次理事会,朱建生、叶春兴、朱和沈等写出了20多篇学术论文,并在理事会中进行交流讨论,同时不定期地出版《明招学术研究简报》。

2001年金华市政协准备筹组一个吕祖谦研究会。同年7月20日市政协副主席陈炫亮等到武义县政协,在县政协主席张育林陪同下听取了原明招学术研究会会长郭浩良关于学会成立活动的情况汇报,并于8月6日写成12000多字的《关于吕祖谦与明招文化研究的探索及其它》一文送交市政协。

2003年7月3日,遵照县长郭敏的意见,县人民政府办公室下达了《2003年县政府经济咨询顾问调研课题》。其中一个课题是“保护、开发和利用明招文化、构筑武义文化底座和提升武义精神”。经过半年时间的调研,至年底由古梁撰写了《明招文化:古代文化基因与当代武义精神的历史沟通——明招文化课题调研综述》的长篇调研文章。2004年1月16日,县长郭敏、政协副主席李德臻在县府二楼会议室召集政府经济顾问会议,充分肯定了明招文化调研成果,认为具有很高的境界,对提升武义精神起到了开拓作用。

2004年开展的“明招文化保护工程”中新建碑廊的北西侧陈列了13块宋、明、清三代并用玻璃罩密封永久保存石碑,这些石碑分别是:《建造朱吕祠堂碑记》、《重修吕墓

立祠堂讲舍记》、《吕祖俭墓志铭》、《薛南英墓志铭》、《吕祖恣墓志铭》、《宋故隐居刘君墓志铭》、《宋故太安人王氏墓志铭》、《刘氏幼敏墓志铭》、《刘公墓志铭》、《潘公墓志铭》、《宋刘处士墓志铭》、《刘幼学墓志铭》、《潘公静虚墓志铭》。在碑廊南面还散放着清康熙二十九年(1690)县教谕翁嵩年撰写的《重建明招大殿朱吕讲堂记》碑以及吕氏墓群清雍正年至光绪年间的7块墓碑。在朱吕讲堂两侧厢房内陈列了《吕祖谦与明招文化》的图文展览。展览内容分7大部分:首先是前言,然后依次是“深厚的家学渊源”、“吕祖谦生平简介”、“文化名人陈列”、“吕祖谦与明招山的不解之缘”、“武义宋代以来出现的名人”、“明招文化精神在历史中不断创新”。在朱吕讲堂中堂陈列了用汉白玉雕塑的吕祖谦半身像。在讲堂后殿用砚石贴墙并线雕历代理学人物像。后殿中堂线雕吕祖谦(中)、朱熹(左)、张栻(右)像;从东堂至西堂依次线雕陈亮、叶适、陆九渊、巩庭芝、巩邦宪、杨大法、赵汝淦、杨迈、刘滂、何德润15人像,并在每个人物像下列有生平简述。东面墙南侧列有宋以来武义、古括苍(宣平地区)进士、举人名录及数字表,详如下:武义进士,北宋5人、南宋44人、元代1人、明代6人、清代2人。举人宋、元代无考,明代22人、清代37人。贡生宋、元代无考,明代157人、清代156人。当时括苍的宣平地区北宋进士6人、南宋状元1人、进士19人、举人1人、明代4人、清代2人。举人宋代6人、元代7代、明代3人、清代3人。贡生宋代8人、元代6人、明代118人、清代272人。

2005年11月18日至20日,由浙江省社会科学发展规划领导小组、浙江省社会科学界联合会、浙江省金华市政协、浙江师范大学、浙江古籍出版社、浙江省武义县人民政府联合主办了“吕祖谦暨浙东学术文化国际研讨会”。来自美国、法国、中国台湾、香港等国家和地区以及国内各地70多位专家学者参加了研讨会。会议18日在浙师大行政中心会议厅举行了开幕式,同时举行了浙江省文化研究工程重大项目《吕祖谦全集》首发式。19日下午,会议移师武义县清水湾。20日上午来自国内外专家学者赴武义明招山参观了朱吕讲堂、碑廊以及拜谒了吕祖谦墓。20日下午在清水湾举行了闭幕式。武义县王文政、古梁参加了研讨会,王文政提交了1篇论文,古梁提交了4篇论文,编入《吕祖谦暨浙东学术文化国际研讨会论文集》,并在会上各自宣读了自己的论文。其中古梁的1篇论文在会议后入选第1辑《江南文化研究》中。

