

热议
风生

核心提示

□记者 孟国庆/文 张晓理/图

昨日,本报刊发《洛阳,该有怎样的“国际范儿”》一文后,围绕这一话题,热心读者和网友结合自身感受,纷纷通过电话和发邮件、网帖等方式发表看法。



服务水平要提上去

建设国际文化旅游名城,如何做到有“国际范儿”?网友“老牛”以他不久前到澳大利亚探亲的经历,介绍洛阳旅游在“国际化”上的差距和不足。

他说,国际化的旅游城市服务必然是贴心的、便捷的,服务的细致程度超出一般人的想象:在澳大利亚各城镇,都有政府资助的游客问讯中心(Visitor Information Centres),其标志“i”随处可见。游客每自驾车到一个城镇,只要找到“i”,就可以在这里领取当地的旅游地图(如图),同时进行住宿预订,并享受各种旅游咨询等服务。

他说,洛阳建设国际旅游文化名城,既要着眼于大项目,更要着力于小细节。

门票价格要降下来

要打造“国际范儿”,洛阳还应延伸旅游内涵,通过衍生服务来赚钱,而不是靠门票来创收,这是众多读者和网友的一致看法。

网友“垒水”说,国外不少风景名胜根本不要门票,即使卖门票,票价也普遍低廉,与当地百姓收入水平比起来,可谓“九牛一毛”。如意大利著名的古罗马斗兽场门票只需6欧元;日本的自然景观不收门票,部分文化景点收费很低;法国的卢浮宫、凯旋门、凡尔赛宫、枫丹白露、埃菲尔铁塔、巴黎圣母院、卢瓦尔河谷城堡群等举世闻名的景观也基本

文化潜力要挖出来

市民孙栋来说,民族的才是世界的,洛阳的“国际范儿”应当在洛阳独有的历史文化中显现出来。

孙栋说,洛阳有丰富的旅游文化资源,正因为这些资源太多,如何寻找最有代表性、最有特色的资源成为一个难题。洛阳应当组织专家进行专门的研究、规划,拿出具体可行的实施方案,将“最洛阳”的

网友“河洛布衣888”说:“旅游的本质就是一种体验活动。游客自远方来,能在洛阳享受到新鲜的、愉快的、受尊重的身心体验,洛阳的‘国际范儿’就出来了。”

他说,越是国际化的旅游城市,其服务越是细致入微。洛阳的旅游服务现状,还远远做不到“新鲜、愉快、受尊重”:交通、餐饮等服务不到位不说,还有一些景点、酒店、商店“致力于一锤子买卖”,给一些游客留下不好的印象。

他建议:洛阳应当建立游客反馈和回访制度,让游客们提出意见和建议,同时还可以和游客们联络感情;对好的建议加紧采纳落实,对普遍反映的问题要重点解决,让游客有再来洛阳的期待。

上不收费。对这些宝贵的“财富”,一些发达国家的政府始终坚持“以人为本、着眼未来”的管理原则,不因为景点有名而随意提价,而采取低价策略弘扬民族文化,以文化来推动旅游。

市民吴建勇来信说,一些景点的门票年年涨,好像不涨就显得掉价似的,他带着朋友去几个景点转一圈,光买门票就是一大笔费用!这么高的门槛,普通市民根本无力参与。旅游产业只有有人气才能有财气,当一个城市的旅游发展成有钱人才能消费得起的旅游,旅游又如何做大做强?

文化资源挖掘出来,包装出去,才能做出品牌。

网友“古都函谷逍遥人”说,挖掘洛阳文化潜力,要让文化展现形式上档次,可以考虑旅游开发和建设中引进更多的国际型设计人才和策划公司,通过市场化的运作来提高我市旅游资源的利用率,进一步提高我市国际旅游文化名城的国际知名度和影响力。



题字 林基建

●本期议题:
旅游名城,该有怎样的“国际范儿”?

热帖
共览

北京有“798” 广州有“T.I.T” 洛阳也该发力了

□网友“醉忘书”

在许多人眼中,“国际”、“时尚”总是与摩天大楼、霓虹闪烁、车水马龙、奢侈品满目等画等号;在一些人眼里,洛阳现有的基础设施除了破是破,恨不得统统先夷为平地,再施以钢筋混凝土,让“火柴盒”和“鸟笼子”遍地,以图所谓的现代化、国际化。

姑且不论这些“看起来很美”的钢筋混凝土建筑是否能够代表洛阳的“国际范儿”,单是这种缺乏规划和思考、急功近利的做法,就让人扼腕痛惜。

国际与时尚的真谛和灵魂,是观念,是人文,是新锐,是引领,是超越,是创新,是独一无二,是卓尔不群……去过北京798艺术区的人都知道,那是一个会聚了众多艺术家和时尚人士的殿堂,也是旅游者为之流连忘返的地方。

