

# 洛阳，你的名字就是最大魅力

## 编者按

近日，一个名为“关于郑州、洛阳二市城市形象定位和城市符号等问题”的帖子成为网络焦点，引发省内众多网友的关注和讨论。由于其观点新颖、言辞中肯，本报特对该帖进行摘录，并配发长篇评论，以飨读者。同时，本报即日起开设《河洛文化传承大家谈》栏目，敬请读者参与，为我市文化旅游发展建言献策。

## □本报评论员

网友“轩辕黄帝”的帖子《关于郑州、洛阳二市城市形象定位和城市符号等问题》不乏真知灼见，每个爱洛阳的人，既能从中读到历史的自豪，也能从中读到现实的忧虑。

### (一)

作为洛阳人，提起我们生于斯长于斯的这座城市，每每禁不住思绪澎湃、心潮难平。光荣与自豪充溢心间，热爱与梦想激荡胸中。

——“若问古今兴废事，请君只看洛阳城。”

约1000年前，北宋史学家司马光在洛阳编纂我国第一部编年体通史《资治通鉴》时，探源溯本、审视历史，不禁发出了这样的千古感叹。

在这位大政治家、大史学家眼中，洛阳的历史就是中国历史的样本，洛阳的盛衰就是中国治乱的象征。

——“昔三代之居，皆在河洛之间。”

从司马光再往前推约1000年，西汉另一位大史学家司马迁在我国第一部纪传体通史《史记》中曾有这样的记载。

由于缺少文字等史料的佐证，不少人曾对此记载半信半疑。直到现代考古学兴起，二里头遗址、偃师商城遗址、东周王城遗址、汉魏洛阳故城遗址被相继发现，人们才明白，司马迁的记载是信史而非想象。

——20世纪60年代，铸造于西周时期的何尊出土，人们看到了上面“唯王初壘，宅于成周”、“宅兹中国，自兹义民”的铭文，恍然大悟：原来，最早的“中国”，指的就是洛阳为中心的河洛地区啊！

——二里头遗址是我国第一个奴隶制王朝夏朝的都城遗址。自夏以降，商、西周、东周、东汉、曹魏、西晋、北魏、隋、唐、后梁、后唐、后晋等13个王朝在洛建都，累计为都时间约1500年。

换句话说，在中国5000年文明史长河里，大约有1/3的时间，洛阳是中国的政治、经济、文化和交通中心，是中国政治风云变幻、社会兴衰治乱、人间离合悲欢的主要策源地。

一部洛阳史，就是半部中国史！

正因如此，“洛阳”二字便频繁地出现在一部部中国的史书里。有人统计，煌煌二十五史，“洛阳”共出现了3549次。

### (二)

同时，“洛阳”二字也被深深地镌刻在中国人的记忆里。

洛阳江、洛阳桥、洛阳路、洛阳镇……打开中国地图，这样的名称总能看到。随着历史上一次次迁徙，洛阳人把洛阳的印记带向全国，又从全国带向世界。

如今，不管是国内还是海外，洛阳的名字被许多人所熟知。提起洛阳，人们便会联想到中国，联想到5000年辉煌灿烂的华夏文明。

“洛阳”二字，就是我们生活的这座城市最好的品牌！

### (三)

沉舟侧畔千帆过，病树前头万木春。

如今，我们走进了一个千帆竞发、百舸争流的时代。

国内城市间的竞争，正日益从硬实力向“软硬兼施”的时代过渡，从“亮肌肉”向“拼智慧”的时代迈进。

改革开放之初，我们还不懂得营销城市，但凭借“洛阳”二字的巨大魅力，我们依然吸引到成千上万的国内外游客来洛观光旅游，领略5000年华夏文明的灿烂。那时，我市每年的游客接待量傲然位居国内城市前10名的行列。

### (四)

激流汹涌，不进则退。

由于营销意识欠缺和营销手段陈旧，曾经有一段时间，洛阳的光芒被一个个后来居上的城市的光芒所盖过。在经济发展的赛场上，我们不断被对手超越，从省内领跑者落到了中间行列。

