

热议
风生

充分利用资源，实现旅游产品多样化

核心提示

□记者 孟国庆

洛阳具有丰厚的历史文化资源和自然风光旅游资源，世人皆知。但是，如何利用这些资源？如何从资源中获得财富？昨日，读者和网友针对“如何将洛阳的旅游资源变成旅游产品”进行热议，为推动国际文化旅游名城建设献计献策。

旅游产品开发刻不容缓

昨日，在看到本报刊登的《洛阳旅游，“矿石”亟待变“钻石”》一文后，市民孙磊一早就打来电话：“这篇文章说得太对了，洛阳就是捧着‘金饭碗’要饭！要建设国际文化旅游名城，洛阳必须拿出过硬的、有代表性的旅游产品来。”

他说，说起洛阳的历史文化和自然资源，但凡洛阳人都能说出几句，但是要把这些资源直观地摆到外地亲朋好友面前，就让人作难了。如今，国内各地都在发展旅游业，竞争非常激烈，洛阳旅游必须形成自己的“拳头产

品”，才能在竞争中立于不败之地。

网友“醉洛城”说，他是在洛阳上学的一名大学生。每当有同学来洛阳，他总是想把十三朝古都的厚重文化底蕴呈现给他们，但往往难以如愿。究其原因，不是洛阳历史不悠久、文化不厚重，而是感觉我们没能把历史文化用合适的方法呈现给现代人。洛阳只在牡丹上做文章显然不行，龙门石窟足以震撼世人，可把它放到千年帝都的历史画卷中恐怕也不过是一抹重彩而已，代表不了洛阳文化的全貌。

洛阳的旅游资源要充分设计

读者孟永峰来信说，旅游产品设计是指按照一定的规则，配置旅游资源，把旅游服务加入其中，并以一定的主题、内容、形式和价格表示出来的过程。

他说，设计旅游产品，有一套完整的方法。首先要选定旅游地的旅游价值点，这是一个旅游产品的核心竞争点。洛阳的旅游资源很多，要抓住一到两个“龙头”产品，让外地游客提起洛阳就想到这个产品，一提起这个产品

就能想起洛阳。

另外，创新是发展旅游产品的必由之路，其目的是引领新的旅游消费需求。洛阳的旅游发展了这么多年，能让人提起的旅游产品还只是龙门石窟、白马寺、关林这“老三篇”，已经无法适应多变的旅游需求，必须寻找能代表洛阳的旅游新亮点。这就需要我们在旅游主题、旅游内容、旅游形式上进行充分设计，多创新。

旅游产品要实现多样化

网友“Linton_Kong”说，洛阳应该坚持以文化旅游为核心的旅游发展战略，同时要注重自然山水风光旅游的发展，实现旅游产品多样化。以栾川、嵩县为代表的南部山区有大量的原始自然风光区，要把近几年国内民众生活水平快速提高，户外旅游探险需求不断扩大的机遇，将南部地区打造成国内有一定知名度的探险旅游景区，设置可以带动户外用品销售及餐饮等新兴项目，提升景区的软硬件设施，为集体游客和驴友提供优秀的旅游服务。

网友“绿色苦咖啡”说，今年的牡丹文化节盛况空前，陪外地朋友游览时他发现：洛阳对于旅游纪念品的开发基本是空白。洛阳有自己的吉祥物，“红红”、“丹丹”、“河洛郎”，还有“牡丹花都”标志，可是这些仅仅靠张贴悬挂是不行的。这么漂亮的吉祥物、徽标，朋友非常喜欢，很想带一套回去做个纪念。可是走了很多地

方，他们都没找到卖这些吉祥物的商店。游客将带有洛阳特色的吉祥物带回去，实际上是对洛阳的又一次宣传，做好这些纪念品，不但对宣传洛阳很有帮助，而且能让吉祥物和徽标的评选、创作更有意义。

洛阳百事通旅游有限公司的王诚发来信说，洛阳的旅游产品过于单一，是造成洛阳留不住客的主要原因。洛阳位于西安和郑州、开封之间，游客来洛阳旅游往往是一日游，缺少可以留住游客的旅游线路。

他说，洛阳应深度挖掘以佛教(白马寺)、道教(老君山)、关公(关林)为主题的文化旅游，开发以洛阳为中心的旅游线路，如经洛阳去云台山、少林寺、黄河小浪底甚至是山西皇城相府等知名景区的旅游线路。此外，除牡丹文化节以外，河洛文化节、小浪底观瀑节、伏牛山登山节和滑雪节还缺乏市场认知度，应该加强宣传，让洛阳四季游客不断。

题字
林基建

●本期议题：
洛阳旅游，资源如何变产品？

热帖
共览仿古建设须谨慎
现有园林待提升

□网友 “远乡”

