

海南建省辦特區20周年 之二

■責任編輯：陳 功 ■版面設計：林文樂



洋浦

昔背賣國租界罵名 今撐海南半壁經濟



■洋浦港是海南對外經濟的「制高點」，港區內的石化產業群，撐起海南經濟的半壁江山。

不是每個地方都那麼幸運，有機會站在國家發展的最前沿迎接世界關注的目光。20年前，中國改革開放總設計師鄧小平親自決策海南建省辦經濟特區，海南成為全國最大的特區，也第一次把海南放在全球經濟的「聚光燈」下。然而，海南省似乎注定了要經歷一段起起落落的坎坷命運。還未待海南的特區「狂想曲」完全奏起，走私倒賣風潮、房地產泡沫……已逐漸把海南「特區」逼到沉淪邊緣。20年過去了，香港傳媒採訪團早前應海南省政府新聞辦邀請，帶着一連串的疑問，踏上這個令人嚮往的寶島，而我們關注的目光，首先就投入那片曾被炒得沸沸揚揚的洋浦。

■本報記者 徐海輝



作為海南對外經濟的「制高點」，洋浦經濟開發區有過兩次向中國改革開放「高峰」衝頂的機會。20年前的那次「衝頂」，洋浦走過了一段痛苦、徘徊的經歷。遲至2001年，本報記者走訪洋浦，還寫下了這樣一句話：「站在洋浦開發區的大門口，面對孤零零的宣傳牌上的鄧公畫像，任何人都會心生愧疚。」這一年，洋浦開發區的生產總值還不到3.3億，區內的常住人口也只有37,000多人，加上流動人口也還不足5萬。



■1990年5月的洋浦港碼頭建設工地。

洋浦最新經濟數據

- 本報獲得一組最新的數據，可以為讀者勾勒出洋浦近年發展的輪廓，從中可看出「洋浦帶動全省經濟發展的顯現效應」，正逐步凸顯：
- 洋浦於2007年的地區生產總值為74.2億元人民幣，比上年增長60%；
- 工業總產值417.4億元人民幣，增長184.3%；
- 港口吞吐量2,351萬噸，增長131.5%；
- 進出口貿易總額達43.29億美元，增長213.1%；
- 工業總產值、總稅收、港口吞吐量和進出口貿易總額已分別佔全省的38.5%、33.26%、32.07%和58.8%。



■金海製紙廠是洋浦支柱產業之一。



■洋浦海關大樓，開發區管理局也在此辦公。



■06年5月，洋浦港首次停泊30萬噸油輪。

往事並不如煙

全國「討伐」聲起 鄧公「一錘」息爭

回顧洋浦經濟開發區的發展史，能讓人細味的是有一段段洋浦人艱難曲折的發展歷程，甚至還有一段「反對賣國，還我洋浦」的往事。

政協五人組「扣帽子」

租界、特區之別，差以毫厘，失之千里。「反對賣國，還我洋浦」一說，要追溯到世紀的80年代末。當時開發洋浦最主要的政策內涵，是允許外商有償承包土地發展，但卻遭到張維及其5人考察小組扣上了「賣國」的帽子。在1989年的全國政協會議上，剛剛率團考察洋浦回來的全國政協委員、曾任深圳大學校長的張維忽然對「洋浦模式」發難。他慷慨激昂，列舉7大理由，指責讓外商成片開發洋浦的做法，是「製造新的租界」。