城市复兴，成为当代洛阳人的强烈梦想。

### (五)

千年帝都、牡丹花城、丝路起点、山水洛阳——面对竞争，我们一口气亮出4张城市“名片”。

靠着这些“名片”，我们也确实吸引来了不少游客。去年，我市游客接待量达到6079万人次。

但差距明显存在：在这6079万人次的游客中，境外游客仅有45.79万人次，不到总人数的1%。同类型城市中，杭州市去年接待境外游客187.85万人次，西安市接待84万人次，南京市接待86万人次，分别比我市高310%、83%和87%。入境游客数量与比例，与我市旅游资源的总量、特色和优势很不相称。

### (六)

落后的原因比较多，城市形象定位的偏差应该算一条。

正如网友“轩辕黄帝”所言，洛阳要尽力打造上自夏商周、下至唐宋的综合性历史文化第一都城的品牌，进行综合性的宣传，而不是过分地突出个体元素，毕竟突出个体元素是那些历史上没太大名气的城市常常使用的宣传手段。最能象征洛阳的符号，不单单是牡丹花、龙门石窟之类的个体元素，而正是蕴含着悠久灿烂历史文化的“洛阳”二字！洛阳的什么最有名？就是“洛阳”二字最有名！

的确，舍弃“洛阳”这一最知名、最具魅力的品牌去突出宣传其他符号，无疑是舍本逐末、只见树木不见森林的做法。

### (七)

近期，市委、市政府在响亮地提出“福民强市”总体发展目标的同时，把“打造国际文

化旅游名城”作为洛阳的基本城市定位之一，希望以此吸引更多入境游客来洛观光旅游，带动洛阳旅游的升级，带动城市的升级。

从向中国推介洛阳，到向全世界营销洛阳，市场不同，目的不同，对应的城市形象定位也应该有所不同。

对中国国情尚不熟悉，但又对中国的悠久历史和灿烂文化心向往之的境外游客来说，更应多打打“洛阳”牌，打打历史文化牌。

这是因为：洛阳，你的名字就是最大魅力！

### (八)

不妨让我们把眼光投向西边，看一看与我们相距不远的另一座古城西安。

历史上，洛阳和西安既各领风骚，又相互支撑，人称中国历史的“双子星”。

可如今，西安旅游一骑绝尘，把洛阳甩下了一大截。

### (九)

成功者自有成功的做法。撇开遗产资源、先天禀赋不说，西安起码有几条经验值得我们借鉴：

——和洛阳一样，西安同为十三朝古都，但西安突出重点，主推汉唐文化，从而在游客中树立了“中国第一古都”的形象，让人们尤其是境外游客对西安的印象一下子清晰起来、深刻起来。

——让地下的东西走出来，书本上的东西走下来，死的東西活起来。这是西安市发展文化旅游的目标。

近几年，西安市陆续恢复建设了大唐芙蓉园、大明宫国家遗址公园、曲江池遗址公园、汉阳陵博物院等一批人文旅游景点。这些项目大投资、大手笔，定位明确，规模宏大，气势壮观，“汉唐气象”特色突出，让西安旅游有说头，更有看头。

——秦始皇兵马俑出土后，西安人将其炒作成“世界第八大奇迹”，说“不看金字塔，不算到埃及；不看秦俑，不算到中国”。

1998年6月，时任美国总统的克林顿访问西安。西安人以别出心裁的仿古入城仪式来欢迎克林顿，让西方人特别是美国人一下子记住了西安，记住了遥远的东方有那么一座拥有厚重历史文化的城市。

