

# 中国洛阳，一个国色天香的地方

## ——访王志纲工作室策划总监王振宇

洛阳“国际文化旅游名城” 战略策划独家访谈

□记者 程奇

■上期提要 8月12日本报刊登的洛阳“国际文化旅游名城”战略策划独家访谈之二——《变“通风口”为“聚宝盆”》，以休闲为王、体验至上的消费经济全新理念，为洛阳旅游“把脉”，指出了洛阳旅游的现状、阻碍洛阳旅游发展的“四大瓶颈”，强调要通过“国际文化旅游名城”建设把洛阳旅游由现在的“通风口”转变为未来的“聚宝盆”。



王振宇(左二)在我市考察。王志纲工作室供图

### “后发优势”可期待

记者(以下简称“记”)：洛阳旅游发展面临的“四大瓶颈”，如何才能突破？

王振宇(以下简称“王”)：对于这“四大瓶颈”，王志纲工作室认为，洛阳市委、市政府开出的“八字药方”——“国际文化旅游名城”，是洛阳旅游发展乃至洛阳未来城市发展的目标、大方向，切中要害，一语中的，意义深远。现在所需要做的，就是站在全球的高度来策划和运作这件“功在当代、利在千秋”的大事。当然，“国际文化旅游名城”是个总战略，相对于“四大瓶颈”，我们也可以称之为“总药方”，每个具体的“瓶颈”，还要有不同的“调理”办法。

记：是啊，“国际文化旅游名城”是一项系统工程。作为战略策划者，王志纲工作室对此的整体思路是什么？

王：高位思考，差异化竞争。

记：高位思考？

王：这是打造“国际文化旅游名城”的必然要求。“国际文化旅游名城”这8个字已经明确了她的高

度，是“国际”的“文化旅游名城”，而不是“国内”的“文化旅游名城”。因此，高位思考是第一要务。要立足全国，放眼全球，纵览天下大势，在全球化的大局中找到洛阳和洛阳旅游的发展契机。

当前，休闲经济浪潮席卷世界，文化旅游炙手可热；中华民族伟大复兴高歌猛进，文化振兴风生水起。作为文化旅游的王者之冠，古都的文化旅游发展可谓如火如荼；作为传统历史文化集大成的载体，古都的文化复兴战略可谓异彩纷呈。文化旅游，已经成为文化振兴的重要抓手及其市场化产业化发展的引燃剂和推进器。

以洛阳的文化资源和历史地位，不以“国际文化旅游名城”的标准去打造自己的城市形象和旅游产业，未免愧对老祖宗留下的数千年厚重历史积淀；不以高瞻远瞩的国际视野去考量我们的竞争策略并构架产品体系，则难以在群雄并起的古都文化旅游格局中脱颖而出。

记：那么，洛阳该如何脱颖而出

出呢？

王：就是我才刚所讲的“差异化竞争”。作为“东方神都、华夏圣城”，虽然洛阳适时推出“国际文化旅游名城”战略，上合天时，下享地利，中有人和，拥有得天独厚的天然优势，但毋庸讳言，在激烈的同质化市场竞争中，洛阳也面临不小的挑战。要想在竞争中脱颖而出，必须从“差异化”入手，发掘和做强洛阳的核心竞争力，突出自己不可替代的个性魅力。

记：有人说，洛阳打造“国际文化旅游名城”来得晚了点，这样一来会不会难度很大？

王：相对于西安、北京、苏州、杭州旅游市场的先声夺人，洛阳的步子的确慢了半拍。但是，如果我们从长远眼光来看，起步较晚，反而是洛阳的一大优势。他山之石，可以攻“洛阳之玉”，国内外一流旅游名城的最精华的经验，都能为我所用，这会让洛阳少走不少弯路，能够更快、更好地“王者归来”。这就是“后发优势”，一旦用好这个优势，有望“势”不可当。

### “罗马假日”需借鉴

记：他山之石，可以攻玉。那么，国内外有哪些城市可供洛阳学习呢？

王：全球的“国际文化旅游名城”中，在世界文明史上地位能和洛阳相提并论的古都，一是罗马，二是雅典。这两大古都品牌的成功之路，都值得洛阳学习和借鉴。另外，国内的杭州，也是一个值得洛阳学习和借鉴的城市。

记：是啊，“罗马假日”，是全球每一位喜爱浪漫、追求生活品质的游客的最大梦想。

王：罗马，意大利首都，是古罗马帝国的发祥地，西方文化的重要发祥地之一，已有2500余年历史。它是艺术宝库、文化名城，也是世界最著名的游览地之一。洛阳的文物埋在地下，罗马的文物则摆在街上，大街上随处可见千年之前的宏伟建筑遗迹，帝国元老院、凯旋门、纪功柱、万神殿和大竞技场等形式

名，一代艺术大师米开朗琪罗设计的“城中之国”梵蒂冈境内的圣彼得大教堂神圣庄严。这些，都让罗马成为名副其实的“世界露天历史博物馆”。

记：罗马哪些经验最值得洛阳学习？

王：同为千年古都，罗马的古城开发模式，值得洛阳学习。罗马古城“整体保护原则”又分为两个层次：一是对“历史中心区”的宏观保护，法律规定必须保持古城的原有格局和风貌，不准以任何名义进行任何形式的破坏。区内所有建筑物的外部结构管理权属于国家，房产开发商、居民和商店经营者，只能拥有房屋的所有权和内部的使用权，而不拥有对建筑物整体改造的权力。二是对“大遗址”的整体保护，对发掘出土的大片古代遗址的保护。其原则是不改变遗址古迹的原貌，以遗址公园或博物馆等形式