20世纪末至21世纪初,武义出现了研究明招文化的高潮,许多人士纷纷在各报刊杂志发表了文章,列表从略。

随着武义旅游业如火如荼的发展,旅行社数量也不断增加,竞争激烈难免导致“价格战”等恶性竞争。作为旅行社经营者一方面希望政府能进行宏观调控,控制旅行社数量,营造旅行社业良好的外部环境,另一方面,旅行社经营者更应该从内部思考如何提高自身竞争力,提高服务水平,塑造良好的品牌形象。

企业是以顾客为中心进行经营的,而没有出色的产品就不会有满意的顾客,因此,设计与生产出令旅游者满意的产品对旅行社来说至关重要。在我国,由于旅行社发展历史短,市场环境及制度环境尚不健全,因此,从总体上看旅行社产品设计与生产过程还处于不成熟阶段,我们可以借鉴西方旅行社产品设计与生产方法:

(一)注重市场调研。我国旅行社的产品设计过程中,缺乏对消费者需求的调查。实际上,旅行社只有从顾客需求出发,组织各职能部门进行生产,从而达到顾客满意,才会使企业具有长久的生命力与竞争力。

(二)对产品的开发采取审慎态度。西方旅行社在推出一个产品至少需要18个月的时间,产品一旦推出就要长久地维持下去,并不断地经营已有产品,延长产品的生命周期,从长远看来是一种节约成本的方法。我国旅行社的产品则多数来得快去得也快,产品的生命周期较短,不易建立起自己的品牌,形成特有风格。我国旅行社应当从长远出发,做好自己的市场定位,管理好旅行社的产品组合,围绕旅行社的发展战略开发新的产品,形成自己的品牌。

(三)采取多种市场营销策略。我国旅游者尚不成熟对价格非常敏感,因此价格成为众多旅行社竞争的有力手段。实际上,如果我们改变下思路,以市场营销理论为指导思想,注重产品的市场调研,突出产品的差异化,充分利用产品的外包装(如宣传手册等),重视产品的质量与售后服务,树立起自己的品牌形象,通过创意来提升顾客满意度,将整个服务行为过程品牌化,就可以使旅行社获得强大的竞争力。

(四)注重产品种类与深度开发。我国绝大多数旅行社实力和规模较小,致使开发新旅游产品的平均成本比较高,价格竞争激烈,产品种类单一,另外,由于旅行社产品科技含量较低,容易被抄袭,也使许多旅行社不愿付出大量人力物力开发新旅游产品。如果我们能够从深层次挖掘旅行社产品的潜力,再加上富有特色的服务,就会增大旅行社产品的差异性科技含量,也使竞争者难以仿冒。另外,寻找新的产品开发途径,找到产品的新卖点与切入点,永远领先于市场,形成自身的品牌优势,拥有较高的品牌忠诚度,就会使旅行社的产品具有长远的生命力。

纵观武义旅行社的旅游产品,主

要按照旅游线路的长短来划分,那么,我们是否可以换一种思路来重新组合旅游产品,延长旅游产品的生命周期呢?以消费者为中心的营销观念为指导,我们可以从消费者的家庭形态、年龄、性别、职业、收入、旅游动机等方面来开发新旅游产品。例如根据家庭形态,开展单身派对游、烂漫蜜月游、亲子游、中老年养生游;根据旅游动机,开展文化旅游(了解民俗、宗教、音乐、舞蹈、绘画等)、休养旅游(如异地疗养)、体育旅游(如观摩比赛、参加运动会)、经济旅游(如参加会议、展销会等)。总之,要从旅游者需求出发,设计出主题鲜明、富有特色的旅游产品。以下简单介绍几个旅游产品构思:

