

洛阳“国际文化旅游名城”
战略策划独家访谈

变“通风口”为“聚宝盆”

——访王志纲工作室战略策划总监王振宇

■上篇提要 昨日本报刊登了洛阳“国际文化旅游名城”战略策划独家访谈之一——《洛阳，我是谁？》，从洛阳古都历史与华夏文明的渊源关系，厘清了洛阳城市文化在中国历史文化名城群中无可替代的独特价值与个性。洛阳复兴，必须回归真我本色；而洛阳旅游的振兴之路，更是一个复杂的系统工程，其基本前提是对当下洛阳旅游产业格局的深刻理解和把握。

□记者 程奇

洛阳旅游之现状 “旺丁不旺财”

记者：洛阳古都文化价值已经无可置疑。这些价值是否为市场所认同，关乎旅游产业的兴衰。您认为，洛阳旅游的现状是否让人满意？

王振宇：旅游资源不等于旅游产品。洛阳文化旅游资源异常丰富，旅游产品则未能与之相称，旅游产业形态也呈现出粗放和初级特征。数字最有说服力。我们对比研究了洛阳、西安、北京、南京、杭州、安阳、开封、大同这“八大古都”2010年旅游数据统计表。如果单从游客人数分析，洛阳为6079万人次，低于北京（10840万人次）、杭州（6580万人次）、南京（6497万人次），高于西安（5285万人次）等城市。从表面上看，洛阳的城市魅力、吸引力，仍处在国内“第一集团”；但如果探究旅游总收入，洛阳只有302亿元，远远低于北京（2768亿元）、杭州（1025亿元）、南京（951亿元），即使和游客人数低于洛阳的西安（405亿元）相比，也有一定差距。再看人均消费，洛阳（497元）只比开封（370元）高一点，在“八大古都”中名列倒数第二位，和北京（2554元）、南京（1465元）、杭州（1559元）差距很大，即使安阳（675元）、大同（850元）也比洛阳高出一大截。

记者：游客人数并不落后，为何旅游总收入、人均消费相差那么大？

王振宇：游客的人均停留天数，是考量旅游业态是否成熟的关键指标之一，而这一点往往被人忽视。洛阳在这一指标中差距明显。2010年，游客在洛阳人均停留天数为1.5天，也就是一天半时间，在“八大古都”中仅比开封（1.23天）高一点，和北京（5.10天）、南京（2.93天）、杭州（3.12天）、西安（2.56天）、大同（2.83天）、安阳（2.25天）相比，都有明显差距。道理是明摆着的：游客在一个城市人均多呆一天，相关吃、住、行、游、购、娱活动都会给当地带来明显的收益，人均少呆一天，城市的收入会少一大块。

记者：人均停留天数较少，意味着什么？

王振宇：消费经济时代，消费者是用脚投票的，留不住人就留不住钞票。来也匆匆，去也匆匆，绝不是一个城市健康的旅游产业发展形态。人均停留天数较少，说白了，意味着这个城市缺乏足够的魅力，缺乏留人的理由和平台，这就是我们常说的初级观光旅游形态：即使人气不错，其所能聚合的财气始终有限，即俗话所说的“旺丁不旺财”。只有强化休闲度假产品的发展，才能有望留住游客的脚步。洛阳旅游的人均停留天数只有1.5天，尽管这一数字比前几年已经有所提高，但相比之下，仍然可以看出洛阳的旅游还远未达到“休闲度假聚宝盆”的状态。



① 武皇驾临定鼎门
② 牡丹文化节上的异国游客
③ 国际旅游小姐游龙门
④ 关林国际朝圣大典献太牢



洛阳旅游之问题 “四大瓶颈”需破解

记者：您认为游客不愿滞留洛阳的原因是什么？

王振宇：洛阳古都的历史地位与文化价值无可置疑，城市建设的成就也有目共睹，其旅游发展潜力是无限的。但洛阳城市品牌与竞争力及其旅游产业的发展，面临着亟待改善的一些问题。这些问题关乎洛阳再造古都辉煌、打造旅游名城的前途。概括来讲，洛阳旅游发展面临的主要问题，是“四大瓶颈”。

记者：“四大瓶颈”？

王振宇：是的。首先是帝都气象难寻。洛阳帝都文化历史悠久、博大精深，相关内容在世界各国的历史教科书、旅游普及读物乃至小说散文中屡见不鲜。但遗憾的是，洛阳的千年风流、古都辉煌，大都深埋于黄土之下，可阅读者众，可观览者寡，可体验者尚无。洛阳缺少展现千年帝都的城市形象区，缺乏规模化的古都文化休闲体验平台。游客不是专家，人家不可能像考古工作者一样，参与考古发掘、倾听考古分析，洛阳地面上看不到好东西，人家扭头就走。河洛文化再源远流长、再精妙绝伦，人家无法观赏、体验，一切都等于零。开个玩笑，您总不能给每位游客发把“洛阳铲”，让人家亲自挖掘你们的历史文化吧？