有關言論旋即引起國內外的強烈反響，有些學生甚至喊出「反對賣國」、「還我海南，還我洋浦」等口號。有人則在全國政協委員中發起上書國務院，要求制止讓外商成片



■1991年9月，海南省政府與熊谷組(香港)有限公司于元平簽定洋浦投資開發意向書。

融資新新平台

洋浦控股成立 夯實發展後勁

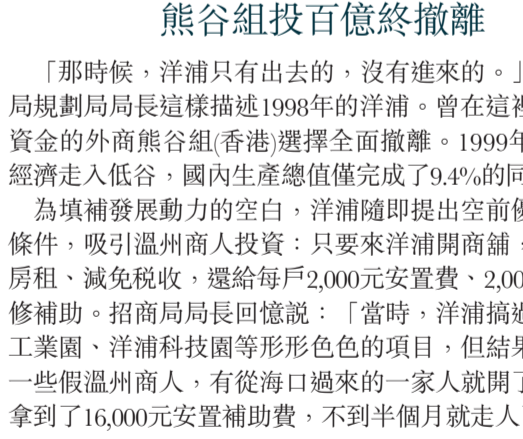
國務院設立洋浦保稅港區，為洋浦提供新一輪優惠政策，隨之而來的是，洋浦的管理體制也面臨一系列改革。新成立的首屬國有企業洋浦控股公司目前正式掛牌運作，為洋浦未來發展的投資和融資提供新平台。洋浦控股公司將於未來3到5年內，用100億元的資金加快保稅港區的基礎設施建設及招商經營工作。

建設區內基礎配套設施

洋浦控股公司是海南省與國家開發銀行，按照創新融資模式合作設立的新型省級融資平台。洋浦控股公司董事長兼總經理張華表示，公司在成立之後，獲得國家開發銀行貸委會審批的80多億元授信，已經打通了開發建設洋浦的融資瓶頸。新成立的洋浦控股公司註冊資金30億元人民幣，將設立6個事業部，8個產業公司。控股公司的主要業務，是保稅港區及開發區的基礎設施及配套項目的建設。目前，總投資3,000萬元的洋浦保稅港區一期污水雨水管網工程已經開工，計劃下月建成；在道路建設方面，總長10公里，總投資6,000萬元的9條道路已於今年2月18日

熊谷組投資開發洋浦

「那時，洋浦只有出去的，沒有進來的。」洋浦管理局規劃局長這樣描述1998年的洋浦。曾在這裡投下百億資金的外商熊谷組(香港)選擇全面撤離。1999年，洋浦的經濟走入低谷，國內生產總值僅完成了9.4%的同比增長。為填補發展動力的空白，洋浦隨即提出空前優惠的招商條件，吸引溫州商人投資；只要來洋浦開商舖，不單是免房租、減免稅收，還給每戶2,000元安置費、2,000元店面裝修補助。招商局局長回憶說：「當時，洋浦滿地溫州人營生工業園、洋浦科技園等形形色色的項目，但結果卻是招來一些假溫州商人，有從海口過來的，一家人就開了四個店，拿到了16,000元安置補助費，不到半個月就走了。」



■海南副省長姜斯靈(右)、李國良(左)日前為洋浦開發建設控股揭牌。

海南副省長姜斯靈(右)、李國良(左)日前為洋浦開發建設控股揭牌

開工，計劃7月底完工；在配套設施建設方面，主要有保稅港區綜合辦公大樓、查驗監管倉庫、卡口信道、圍網等項目，總投資約7,000萬元，已經於今年3月1日開工，計劃9月份建成投入使用。總面積250公頃的土地平整工程即將動工。

熱烈慶祝三亞南山文化旅遊區開園十周年



十年，在歷史的長河中僅是短暫的瞬間。但三亞南山文化旅遊區的十年，卻書寫了一部鴻篇巨製——

三亞南山文化旅遊區開園十周年巡禮

十年，在歷史的長河中僅是短暫的瞬間。但三亞南山文化旅遊區的十年，卻書寫了一部鴻篇巨製——

據佛教經典記載，觀音菩薩為了救度芸芸眾生，發了十二大願，其中第二大願即是「常居南海」。中國唐代著名大和尚鑿真法師為弘揚佛法多次東渡日本未果，第五次漂流到南山，在此居住一年半之久，並建造大雲寺、傳法布道，隨後第六次東渡日本終獲成功。日本第一個遣唐僧侶空海和尚也因颱風所阻，漂至南山，並由此登陸中國到長安留學。祖意西來，禪風東播，南山為中日佛教文化交流留下了千古佳話。而「福如東海，壽比南山」的吉祥祝頌則更讓南山與千年福壽文化結下不解之緣……

