

战略决胜，洛阳的“王者归来”之路

——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 程奇文 / 王志纲工作室 / 图

■上期提要 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三——《中国洛阳，一个国色天香的地方》，王志纲工作室以高远视野，透视全球古都文化旅游发展经验，并根据洛阳旅游发展阶段的实际，结合洛阳旅游“四大优势”，以“高位思考，差异化竞争”的战略思维，提炼出洛阳独特而不可复制的核心竞争力——“一个国色天香的地方”。



王振宇(前排右一)等王志纲工作室工作人员一行在洛考察。

四大要素：“国际文化旅游名城”的本质要求

记者：您认为，什么样的城市才是“国际文化旅游名城”呢？

王振宇：这个问题提得好。“国际文化旅游名城”并不是一个世界通用的称谓，对此也没有一个准确的定义。但是，综观世界范围的“国际文化旅游名城”，比如我们所谈到的罗马和雅典，还有巴黎、佛罗伦萨等等，不难看出“国际文化旅游名城”一般需要具备四个基本要素：第一，悠久的历史传承和文化底蕴；第二，高度国际化的旅游吸引物；第三，国际化的高端休闲平台；第四，全球影响力的节庆活动。

记者：在这四个基本要素中，洛阳最具备的恐怕是“悠久的历史传承和文化底蕴”了。

王振宇：是的。无论是“千年帝都”、“中华文明的原点”，还是王志纲工作室认为的“东方神都”、“华夏圣城”，洛阳悠久灿烂的历史文化，已经赋予了她无与伦比的高贵气质，这是洛阳能够被打成“国际文化旅游名城”的基点。但是其

他三个基本要素，在当前的洛阳身上却踪影难觅。

记者：中国洛阳牡丹文化节是全国著名的节日、非物质文化遗产，影响力还是很大的呀。

王振宇：在全国范围内看，其影响力是很大，但放在世界范围内看，其影响力仍然有很大的提升空间。对此，我只想问一句：牡丹文化节期间，洛阳有多少国际性的文化旅游以及经贸活动？

记者：您谈到的第二个基本要素是“高度国际化的旅游吸引物”。请问，什么是“旅游吸引物”？

王振宇：请原谅，为了表述的准确性，我使用了“旅游吸引物”这个旅游方面的专业术语。它是指自然界和人类社会中，能对游客产生吸引力的各种事物和因素。狭义的“旅游吸引物”一般是指有形的旅游资源，包括自然旅游资源和人文旅游资源；广义的“旅游吸引物”除有形的旅游资源外，还包括旅游服务、社会制度、民居生活方式等无形的旅游资源。

记者：可不可以说“旅游吸引物”是所有旅游资源的总和？

王振宇：可以。不过需要说明的是，拥有丰富的旅游资源，并不一定能实现“高度国际化”，“高度国际化”是需要努力打造的。

记者：我理解这四个基本要素，其共有的属性是“国际”二字。

王振宇：是的。“国际文化旅游名城”最重要的属性就是“国际”。其中，“悠久的历史传承和文化底蕴”是“根脉”，而这恰恰是洛阳与生俱来的品质；其他三个基本要素是“枝干”，是洛阳当前所缺乏的。王志纲工作室认为，古都洛阳，人文渊薮，国色天香，物华天宝，人杰地灵，拥有成为“国际文化旅游名城”极佳的资源和禀赋。只要洛阳全市上下心往一处想，劲往一处使，为世界奉献一座国色天香的东方文化古都，应该是指日可待的事情。作为以东方智慧为根基和特色的战略策划机构，王志纲工作室愿意为洛阳文化旅游的振兴、城市地位与价值的回归竭尽心智。

四大战略：“国际文化旅游名城”的决胜之道

记者：那么，洛阳要打造“国际文化旅游名城”，需从哪里入手呢？

王振宇：王志纲工作室从旅游产业发展规律与洛阳城市经营和形象塑造的需要出发，深入解析洛阳市委、市政府高瞻远瞩的“国际文化旅游名城”战略，我们认为其中必然涵盖四个层面的战略考量。

记者：四个层面的战略考量？

王振宇：对。分别是国际洛阳战略、文化洛阳战略、旅游洛阳战略和名城洛阳战略。也就是从“国际文化旅游名城”所包括的“国际”、“文化”、“旅游”、“名城”四个关键词，进行相对应的四个层面的战略考量。对这四个层面的战略考量以及战略确定之后的科学运作，是洛阳成为真正意义上的“国际文化旅游名城”的关键所在。

记者：能否这样理解，“国际文化旅游名城”是总战略，而国际洛阳战略、文化洛阳战略、旅游洛阳战略、名城洛阳战略是完成这个总战略的子战略？

王振宇：可以这样理解。完成了这四个子战略，总战略也就完成了。换句话说，实施好这四个子战略，就是“国际文化旅游名城”这个总战略的决胜之道。

记者：请具体阐述一下四个子战略。

王振宇：国际洛阳战略，指的是洛阳应以国际化的服务标准构建国际级的旅游要素，以国际游客为目标市场，打造个性鲜明、特色突出的城市魅力，最终成为国际化的休闲旅游目的地，并在世界上享有较高知名度、美誉度。

文化洛阳战略，是将洛阳深厚的文化底蕴通过体验旅游的方式呈现给游客，并将河洛文化无限放大，城市上下呈现出一种文化的向心力，形成中华龙之旅的精华产品，成为华夏文明溯源之地和休闲体验高地。

