

热议
风生

要以国际水平的文化产业为依托

读者网友继续针对『国际范儿』建言献策

核心提示

□记者 孟国庆

打造“国际范儿”，洛阳该从哪里入手，又该从何处提升？昨日，读者和网友继续就这一话题展开热烈讨论。

“国际范儿”离不开高端游客

新浪网友“Kingdom-Club_阳阳”发微博说，第30届牡丹文化节期间，他组织某俱乐部会员和一些优秀民营企业来洛赏牡丹，总体感受是：洛阳在接待高端游客的时候缺少经验，没有顶级的购物广场，缺少以其稀缺性、独创性为特色的高端旅游纪念品，高端旅游文化活动项目也太少。

他认为，旅游虽然不是专为高端游客服务，但高端游客的影响力和带动能力是很强

的，这就好比明星们选择去三亚拍电影、结婚，去日本北海道旅游、购物，这些地方很快就会成为热门旅游的目的地。洛阳的历史文化、旅游资源不亚于巴黎、罗马这些旅游名城，但仍需立足高端，站在高起点上，建设针对高端客户的旅游设施，以扩大影响力。

他说，由此可见，打造国际文化旅游名城，我们需要做的工作还有很多，特别是在软件上，仍需进一步与国际接轨。

软件仍需进一步与国际接轨

网友“无业游龙”说，洛阳使用外语标志仍需要改进。有一次，他在公交车上看见一群老外拿着一张中文导游图，正在猜到哪儿了，脸上满是迷茫的表情。

他说，洛阳要成为国际文化旅游名城，第一步得先普及一下英语。看看桂林、大理这些旅游城市，没有导游，外国游客仅凭外文导游图、外文标志就能游遍城市各个角落，洛阳在这方面差得太远。在许多非英语系国家，城市的景观、道路、宾馆、饭店、导游图等除了用自己国家的文字外，也用英文标示，因为英文已成为世界通用语言，也会让外国人产生亲近感。

网友“hometown2011”也讲了一个故事。今年牡丹文化节期间，他因工作需要陪了几拨老外。对入住酒店的硬件设施，老外们普遍赞赏有加，但对酒店员工的英文水平却不敢恭维。某日，一老外在客房给总台打电话，问另一客人的房间号并请总台将电话转接。打了两遍，这家星级酒店总台服务人员都没有听懂，最后只能通知该楼层服务员上门询问是否需要服务。

他说，由此可见，打造国际文化旅游名城，我们需要做的工作还有很多，特别是在软件上，仍需进一步与国际接轨。

文化产业也得有“国际范儿”

市民李申刚发来邮件说，几年前，人们提起旅游，很少谈及文化。如今，谈及旅游，必说文化，由此可见，旅游传播文化，文化丰富旅游，这一观点已被认知和接受。

洛阳有着丰富的历史文化遗产和非物质文化遗产，如何将其与旅游融合，如何在融合中得到提升、产生价值，是我们打造国际文化旅游名城首先要面对的问题。

可以说，洛阳的旅游要具备“国际范儿”，首先文化得有“国际范儿”，否则，以洛阳现有的旅游资源，很难实现这一

目标。

他说，文化的“国际范儿”，除了对历史文化遗存进行再整理、再发现，还要对洛阳文化进一步创新：对洛阳传统的戏曲、非物质文化遗产进行现代化的包装，以适应游客不断变化的审美需求；组织优秀的演职人员，创造一批有影响力、社会反响好的文艺作品；要通过有吸引力的扶持政策，鼓励新的、能引起关注的文化形式出现……只有国际水平的文化产业，才能支撑起有“国际范儿”的洛阳文化旅游事业。

树立精品意识，才能造就“国际范儿”

市民王娟来电说，十几年来，如何提升洛阳的城市品位，打造洛阳的旅游文化品牌，许多从业者、专家、市民都进行了有益的探索，但是坦率地说，洛阳离国际文化旅游名城仍有不小的差距。这一差距，来源于经济发展水平，来源于地理历史环境，但终归来

源于意识落后。

作为内陆城市，洛阳要与国际接轨，从何处入手呢？王娟认为，树立精品意识是关键：每一个景区，每一条街道、每一份旅游纪念品、每一项推出的服务……都需要不断打磨，不求大求全，只精益求精。因为每一个国际品牌，都必然是精品。