到目前為止，三亞南山文化旅遊區已累計投資20億元人民幣，經營面積3平方公里，已建成的核心景觀由「三園一寺一谷一灣」組成，即：觀音文化苑、慈航普

薩園、如意吉祥園、南山寺、長壽谷、小月灣；擁有100米高的南山海上觀音、金玉觀音寺，天下第一日同輝龍鳳觀等三個「世界之最」級景點；南山素齋被評為「中國名宴」，南山休閒會館被入「中國十大度假別墅」。

年輕的南山文化旅遊區迅猛突進的軌跡、堅實穩健的步履，牽動了各方人士的探詢目光。人們將從這個大型文化生態旅遊區，縱覽南山奇觀，審視南山品牌，探討「南山模式」，關注南山效應，思考南山現象，不禁感慨萬千……

南山，坐落在中國唯一的热帶濱海城市——三亞市西南20公里處，海拔雖只有470多米高，卻是中國最南端的山嶺。

南山，又稱「黎山」，因其形似巨鷲且是中國最南的山而得名。她面朝大海，風景獨秀。1962年，一代大帥鄧穎若到南山遊覽，對其水光山色讚歎不已。在《遊崖縣黎山》一詩中，他把南山譽之為「南崖奇甸」。其實，南山歷來就被佛家稱之為吉祥福澤之地。

南山項目，都是以南山優美的生態環境和富於歷史因緣的文化積澱為依托進行選項與設計，才是上千五百年華夏古老文明、延綿21世紀國際生態旅遊主題的明智抉擇。

從1995年公司組建——南山文化旅遊區項目運作伊始，南山公司決策層就提出了「大生態、大文化、大教育、大旅遊」四大理念，全程貫穿於項目的規劃、建設和發展。

南山文化旅遊區總體規劃面積50平方公里，其中海域面積13平方公里。景區規劃，設計由美國紐約城市設計公司(UINNY)承擔，由美國景觀規劃設計院(EDSA)修編；項目可行性研究報告由美國華盛頓經濟研究諮詢聯合公司(ERA)提供；項目內容策劃分別由中國佛教文化研究所、中國民俗學會、中國歷史博物館、中央民族大學，以及中國環境科學院、中國科學院生態中心 etc 權威機構完成。

南山公司將「大生態」列為「四大理念」之首，旨在通過自身的表率作用向遊客倡導一種新的消費模式。即在消費倫理、價值取向、行為準則、道德規範上以保護生態環境、崇尚人類與自然和諧共生為要旨，通過共同努力，再造一個環境優美、生態和諧的綠色地球。——一個美麗舒適的人類家園。

自1998年始，南山先後施行ISO14000環境管理標準和ISO9000質量管理標準，進一步實施生態、能源生態、交通生態工程和生態文化、生態教育、生態產業等方面的生態系統建設。

二、大文化。旅遊是文化和產業的高度融合，歷史為南山積澱了豐富的文化內涵，文化理所當然地應該成為南山項目發展的靈魂。在品牌建設中，南山公司始終奉行「文化精品」原則：一是「文化意識」。即：高度重視旅遊的文化利用、整合、開發和創造，以文化內涵的拓展作為開發旅遊產業的基本出發點，立足於旅遊文化架構的建設與積累。二是「精品意識」。南山目前建成開放的佛教文化苑佔總規的十分之一，建設者堅持「每上一個項目，就是一個精品」的建設理念。提出「今天的精品，明天的文物。」南山已經竣工的建設項目，體現出高標準、高質量、高格調的「精品意識」。未來還將建設「天竺聖蹟」、「福壽天地」、「潮音花雨」、「南海風情」、「壽比南山」等大中型主題景觀。目前，南山的一次創業已開始啟動，修編後的總規，包括興建佛教文化研究中心，將深入挖掘鑿真東渡文化、與國內外佛教勝地的橫向交流，啟動海上南山開發計劃等等。