### (十)

酒香也怕巷子深，货好还得勤吆喝。

个性鲜明、贴切恰当的城市形象定位，围绕定位强势、高调、一以贯之的包装与宣传以及成系列、高品质的旅游产品……如今，西安已经蜚声世界，成为境外游客来中国的必游城市。

### (十一)

我们底气十足，坚信光明在前。他山之石，可以攻玉。

与旅游业发展先进地区相比，我们有差距，但也有后发优势。我们不必要自卑，毕竟勤劳智慧的华夏祖先，厚待洛阳的中国历史把那么多那么好的东西留给了我们，我们底气十足。只要我们认真思考、集思广益，整合各种形象符号和元素，真正把我们的宣传定位找准，形成共识、联动和合力，再加上埋头苦干，打造国际文化旅游名城的目标一定能够实现，而这一进程一定能

够给力“福民强市”！

## 《关于郑州、洛阳二市城市形象定位和城市符号等问题》摘录

### □网友“轩辕黄帝”

历史文化方面，郑州应和洛阳区分开来，郑州应该多进行始祖文化、上古黄帝的宣传，走古拙、厚重、大气路线，专注一个符号，努力打造“轩辕城”形象，让每年农历的三月三成为国际知名的拜祖节，而不是去把那些夏商周三代后的嵩山少林等作为宣传重点。

洛阳，要尽力打造上自夏商周、下至唐宋的综合性历史文化第一都城的品牌，做综合性的宣传，而不是突出个体，突出个体是历史上没太大名气的城市的宣传手段。洛阳的符号不是什么牡丹花、龙门石窟之类，而就是“洛阳”二字！洛阳的什么最有名？就是“洛阳”二字最有名。洛阳的宣传，老是认为洛阳是因为牡丹花、龙门石窟这些才辉煌。恰恰相反，这些东西只是洛阳浩瀚辉煌底蕴里很小的浪花，是洛阳让它们辉煌，而不是它们让洛阳辉煌。这些年洛阳老着力于宣传牡丹花这些小概念的东西，范围太窄了，割舍了太多的本该是主要的内容。很多介绍洛阳的配图，就是一个龙门石窟大佛像，或是牡丹花什么的，这样给人的印象就好像是洛阳只有这些。洛阳就是洛阳，把洛阳的历史文化讲出去，才是正道。

洛阳也不要仅仅去宣传建都史，对诞生在洛阳的各种文化学术、科技发明、历史典故、宗教发展等都要努力宣传，因为这几项洛阳可以说在全国几乎是没敌手的。对于自己的优势，一定要最大限度地让世人知道。

我不希望有人说：干这些有什么用，看不见吃不着，把这些工夫都放在发展经济上吧。

这种想法要不得！同时发展经济和历史文化方面是不矛盾的！硬实力和软实力都是很重要的，它们相辅相成：经济强了，才有底子去包装历史文化；历史文化强了，很多时候还能助推经济。河南旅游业的总收入，大部分都是靠咱河南悠久灿烂的历史文化赚来的！

(本帖原发于2月19日大河网大河论坛“洛阳城事”板块，网址为<http://bbs.dahe.cn/bbs/thread-4448809-1-1.html>)

## 《河洛文化传承大家谈》征稿启事

近期，市委、市政府提出“福民强市”总体目标，并把“打造国际文化旅游名城”作为城市基本定位之一。

洛阳是十三朝古都和著名历史文化名城，历史文化底蕴深厚，名胜古迹很多，这是打造国际文化旅游名城的重要依托。从今日起，本报开设《河洛文化传承大家谈》栏目，敬请读者踊跃参与，就如何挖掘、保护、利用洛阳辉煌灿烂的历史文化建言献策，共同促进“福民强市”目标的早日实现。今日该栏目刊发第一篇稿件《建一个河洛文化广场怎么样？》，详见A11版。

投稿要求论点集中、明确，建议、意见可行性较高，字数控制在800字以内。来稿请寄(送)：新区开元大道218号《洛阳晚报》新闻部《今日时评》收，邮编为471023。网上投稿：登录洛阳网(<http://www.lyd.com.cn>)，点击首页右上方“文字投稿”。电子邮箱：lywbpl@tom.com。来稿务必注明“河洛文化传承大家谈”字样。(本报编辑部)