“798”之前是什么地方?是废工厂、旧厂房。没有到过“798”?没关系,电视连续剧《奋斗》中那个被改造过的酒吧,大家一定还有印象吧。还有,到过北京二环内、去过安定门、转过胡同的游客,都会对由旧车间改造的“猜火车”等主题餐厅、酒吧记忆犹新。

这些地方无一例外的“老”,无一例外的“旧”,却又无一例外的时尚、国际——去过的游客回味无穷,没有去过的游客心驰神往。这些地方带动消费的能力自不用说,即便不想花钱,置身于这个旧时印记与现代时尚碰撞的灵感之地,融入这个怀旧与畅想的灵魂之所,感觉也很美。

无独有偶,3月10日,《洛阳日报》曾在头版刊发市党政考察团赴珠三角考察见闻之二,其中广州纺织工贸集团将废旧的纺织机械厂旧址和厂房“变废为宝”,打造成T.I.T创意园的做法也能给洛阳很多启发:洛阳老工业基地的建筑和厂房,具有典型的苏式风格,一砖一瓦都渗透着特定时代的历史元素,前不久还作为工业遗址街区首度入围“中国历史文化名街”。一旦对之进行合理规划,并适度保护性开发,让其不仅变得“上档次”,而且还能“很好玩儿”,必然会洛阳打造国际文化旅游名城增加一个新亮点。

(记者 孟国庆 整理)

外地
镜鉴

为保证“国际范儿”,这些地方有“绝招”

西安: 咋叫游客高兴就咋来 法国: 咋叫游客舒坦就咋来

□记者 李砺瑾

近年来,我国已有北京、上海等近50个不同量级和类型的城市,相继以不同方式提出建设国际旅游城市、世界旅游城市、国际旅游目的地等战略构想。他们的一些先进理念和良好做法,可为我市提供不少借鉴意义。

我们的近邻西安市,近年来在旅游景点以及城市建设方面,探索出大遗址保护和城市建设并进的曲江模式,为打造“国际一流旅游目的地”添上了一抹亮彩。

西安市认为,要建成国际一流旅游目的地城市,就要拥有最高品级的旅游资源,具有完备的、高品质的、可以与国际对接的旅游产业体系,具有巨大影响力的旅游产品,以满足不同国籍、不同层次游客的需求。

为此,西安市推广西安·世界古都·丝绸之路起点·秦岭·国际名山3大品牌,推广丝绸之路溯源游、世界遗产西安游、文化休闲游、山水生态游等11大国际、国内旅游品牌,主推包括历史文化慢品游、博物馆之城观光体验游、遗址公园之城观光体验游、中国书法体验游、终南山地质公园科考游、秦岭山水文化游等32个旅游产品。

同时,西安很注重用文化包装旅游景点,“旅游资源+文化创意”模式是西安的主打模式之一。例如大唐芙蓉园里丰富多彩的表演;大明宫国家遗址公园里,唐风雅韵服饰秀《日月大明宫》演出、大唐朝会情景剧《百官上朝》、大型唐朝迎宾仪式《丹凤迎宾》、大唐千古绝唱《皇家舞马》等诸多表演节目,还有I-MAX-3D电影《大明宫传奇》等。

作为世界上最早发展旅游业的国家之一,法国是世界上接待外国游客最多的国家,首都巴黎是世界上接待游客最多的城市,同时还是全球第一大国际会议中心。

法国之所以一直能够保持世界旅游大国的地位,除凭借得天独厚的自然和地理条件、丰富多彩的旅游景点和资源外,最重要的就是在为游客服务时强调细节。

法国旅游业一直强调人性化服务,以游客需要为本。法国旅游部和负责拓展旅游的“法国之家”,曾特地制作了一本《中国游客:怎样令他们宾至如归》,从称呼用语、握手习惯、饮食特点等入手,列出款待中国游客的注意事项。

在法国,各类旅游服务设施比较完善,绝大多数旅游景点都与高速公路相连接,交通畅通发达,处于旅游线路的高速公路或国家公路的两旁设有旅游景点指示牌,进入巴黎市还有介绍市区交通现状的电子公告牌。沿途的加油站、公共洗手间、餐饮、住宿点布局合理,给旅客带来了极大方便。



欢迎各位读者继续就洛阳建设国际文化旅游名城发表意见或建议,您可登录洛阳网洛阳社区(<http://bbs.lyd.com.cn>),进入《洛阳,离国际文化旅游名城还有多远?》跟帖;发送电子邮件至 mengguoqing217@sina.com,或拨打本报热线66778866留言;来信请寄至开元大道218号报业大厦19楼大厅10号位,信封上请注明“建设国际文化旅游名城大讨论”。

搞好『国际化』,部分读者网友建议要提、要降、要挖,因为—— 『国际范儿』,要给人以身身心愉悦的体验