三、大教育。生態的和諧，文化的熏陶，使人們在遊歷山水之時既受到潛移默化、陶冶心靈的教育，又能滿足拓展精神世界的需求，激勵人們追求進步的價值取向。

四、大旅遊。南山人倡導的「大旅遊」理念，則是致力於創造一個精品的文化旅遊景區，使中國傳統文化之精髓匯集展現於此，並成為世界遊人關注的焦點之勝地，南山的創建者並沒有盲目跟風，而是進行了冷靜分析：其時，國際旅遊發展的態勢已初露端倪，生態旅遊、文化旅遊將成為未來旅遊發展的方向；而南山十分完備地兼具這兩種旅遊形式所必須的資源

優勢。只有以南山優美的生態環境和富於歷史因緣的文化積澱為依托進行選項與設計，才是上千五百年華夏古老文明、延綿21世紀國際生態旅遊主題的明智抉擇。

從1995年公司組建——南山文化旅遊區項目運作伊始，南山公司決策層就提出了「大生態、大文化、大教育、大旅遊」四大理念，全程貫穿於項目的規劃、建設和發展。

南山文化旅遊區總體規劃面積50平方公里，其中海域面積13平方公里。景區規劃，設計由美國紐約城市設計公司(UINNY)承擔，由美國景觀規劃設計院(EDSA)修編；項目可行性研究報告由美國華盛頓經濟研究諮詢聯合公司(ERA)提供；項目內容策劃分別由中國佛教文化研究所、中國民俗學會、中國歷史博物館、中央民族大學，以及中國環境科學院、中國科學院生態中心等權威機構完成。

南山公司將「大生態」列為「四大理念」之首，旨在通過自身的表率作用向遊客倡導一種新的消費模式。即在消費倫理、價值取向、行為準則、道德規範上以保護生態環境、崇尚人類與自然和諧共生為要旨，通過共同努力，再造一個環境優美、生態和諧的綠色地球。——一個美麗舒適的人類家園。

自1998年始，南山先後施行ISO14000環境管理標準和ISO9000質量管理標準，進一步實施生態、能源生態、交通生態工程和生態文化、生態教育、生態產業等方面的生態系統建設。

二、大文化。旅遊是文化和產業的高度融合，歷史為南山積澱了豐富的文化內涵，文化理所當然地應該成為南山項目發展的靈魂。在品牌建設中，南山公司始終奉行「文化精品」原則：一是「文化意識」。即：高度重視旅遊的文化利用、整合、開發和創造，以文化內涵的拓展作為開發旅遊產業的基本出發點，立足於旅遊文化架構的建設與積累。二是「精品意識」。南山目前建成開放的佛教文化苑佔總規的十分之一，建設者堅持「每上一個項目，就是一個精品」的建設理念。提出「今天的精品，明天的文物。」南山已經竣工的建設項目，體現出高標準、高質量、高格調的「精品意識」。未來還將建設「天竺聖蹟」、「福壽天地」、「潮音花雨」、「南海風情」、「壽比南山」等大中型主題景觀。目前，南山的一次創業已開始啟動，修編後的總規，包括興建佛教文化研究中心，將深入挖掘鑿真東渡文化、與國內外佛教勝地的橫向交流，啟動海上南山開發計劃等等。

三、大教育。生態的和諧，文化的熏陶，使人們在遊歷山水之時既受到潛移默化、陶冶心靈的教育，又能滿足拓展精神世界的需求，激勵人們追求進步的價值取向。

四、大旅遊。南山人倡導的「大旅遊」理念，則是致力於創造一個精品的文化旅遊景區，使中國傳統文化之精髓匯集展現於此，並成為世界遊人關注的焦點之勝地，南山的創建者並沒有盲目跟風，而是進行了冷靜分析：其時，國際旅遊發展的態勢已初露端倪，生態旅遊、文化旅遊將成為未來旅遊發展的方向；而南山十分完備地兼具這兩種旅遊形式所必須的資源