将出土时的现状全面完整地保护起来。

另外，罗马还有最时尚的元素。罗马时装周近年来异军突起，正在强力冲击“全球四大时装周”的传统格局。罗马时装周，一方面是推介意大利的时尚元素，一方面也在间接地推动着古典与现代的融合。

复古和时尚“两条腿走路”，古典与现代、自然与时尚、前卫与保守在这里融合汇聚，让罗马赢得了全球游客的青睐。这就是为什么世界各地游客都盼望到罗马度过一个浪漫假日的主要原因。

记：您的意思是说，古都旅游不能仅仅围绕“古”字做文章？

王：是的。借用洛阳对外宣传资料上的一句话，就是要努力做到“古代文明与现代文明交相辉映”。

### “雅典之风”应提倡

记：雅典是怎么做的？

王：雅典是驰名世界的文化旅游古城，拥有长达3000多年的历史，被誉为“西方文明的摇篮”。雅典卫城宏伟壮丽，希腊神话曲折动人，哲学思想启迪后世，奥林匹克融汇世界。这些，都让雅典拥有梦幻般的吸引力，被誉为“神话之城、哲学之城和奥运之城”。洛阳是“东方神都”，雅典则是“西方文明的摇篮”，两个隔洋相望的古都，从影响世界文明史的高度，的确有很多相似之处。雅典的经验，对洛阳很实用。

记：雅典的哪些经验最值得洛阳学习？

王：雅典的古建筑、古文物保存之所以比较好，得益于雅典人引以为豪的“全民参与行动”。在文化遗产保护方面，雅典市政府倡导市民的自觉行动，不仅仅是对物质层面的旧城、街区、建筑和文物的守护，而且是对原生态的传承和复原，对原生活方式的传承和继续，这使希腊多元多样的文化可以在现代化节奏中得到保存。同时，鼓励私人办博物馆，政府予以资助；鼓励私人将文物主动捐赠给博物

馆，设专厅展出其藏品，使这些文物处于活态。因此，可以说这是一种“政府经营环境、企业经营市场、市民经营文化”的模式。

记：雅典的“全民参与行动”的确令人敬佩，还有其他经验可资借鉴吗？

王：雅典的原装保护展示模式也很有特色，无论博物馆还是具有历史展示功能的主题酒店都非常重视内涵的丰富，保持原真原貌，仅雅典就有3个地铁站将建设中出土的陶器等文物嵌入进口处大理石墙，作为永久展示。卫城南面的一家宾馆，地下一层自助餐厅周边在建设中发现卫城下城二处遗址，即予原状保护，成为宾馆一景。

记：我的理解，原址原状保护可以让游客处处感受到文化的魅力和氛围，对吗？

王：有这层意思，但是要根据实际情况确定。如果适宜原址原状保护的，可考虑采取这样的措施；如果不适宜，还是由文物部门来考虑怎么保护为好。总之，无论是“原址原状保护”还是“全民参与行动”，这样的“雅典之风”，我们认为值得洛阳学习、借鉴的。

### “杭州模式”要深思

记：中国有“八大古都”，为什么您觉得杭州这个城市最值得洛阳学习？

王：杭州是中国八大古都之一，但和同为古都的北京、西安、洛阳相比，值得大书特书的历史并不多，唯一值得一提的是南宋小朝廷。可聪明的杭州人，却主打差异化，突出“人间天堂”、“丝绸府”、“中国茶都”等特色，把“东方休闲之都，品质生活之城”作为旅游目标定位。通过近年来的统一宣传，尤其是2006年世界休闲博览会的大力推广，它在旅游界和社会上已获得很好的认同度和相当的知名度。

记：听说杭州正在打造“国际风景旅游城市”，这与洛阳的“国际文化旅游名城”战略，看起来有异曲同工之妙啊。

王：是的。和洛阳、西安“东西两京”相比，杭州古都历史积淀相对稍弱，却有独特而不可复制的风景优势，湖山林泉之美秀甲一方，西湖被誉为“中国最美丽的湖泊”，西溪湿地风景如画，京杭大运河历史悠久，城市观光旅游在全国久负盛名。但杭州却不满足于这些，主动由“景区观光游”向“休闲目的地”转变，致力打造“国际风景旅游城市”，这就使得杭州旅游产品的发展不再局限于某些景区、景点的孤立开发，而致力于将整个杭州城市建设成为具有良好声誉、提供高品质服务、保持温馨好客度的城市旅游目的地，有品质、重休闲、可体验。

记：从观光游到休闲游，杭州是怎么做到这一点的？

王：科学的规划加上积极的运作。几年前，《杭州市旅游发展总体规划》对杭州自2006年至2020年的旅游发展进行了全面布局。其国际化战略分三个阶段逐步实施：

近期(2006年—2010年)为国际化发展阶段。重点引导传统观光旅游向以观光、会展、休闲度假为核心的产品体系转变；提升杭州休闲旅游的国际知名度与美誉度，完善杭州作为长三角旅游中心城市的服务与辐射功能；加强区域合作，树立长三角旅游休闲中心的地位。目前，这一阶段的任务已基本完成。中期(2011年—2015年)为国际化提升阶段。按照规划，杭州将在西方市场强力主打“Water Side, Heaven Site”(水滨天堂)的旅游理念，以期成为中国首选、西方要选的旅游休闲中心。远期(2016年—2020年)为国际化巩固阶段。目标是让城市旅游品牌在国际国内市场的影响力得到进一步巩固，最终建成“东方休闲之都，品质生活之城”。

记：您的意思是说，洛阳要学习杭州的战略眼光和营销方式？

王：是的。

(下转 A05 版)

