

穿领奖服 登领奖台 举祥云火炬 还有礼仪小姐来献花

# 花钱当一回山寨版奥运冠军 成了鸟巢的特色旅游项目

网友被雷到了:没有文化内涵的开发,是对(奥运)资源的最大浪费



## 鸟巢里的“旅游没文化”

本报首席评论 徐迅雷

鸟巢也开发“山寨”了,还真没想到。奥运之后,北京的鸟巢与水立方很快就成了旅游的热门景区,在去年十一长假,游客最高达到一天50万,超过故宫与八达岭长城。这当然是好事情,杰出的建筑从来都是重要的人文景点。可如今在鸟巢的场地中央,弄了个“山寨”版领奖台,收费拍照,让游客装扮成假冠军,4张快照120元,说是每天还限额2008个。

看那些“假冠军”挂着假金牌、举着“冠军花”、登台拍假照的模样,我就忍不住笑了。那一把“冠军花”大约也是塑料的吧?更可笑的是半身不遂”的服饰——上半身套了一件红黄相间、“番茄炒蛋”的奥运服,下半身还是原来的黑裤子,乖乖。

鸟巢致力于开发旅游,这本身无可厚非;每年运营费用约为1.5亿元,空在那里显然不行。芸芸众生里,有多少人想去看鸟巢水立方、与它们合个影?在我眼中,鸟巢是丈夫,水立方是妻子,两者构成了最和谐的关系。去年“十一”至今年2月,不到半年时间,仅鸟巢就接待了308万游客,每张门票是50元,累计达1.54亿元,收入不菲。可是,在鸟巢赚钱,你总得上点档次,如此批量生产假冒伪劣的“冠军照”,靠这种在别的旅游景点很常见的山寨手法来赚钞票,还真是把人间鸟巢当成鸟类鸟巢了。

鸟巢此举不是什么“试水”“试错”,而是典型的“中国特色赚钱经”。旅游文化,经常会被弄成这样的“旅游没文化”。老外旅游时,喜欢跟真实的东西合影;国人旅游时,喜欢把自己装扮成那“真实的东西”来留影。国人的社会文化心理,还真被巧妙利用、充分挖掘了。

旅游是个产业,可重视经济效益,但不能只盯着经济效益。你在鸟巢里细化设计旅游项目,总得有点素质,有点创意,有点技术含量。鸟巢的业主单位,原先是说要打造成文体中心的,比如一般每年只承接10场演出,8月安排张艺谋大型歌剧《图兰朵》。相比之下,那种“假冠军照”是简单化操作、低水平开发,赚钱为第一目的,内涵不曾考虑,这很倒胃口。

人类其实应向鸟类学习,提高自己的“专业水准”。有建筑学家说,真正的鸟巢,是世界上最复杂的建筑,人类还真建筑不了鸟巢。鸟巢作为鸟的建筑,与人类盖房子不同,鸟筑巢不是为了定居,而是为了繁殖,鸟只在生养小宝宝时才筑巢。它们用过后,就不再“废物利用”开发旅游了,这也比人类洒脱得多。我们人类的这个鸟巢,当然不必神圣化,但实在也不应庸俗化。



大家都来当冠军



游客手举火炬示意



礼仪小姐来献花

### 原帖

4月17日晚上,国内某体育论坛上有个热帖《鸟巢里看到的一幕,让我惊呆了!》

去鸟巢一直是很多人的梦想。我们怀着憧憬的心去参观了鸟巢,进场的人非常多,赛场也真的很漂亮,但其中收费的特色服务让我总感觉不是个滋味,每天有2008个名额可以付费来拍“奥运冠军照”,不知道大家看后有啥感觉?

### 记者徐毅核实报道

这个帖子迅速成为当天的热帖,点击率突破17万。部分网友认为“鸟巢搞商业运作无可厚非”,但仍有超过七成的网民对这样的特色服务提出质疑,惊呼:“奥运也山寨!”“中国特色的生意经”,更有网民一针见血地指出——“没有文化内涵的开发,是对(奥运)资源的最大浪费”。

花钱就能在鸟巢享受全套山寨版的奥运冠军颁奖仪式(包括穿领奖服、登领奖台、手举祥云火炬、礼仪小姐送花、拍照留念),这样的特色服务真的吗?是谁在导演这出戏?管理部门又是怎样的态度?

受访人:张海滨(浙江新世界国旅导游,一周前刚带团去过鸟巢) 这是真的,120元拍四张快照,这个项目估计是“外包”出去的

昨天下午,记者联系上了浙江新世界国旅的导游张海滨。张海滨在本月15日刚刚带团去过北京,他证实了这个帖子的真实性。“是的,在鸟巢场地正中央,是一个‘山寨’的领奖台,供人拍照。我

记得收费标准是四张快照120元,有点贵的。”张海滨介绍,这个领奖台只是有游客要拍照时才搬到场内,因为只有交钱才可以登台,“以我的经验判断,这个(领奖台拍照留念)项目十有八九是‘外包’的——就是有人承包了去做的。”

问张海滨看见这一幕的感觉,他笑了:“怎么说呢,总感觉怪怪的,也许是生意经重了一点吧。”