優勢。只有以南山優美的生態環境和富於歷史因緣的文化積澱為依托進行選項與設計，才是上千五百年華夏古老文明、延綿21世紀國際生態旅遊主題的明智抉擇。

從1995年公司組建——南山文化旅遊區項目運作伊始，南山公司決策層就提出了「大生態、大文化、大教育、大旅遊」四大理念，全程貫穿於項目的規劃、建設和發展。

南山文化旅遊區總體規劃面積50平方公里，其中海域面積13平方公里。景區規劃，設計由美國紐約城市設計公司(UINNY)承擔，由美國景觀規劃設計院(EDSA)修編；項目可行性研究報告由美國華盛頓經濟研究諮詢聯合公司(ERA)提供；項目內容策劃分別由中國佛教文化研究所、中國民俗學會、中國歷史博物館、中央民族大學，以及中國環境科學院、中國科學院生態中心等權威機構完成。

南山公司將「大生態」列為「四大理念」之首，旨在通過自身的表率作用向遊客倡導一種新的消費模式。即在消費倫理、價值取向、行為準則、道德規範上以保護生態環境、崇尚人類與自然和諧共生為要旨，通過共同努力，再造一個環境優美、生態和諧的綠色地球。——一個美麗舒適的人類家園。

自1998年始，南山先後施行ISO14000環境管理標準和ISO9000質量管理標準，進一步實施生態、能源生態、交通生態工程和生態文化、生態教育、生態產業等方面的生態系統建設。

二、大文化。旅遊是文化和產業的高度融合，歷史為南山積澱了豐富的文化內涵，文化理所當然地應該成為南山項目發展的靈魂。在品牌建設中，南山公司始終奉行「文化精品」原則：一是「文化意識」。即：高度重視旅遊的文化利用、整合、開發和創造，以文化內涵的拓展作為開發旅遊產業的基本出發點，立足於旅遊文化架構的建設與積累。二是「精品意識」。南山目前建成開放的佛教文化苑佔總規的十分之一，建設者堅持「每上一個項目，就是一個精品」的建設理念。提出「今天的精品，明天的文物。」南山已經竣工的建設項目，體現出高標準、高質量、高格調的「精品意識」。未來還將建設「天竺聖蹟」、「福壽天地」、「潮音花雨」、「南海風情」、「壽比南山」等大中型主題景觀。目前，南山的一次創業已開始啟動，修編後的總規，包括興建佛教文化研究中心，將深入挖掘鑿真東渡文化、與國內外佛教勝地的橫向交流，啟動海上南山開發計劃等等。

三、大教育。生態的和諧，文化的熏陶，使人們在遊歷山水之時既受到潛移默化、陶冶心靈的教育，又能滿足拓展精神世界的需求，激勵人們追求進步的價值取向。

四、大旅遊。南山人倡導的「大旅遊」理念，則是致力於創造一個精品的文化旅遊景區，使中國傳統文化之精髓匯集展現於此，並成為世界遊人關注的焦點之勝地，南山的創建者並沒有盲目跟風，而是進行了冷靜分析：其時，國際旅遊發展的態勢已初露端倪，生態旅遊、文化旅遊將成為未來旅遊發展的方向；而南山十分完備地兼具這兩種旅遊形式所必須的資源

優勢。只有以南山優美的生態環境和富於歷史因緣的文化積澱為依托進行選項與設計，才是上千五百年華夏古老文明、延綿21世紀國際生態旅遊主題的明智抉擇。

從1995年公司組建——南山文化旅遊區項目運作伊始，南山公司決策層就提出了「大生態、大文化、大教育、大旅遊」四大理念，全程貫穿於項目的規劃、建設和發展。

南山文化旅遊區總體規劃面積50平方公里，其中海域面積13平方公里。景區規劃，設計由美國紐約城市設計公司(UINNY)承擔，由美國景觀規劃設計院(EDSA)修編；項目可行性研究報告由美國華盛頓經濟研究諮詢聯合公司(ERA)提供；項目內容策劃分別由中國佛教文化研究所、中國民俗學會、中國歷史博物館、中央民族大學，以及中國環境科學院、中國科學院生態中心等權威機構完成。