1、亲子游。中国家庭都十分重视对子女的教育,当孩子在学业上取得进步,很多家长往往给予物质上的奖励,金钱上的奖励对孩子的金钱观产生何种影响尚存有争议,那么,我们是否可以给予孩子奖励呢?比如旅游。古人云“读万卷书,行万里路”,然而作为学生往往读了万卷书却行不了万里路。处在青少年阶段的潜在旅游消费者,他们有求知欲、探索欲、好奇心,针对这些心理特点,我们可以开发一些科普、新奇、趣味的旅游项目。而作为家长一方面可以把旅游作为奖励,另一方面通过旅游增进与孩子的沟通了解。

2、夏令营。孩子们都有暑假寒假等长假期,然而怎样让孩子们假期过得有意义,这是让家长头痛的问题。中国学生理论知识水平明显高于西方学生,而实践动手能力却不如西方学生。夏令营的主打诉求点就是培养孩子的生活能力、自理能力。这个项目可以跟武义农家乐旅游相结合,引导孩子们干农活、做家务,以“我来做爸妈”为主题,让孩子们体验做饭、洗衣、缝补衣服、打扫卫生、照顾别人等,使他们在轻松的氛围中提高生活能力同时理解做父母的不易。

3、单身派对游。这个项目可以跟婚介公司合作,争取婚介公司的会员来参加。旅游项目以烂漫、增进相互了解为主题,选取一些有烂漫情怀、爱情传说的景点,组织一些互动性、趣味性强的活动。后期还可以开发蜜月浪漫游等旅游项目。

4、中老年养生游。中国即将步入老龄化社会,中老年旅游市场潜力不容忽视。根据中老年人的身心特点,以健康、养生、舒缓为主打诉求点组织旅游项目,在旅游团中增派健康咨询顾问,一方面可以对老年人突发性疾病进行处理,另一方面对老年人进行健康讲座。武义正着手打造“养生武义”,在武义现有旅游资源基础上,可以针对中老年人组织养生旅游项目。

旅游产品容易被复制,所以要把握“人无我有,人有我优,人优我转”的原则,不断改进旅游产品,延长产品生命周期,提高竞争力,塑造良好的品牌形象。

## 对旅行社的建议

发展武义旅游『金点子』

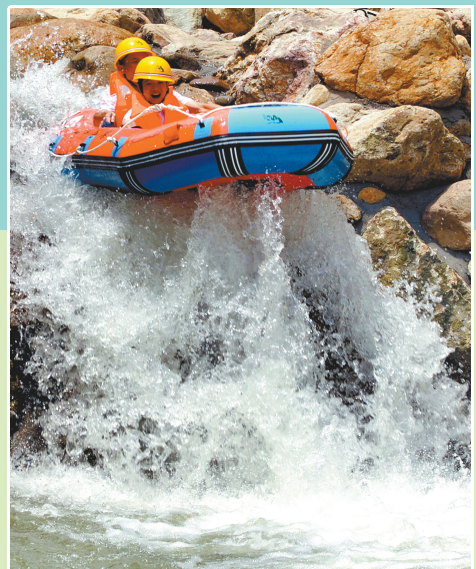
(节选) □朱莉

## 道教名山 戏水天堂牛头山 神牛谷漂流生态抒情浪漫

牛头山国家森林公园清澈明亮山泉水,原始森林和神奇山石相伴,漂流全程3公里,时缓时急落差水口20多处,抒情浪漫和激情冲浪交替,道教名山和戏水天堂给您圣浴洗礼。漂流上岸,有沙滩烧烤、小木屋中西餐、棋牌、娱乐等配套设施为您服务,堪称圣山漂流神仙享受。



漂流后上了浪漫竹筏



幸福顶起来

咨询热线:0579—87818888 15888965308(655308) 15888969322(699322)