空

圆之路

题字 林基建

●本期议题：
旅游名城，该有怎样的“国际范儿”？

从业者说

“国际范儿”
需要细节支撑



□记者 韩铁栓 文/图

受访人：王泳懿，河南省海外旅游有限公司洛阳分社总经理
从业年限：12年

国际文化旅游名城应该具有什么样的“国际范儿”？我觉得可以从几个方面加以考量：城市的旅游文化特色、旅游产品品牌、城市的生活品质，另外还有城市的知名度、美誉度和舒适度。

洛阳作为一个历史文化名城，其知名度、美誉度都不算低，但要成为国际文化旅游名城，还需要一种国际化的氛围，一种真正的宾至如归的感觉。

旅游也是一种生活方式。一座国际文化旅游名城，我觉得就是不管谁来了，都应该觉得很舒适、很融洽、很亲切，没有心理上的疏离感，特别是对一些外籍人士来说。比如，洛阳现在三星级和更高星级的宾馆不少，但能提供真正西式早餐的宾馆并不多，能提供有针对性的西式服务的宾馆恐怕就更少了，而这对于到洛阳来的外国人来说可能就非常非常重要。现代人的旅游，已不仅仅是看新鲜，更多地体现在体验、感受等方面。国际文化旅游名城的“国际范儿”需要很多细节支撑，更需要长期养成、保持。

“国际范儿”
是城市的
整体气质



□记者 韩铁栓 文/图

受访人：韩晓颖，河南省海外旅游有限公司洛阳分社地接部经理
从业年限：8年

国际文化旅游名城的“国际范儿”，在我看来，并不仅是旅游单方面的事儿，而是一座城市表现出来的整体气质。

事实上，不管是谁来到洛阳，其感受都不会只局限于旅行社指定的景点或宾馆，而是洛阳这座城市的全部，是洛阳城的整体气质和洛阳人的整体素质。

洛阳要成为国际文化旅游名城，除了要在旅游产品及其产业链的开发、延伸上做好持续提升外，公共交通秩序、特色街区的环境卫生、娱乐休闲场所和特色旅游商品的建设和开发也要同步跟上，不能使之成为城市的短板，进而造成游客流失。

热帖
共览

搞好软环境建设 不让咱洛阳 “被遗忘”

□网友“hometown2011”

一些人以为洛阳的国际知名度很高，其实不然。很多外国朋友都不知道洛阳，他们来中国，喜欢到北京、上海、西安等地旅游，洛阳是被遗忘的城市。

对外宣传需要大量的资金投入和时间积累，洛阳要打造国际文化旅游名城，秀出“国际范儿”，更实际的做法是搞好城市软环境建设——

1.规范对外宣传语言。懂行的人都知道，洛阳宣传牌的英文对照是给中国人看的；洛阳公交车上的英语报站，老外是听不懂的。为什么？因为英语里面有些说法是约定俗成的，而我们的有些词句都是想当然的“中国式翻译”，不合规范。举个简单的例子，老外习惯称厕所为“washroom”或“toilet”，我们跟他们说“WC”，他们通常会一脸迷茫。要解决这个问题也不难，请专家统一把关，发动海外华侨、留学生通过互联网译标准语式。

2.改良窗口行业的服务形象。可以趁旅游淡季，组织宾馆服务人员进行技能培训比赛。

3.编排简单、实用的“外语一百句”，组织出租车司机、宾馆服务员学习一些常用外语会话；媒体也可开设小栏目，每日一句，全民普及外语（特别是英语）。

4.在机场、火车站等公共场所增设涉外接待窗口，大型宾馆要有中英文对照的洛阳简介、洛阳地图。

5.如果有可能，在公共场所多建一些卫生间，街道上增设果皮箱。

6.可选派中层干部到发达国家学习，开阔眼界，改进工作方式，回来要交流学习报告，并拿出切实可行的规划，以避免搞成公费旅游。

7.涉外公务用餐，杜绝饮酒。很多外国朋友非常反感被劝酒，曾疾呼“但愿有朝一日在中国不用被迫喝白酒”。

8.请一些关心洛阳的外国朋友与洛阳优秀人才定期进行交流，为洛阳发展献计献策。

做好细节，洛阳就显得有档次、有品位，就有了超越国界的吸引力。

（记者 孟国庆 整理）

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”。

下期话题预告

洛阳旅游， 资源如何变产品？

洛阳拥有丰厚的历史文化资源和山水自然资源，但“有听头儿、没看头儿”的窘状始终困扰着我们。资源是产品的基础和前提，产品是资源的整合和提升。如何以市场需求为导向，遵循市场经济规律，进行产品设计开发，把丰厚资源转化为畅销产品，把旅游的“通风口”变成“聚宝盆”？