南山公司將「大生態」列為「四大理念」之首，旨在通過自身的表率作用向遊客倡導一種新的消費模式。即在消費倫理、價值取向、行為準則、道德規範上以保護生態環境、崇尚人類與自然和諧共生為要旨，通過共同努力，再造一個環境優美、生態和諧的綠色地球。——一個美麗舒適的人類家園。

自1998年始，南山先後施行ISO14000環境管理標準和ISO9000質量管理標準，進一步實施生態、能源生態、交通生態工程和生態文化、生態教育、生態產業等方面的生態系統建設。

包羅萬象，博大精深，佛教歷史源浩如煙海，值得挖掘的東西太多太多。

——她是不可多得的。景區50平方公里規劃區域內蘊涵的佛、道、儒及福壽文化因緣，藍與綠美妙融合的山海天然景觀，世界罕見的海岸沙灘及沙壩內原始狀態的酸豆林，沙壩外有形狀特殊的奇礁怪石等等，尤

其是在這些自然資源基礎上拓展出的「八大主題公園」，在中國都是獨一無二的。

——她具有內涵提升與外延拓展的張力。南山景觀不是靜止的，一成不變的，它的內涵決定了它的外延拓展空間十分廣闊，可以說是無限量的。如，僅是佛像就會出現成千上萬尊，玉的、銅的、石的、生動的，各個佛教故事都會貫穿其中。再如那些散落在山間樹林、海面沙灘上的奇礁怪石，都有着神奇的傳說，可以讓寫出更多更美的詩篇。

——她有根深葉茂的文化之樹作支撐。任何成功的旅遊項目，都是以幾百年乃至幾千年沉澱下來的人文文化作支撐；沒有文化底蘊的旅遊項目就沒有生存的「根」。

南山項目的文化「功底」十分深厚，儒、釋、道、福壽、生態文化等，已深深植根於每個項目、每個景觀之中，成為精髓。正在籌建的南山佛教文化研究中心以及着手組建的國學部、佛學部、民俗部，都將以更加濃厚的學術空氣，進一步營造出南山的文化氛圍，提升其文化品位。

——她與遊客之間有着較強的互動性。我國有的旅遊項目，都是以幾百年乃至幾千年沉澱下來的人文文化作支撐；沒有文化底蘊的旅遊項目就沒有生存的「根」。

南山標誌性景觀不二法門

遊區雖風景秀麗，令人賞心悅目；但遊客往往只是被動地觀光，能「參與」的機會很少，遊客「回頭」率也就較低。而南山「八大主題」的配置，則形成了老少皆宜、動靜平衡的大格局。如水運動主題公園、27洞夜宵園、動物園、生命廣場、福壽天地等主題項目，都極具參與性。

南山的優勢、南山的價值，決定了她在海南旅遊業中舉足輕重的地位——她可為海南旅遊的發展提供一個現成的操作平台，並為其創造出良好的騰躍契機。談及未來的發展目標，南山公司總裁張暉表示：伴隨着中國邁向世界旅遊強國和海南建設國際旅遊島的歷史性發展機遇，南山公司提出二次創業，並制定了新的戰略發展目標：一、建中國佛教文化名山；二、創世界現代文化遺產；三、成為海南旅遊排頭兵，鍛造百億元產值的「旅遊航母」。

「一來自出南海，觀音踏浪來」。未來的南山，絕不僅僅只是供人們前來禮佛祈願的場所，而是世界佛教文化交流的平台，是可以放飛心靈的潮音花雨世界；矗立在南海之濱的108米南山海上觀音聖像，不僅僅是一尊世界級、世紀級佛像的崛起，更顯示着中國海南三亞在世界旅遊業中的強勢崛起。

「山不在高，有仙則名」。南山，值得更多的人去仔細品味，去認真解讀。

中華工商時報 蘇群 中國旅遊報 王健生 通訊員 馬光榮