受访人:王女士(鸟巢宣传负责人) 已经看过这个帖子,不接受电话采访,把你的问题传真过来

昨天下午5点,联系上鸟巢负责宣传的工作人员王女士,她坦言已经看到过这个帖子:“网上有。对于这个事情,我也了解了一些。”

不过,在问及这个特色项目的具体情况时,王女士表示,按规定,从来不接受媒体的电话采访。她要求记者先把想提的问题传真过去,然后由新闻发言人解答,“现在新闻发言人不在场馆里,我先联系联系吧。”

在发给王女士的传真上,记者提了三个问题:

- 1.目前鸟巢有哪些特色项目?由什么部门在操作?
  - 2.拍冠军照的收费标准是多少?受游客的欢迎程度如何?据说每天只有2008个名额,够吗?
  - 3.网上对此事有很多议论,管理部门有什么看法?
- 传真上记者留下了办公室电话和手机号码。但传真发过去一个小时后,王女士那头音信全无,给她发短信,不回;反复拨打她的手机,不接。

截至本报截稿时,鸟巢方面也没有就此做出回应。

### 楼市看点



# 2009 我们如何来理财

## 站前商铺 联盟义乌 三证齐全 统一经营

金融海啸,股市低迷,在应对全球经济危机和中国调整的双重治理的形势下,理财首要的目标是防范经济萧条导致的收入减少和通货膨胀带来的资产缩水,投资者不得不在保本和增值的双重目标下未雨绸缪。据有关媒体报道,湖州国际小商品城首推500多套商铺抢购一空。如此火爆销售场面后面,隐藏着什么样的热销规律呢?

随湖州国际小商品城看房团去现场探营采风。从杭州出发,经过40多分钟车程,上午10点到达湖州小商品城售楼部,此时的售楼大厅已挤满了来自上海、宁波、舟山、绍兴等地100多人投资客户,其中有二位客户为抢一套商铺在红脸。本人只将以初投资者身份,以学习态度暗访抢到商铺的投资客户,在暗访过程不仅使本人“大开眼界”,见识到购房队伍中不凡投资高手,而且学到这些高手的“武功秘笈”——“九阴真经”。

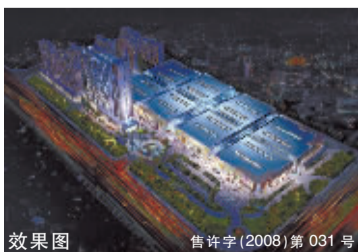
### “真经”第一卷:投资看地段

张先生来自温州,已在武汉、广州多处投资

商铺,对“虚心求教”的我大谈投资经验,这次投资五个商铺的原因之一是看中“站前商铺”(据工作人员介绍:市场正对面的浙江高速客运中心,湖州客运总站每天有1900辆车次进出,有5.8万旅客换乘……)。张先生说:“市场兴旺,商铺能否增值与流量有关,凡是在车站、码头、菜场旁的商铺,发展较快。并把大陆首富李嘉诚的投资经验作为依据,投资选商铺第一地段,第二地段……最后还是地段”。

### “真经”第二卷:投资看交通

刚签完订购协议的陈女士是义乌人,后悔错过义乌投资商铺的机会,这次来看中湖州交通资源的优势,湖州是三个省交界处,(据资料表明:湖州北靠江苏的苏州、宜兴,南面杭州,西临安安徽宣城,东接上海、嘉兴),申苏浙皖高速公



效果图

售许字(2008)第031号

路把安徽、浙江、江苏、上海连在一起,而湖州在中央。她笑咪咪说:“要致富,先修路吗!”

### “真经”第三卷:投资看发展,投资看规划

李先生投资说法比较低调,在我再三请教下道破“天机”,前几天看了中央电视台的新闻来的,国务院关于长三角重新定位,要大力发展紧邻大都市的二线城市,在国务院新闻发布会上三次讲到湖州。浙江省战略:浙江要融入大上海,浙江在长三角要发挥主要作用。(到2010年,县城经济崛起成为世界级城市群的重要支点;长三角成为亚太地区重要门户;全球重要的先进制造业的基地。

### “真经”第四卷:投资看产品,投资看业态

作为某旅行社国际部导游的应小姐,投资理念是看中中小商品的业态、小商品产品来的。第

一、小商品千家万户都要用,与老百姓的生活息息相关,市场容易做起来;第二、特别是欧美金融危机后,欧美的老百姓已经开始重新定位销售观念,中高档的消费逐步转向价廉物美的小商品消费,这次义乌博览会就是典型的例子。更主要的是以湖州为中心车程在2小时经济圈内有上规模的小商品城,湖州填补了市场的空白。

### “真经”第五卷:投资要分析,学会理财

供职杭州某银行的毛先生投资作了一个专业分析:杭州的商铺均价在5-8万元/㎡,经过三年培育后要增值到10-16万元/㎡的可能性不大,而且在杭州至少要拥有400-500万元资金才可以买一商铺;湖州4000元/平方米的商铺首付6万元左右还是迎合不少投资客。何况6万元的投资不会影响生活质量,在杭州只能买到一个阳台……

看房直通车:0571-22836888 22836899  
24小时热线:0571-22805577