记者：呵呵，有道理。第二个瓶颈呢？

王振宇：一花独秀难为春。如果把洛阳旅游比作一场盛宴的话，洛阳旅游目前只有“一菜三汤”。“一菜”，就是中国洛阳牡丹文化节，过去叫“牡丹花会”。对于洛阳旅游，牡丹文化节是一道主菜，对洛阳旅游贡献率几乎占到40%。“三汤”，指的是龙门石窟、白马寺、关林，请原谅暂时忽略其他景点。这3个景点，在牡丹文化节外其他时间，还能保持一定的游客量。“一菜三汤”的总体格局，

导致“年年岁岁花相似，岁岁年年人不同”，观光旅游的性质明显，看过一次人家可能就不回来了。从旅游经济发展的角度讲，这样的格局，既没有普遍均衡带动洛阳旅游发展，也难以对帝都文化品牌形成强力支撑。尤其在牡丹文化节时期，洛阳的景点、饭店、宾馆赚得盆满钵满，“撑”得不行；其他时候，则“清汤寡水”，“饿”得前胸贴后背。我认为，洛阳旅游，需要帝都与花城并耀，人文与生态双优，方能春色满园、令人流连。

记者：“一菜三汤”，这个比喻很形象，这可是洛阳旅游的“招牌菜”，为洛阳带来了很大的知名度和美誉度。

王振宇：洛阳的知名度是没多大问题的，但与吸引力关系更密切的美誉度就未必了。读过中学历史课本的基本都会记得洛阳龙门石窟，更多的人知道洛阳牡丹甲天下。不少人到洛阳就是冲着牡丹的名气而来的。相关研究表明，人们到洛阳，一般都会利用在牡丹文化节期间看牡丹的机会，顺便去一下龙门石窟、白马寺，顶多再看一下关林。而由于洛阳的航班相对稀少，许多外省游客为求交通的便利，都以郑州为大本营：朝辞郑州到洛阳，夜别洛阳归郑州，基本上不在洛阳过夜，这对洛阳旅游发展是非常不利的。

游览洛阳城区旅游几大景点，除去在途时间，景区内游览花不了多长时间——大家既然可以“一日看遍洛阳景”，也就没必要住在洛阳了。此外，牡丹文化节期间，国内外游客纷纷涌向洛阳，而洛阳宾馆床位有限、饭店桌位有限，住宿费、用餐费的价格均超过郑州、西安，甚至比广州、深圳还高，而且还严重供不应求——一床难求之余，服务还可能跟不上。如果您是外地游客，如果您在郑州或西安的住宿费用，再加上乘坐高铁或普

通列车的费用，和您在洛阳住一夜的花销差不多甚至还要低，请问您会选择住在洛阳吗？

记者：这的确是个很现实的问题。第三个瓶颈呢？

王振宇：满天星斗缺明月。在洛考察期间，导游开玩笑说，在宋代以前，如果一个名人没有到过洛阳或在洛阳呆过一段时间，那他就算不上真正的一流名人。洛阳文化底蕴深厚，历史遗迹众多，历史名人不胜枚举，旅游资源极其丰富。但细数龙门石窟、白马寺、关林等风景名胜，资源虽多、虽好，但大多是“半成品”，没有最终打造为成熟的旅游产品。洛阳已有的产品无论内涵、等级还是规模，都不足以代表国际旅游之潮流，不足以形成聚合辐射力。所谓“星星点灯，皓月无踪”，洛阳旅游的发展，需要打造“明月工程”，最终形成星月交辉、令人兴奋的新旅游格局。

记者：那么，第四个瓶颈是什么？

王振宇：高端休闲待培育。放眼世界，无论是伦敦、巴黎，还是米兰、佛罗伦萨，任何一个国际旅游名城，无不具备高度发达的高端休闲度假设施。纵观洛阳，至今连一个18洞的标准高尔夫球场也没有，仅有的一个高尔夫球场为9洞，在温泉、主题酒店等高端休闲设施方面也相当匮乏。洛阳既为历代帝王都，又要打造国际文化旅游名城，应该让国内外的高端游客获得“帝王级”的享受，岂可缺乏高端休闲配套？未来洛阳的旅游产业，应该大力弥补高端休闲产业的缺憾，这样才能吸引高端人群来洛阳休闲度假。一位高端游客对于当地GDP的贡献，可能超过几十个普通游客。这对于洛阳旅游产业的转型具有重大促进作用。



洛浦美景