旅游洛阳战略，则是指洛阳应该在文化旅游的基础上，充分挖掘南部伏牛山和北部黄河旅游资源，形成以文化为中心，山水休闲度假和黄河风情游为两大平台的旅游新格局。

名城洛阳战略，其核心是国际营销。洛阳要通过举办具有国际影响力的大型节庆活动不断吸引全球目光，形成好戏连台、话题不断的热络气场，让世界关注洛阳，从而推动洛阳走向世界。

四大突破：“国际文化旅游名城”的战略路径

记者：毛主席曾经说过，我们的任务是过河，但是没有桥或没有船就不能过。不解决桥或船的问题，过河就是一句空话。我认为，无论是总战略还是子战略，讲的都是打造“国际文化旅游名城”的方向

和任务，必须有具体的实现路径。

王振宇：是的。洛阳要突破“帝都气象难寻、一花独秀难为春、满天星斗缺明月、高端休闲待培育”这“四大瓶颈”，把一个国色天香的千年古都奉献给全世

界，须实现“四大突破”，真正踏上“王者归来”的坦途。不过，需要说明的是，这“四大突破”也是从战略层面上讲的，是战略路径而非具体路径，具体路径需要更加详尽的措施。

战略突破路径之一： 转型升级，休闲为王

记者：第一个战略突破路径是什么？

王振宇：转型升级，休闲为王。王志纲工作室洛阳调研团队到洛阳的第一天，洛阳方面就安排我们看了龙门、关林、白马寺和一座牡丹园。接待方这样的安排是有深意的，一下就点明了洛阳旅游的尴尬现状：绝大多数游客，到洛阳就是冲这4个旅游吸引物来的，而这4个景点一天就能看完，看完之后还没有一个可以歇息、放松、流连的地方，于是只得匆匆离开。“一菜三汤”，简单重复，五千年洛阳只赢得游客一日匆匆的脚步，却留不住游客的心，憾莫大焉。

王志纲工作室认为，观光没有目的地，只有休闲才有目的地。洛阳要想从“通风口”变成“聚宝盆”，必须强化休闲平台的建设，在观光游的基础上大力发展休闲游、度假游、体验游。洛阳旅游产业的转型升级不仅迫在眉睫，而且是打造“国际文化旅游名城”的关键。

记者：您的意思是，旅游发展的关键，不应只注重“游”，应更注重“留”？

王振宇：对。把流水的客变为流连的人，把匆忙的走变为从容的逛，把对景点的追逐变为对城市氛

围的留恋，把来了就想走变为来了不想走，把来过就不想再来变为来了还想再来，就可谓“功德圆满”了。传统的观光旅游，旅行社一天安排四五个景点，游客走马观花、来去匆匆，急急忙忙赶路、慌慌张张拍照，早出晚归，苦不堪言。景固然看了，心里没留下什么。“我挥一挥衣袖，不带走一片云彩”，您觉得这种旅游好玩吗？

记者：旅游比工作还累，当然不好玩。您觉得，现在的游客需求正发生什么样的变化？

王振宇：八个字：“休闲为王，体验至上。”这是国际旅游市场的基本特征，也是中国发达地区游客的群体心理需求。他们已经走过太多的地方，看过太多的风光名胜，他们需要的不仅是身心的休憩，更是精神的皈依、灵魂的港湾。

一旦发现这样的港湾，他们就会住上几天甚至几个月，享受那里的朝晖夕阴，优哉游哉，“行到水穷处，坐看云起时”，发呆也是休闲，甚至可以说是更具禅意的文化休闲。这时，他消费的是那氛围、那空气，那是一种看不见摸不着的意境，那是旅游休闲的化境。而洛阳，正是成就如此化境的理想地方。

战略突破路径之二： 强干弱枝，众星拱月

记者：休闲游、体验游，其前提是有独特而不可复制的“核心卖点”，“核心卖点”能真正留住游客，让他们进行深度体验。您认为，洛阳在休闲体验旅游领域，吸引力足够吗？

王振宇：从历史文化上说，洛阳“东方神都、华夏圣城”的崇高地位毋庸置疑，每一个中国人都应该前来朝圣；从“核心卖点”上说，“中国洛阳，一个国色天香的地方”，无论是文化体验还是山水旅游，原始资源足够。但洛阳现有的整体旅游格局，仍处在“观光游”、“一日游”的阶段；地下藏着五千年历史，地面上遗迹却很少；风景如画的资源虽多，深度体验的空间尚待开发。一句话：洛阳缺乏让人眼前一亮、让游客非留下体验不可的理由。

记者：您的意思是，洛阳旅游虽然星斗繁多，却缺乏一轮明月？

王振宇：对。中秋节之所以为

千古佳节，就在于那一轮明月的魅力。而栋梁之材，必然是具有强大树干的乔木方可胜任。乔木与灌木的区别非常明显，灌木几乎是枝干分明的，而乔木必然是枝干分明的。洛阳，必须当参天乔木。所以，从战略取舍来说，伤其十指不如断其一指，星斗满天不如皓月当空，洛阳旅游必须主次分明，突出重点，营造出一个强干弱枝、枝繁叶茂、众星拱月的新格局。

(下转 A03 版)

程奇文工作室 深度报道

独家新闻

13837962022

66778866

洛阳人看 洛阳手机报

上权威、专业、及时、准确，洛阳手机报由洛阳日报报业集团精心打造，采取本地、国内、国际新闻资源，时尚实用，服务贴心。

洛阳手机报本地新闻资讯内容丰富，总量占到70%以上。

精彩触手可及

定制 移动用户发送短信1元/月 13837962022 订购，3元/月，不取GPRS流量费。

浏览 联通用户发送短信712到10955855订购，3元/月，不取GPRS流量费。