做好旅游产品，洛阳有几件有能力做且亟须着手的事情——

1. 洛阳所建的仿古景观建筑，一定要符合洛阳文化特色的风格定位(以隋唐或秦汉建筑风格为魂)，统一设计。坚决不能再急功近利，用水泥浇注，再建廉价的明清风格的建筑。要仿日本京都的“洛阳”建筑，从里到外货真价实，建一处是一处，每建一处都成精品，都能让人感叹，都能留给后人，都能唤回历史。如果没钱可以少建，不可滥建。滥建不如不建，因为它会降低洛阳的品位。

2. 隋唐城遗址植物园内文化展示需升级：可把园区大门处两边灯柱上与洛阳无关的诗词全部换掉，都换上直接描写洛阳的诗词；“欧阳修亭”名字太直白，可改成“永叔亭”等更有意境的名字；园内要大量安置历史文化名人写洛阳的诗文，让游客游园听故事；适当的地方(比如湖边等)按照唐朝建筑的风格和工艺，真正建起几处古香古色的亭台楼阁等，使园区活起来。

3. 由有关部门牵头，招集洛阳青年自愿者，成立水上舢板、帆船队，每到周六、周日或节假日在洛河集中训练，让洛河上漂起五彩帆影，成为洛阳这一内陆城市的一道风景。

4. 可着手考虑洛河通航的方案。现在存在的问题是游船要翻越几道大坝的事。个人建议可请专家进行论证，在橡皮坝处建设相关设备，并结合坝头建筑改造全盘进行考虑。

5. 洛浦公园市区段提升改造要抓紧。洛浦公园已经成为洛阳重要的景观，但其始建较早，尽管这些年来在绿化和美化上不断投入，仍难掩不尽如人意之处。在不影响其防汛功能的前提下，公园重要区段的提升改造必须进行。这种提升不能再是动根本的小打小闹、修修补补，而要大胆超前，动大手笔，不妨把现有的直立堤台式河岸，改成斜坡式缓至水边，并设立低矮的古式栅栏，让人更易近水，同时确保安全。山东临沂市区的沂河景观即如此，建议有关部门可前往考察。

(记者 孟国庆 整理)

外地
镜鉴

开发旅游产品，这些地方“以小见大”

开封：
一幅名画，
带出 5A 景区
烟台：
一个传说，
引出人间胜境

□记者 李燕锋

文化是旅游的灵魂，是旅游景观吸引力的源泉，是旅游者旅游的出发点和归宿点。洛阳的文化旅游资源在世界范围内都具有很高的知名度及强烈的吸引力，怎样使这些文化旅游资源得到有效开发、深入开发，是我们值得深思的问题。

在旅游资源的深度开发上，一些城市已经给我们做出了榜样。

以我们的兄弟城市开封为例。十几年前，《清明上河图》在世人的印象里还只是一幅闻名世界的绘画作品。可短短十几年后，再现《清明上河图》历史风貌的清明上河园就已扎根在中外游客的心中，成为开封乃至河南省旅游的一个亮点。

现在的清明上河园，虽然是个人造景观，但借助大宋文化元素的充分利用，借助场景饱满的水上实景演出《大宋·东京梦华》，不仅成为国家 5A 级景区，还成功跻身中国旅游企业亿元俱乐部。

再看山东烟台。近年来，烟台市依托旅游资源优势，整合旅游发展资源，打造旅游精品，加快打造中国最佳休闲度假旅游目的地城市和旅游度假海岸。2011 年上半年，该市接待海内外游客 1485.16 万人次，实现旅游收入 147.88 亿元，其中，入境游客 19.87 万人次，外汇收入 1.27 亿美元。

以烟台市近年来强势崛起的三仙山景区为例。该景区负责人为民营企业老板，其资金实力雄厚，以重金邀请国内建筑、历史、文化、文物、考古、收藏等领域的权威专家，以“打造一百年后的故宫”为建设思路，推出了以中国传统园林建筑、儒佛道三教文化和名贵珍宝为卖点的三仙山景区。

景区建设共投入 8.6 亿元，全部为企业自筹。整个景区来源于古代“东海有三仙山”的传说，采取中国古典园林“一池三山”模式创建，达到“水中有岛、岛中有水、水中有山、山中有楼”的境界，由和气大殿、蓬莱仙岛、方壶胜境、瀛洲仙境、瀛洲书院、珍宝馆、蓬莱历史文化集锦、玉佛寺、观音阁、万方安和、楠木馆等景观组成。与景区配套的还有古典建筑风格的三仙山大酒店、三仙山温泉、三仙山大剧院等休闲度假设施。景区还供奉着长 12.86 米、重 108 吨的目前世界第一大卧佛一尊，重 206 吨十一面观音和高 9.9 米、重 72 吨立观音各一尊，均采用缅甸冰种水白玉精雕而成。景区珍宝馆还收藏国家一级文物 26 件、二级文物 152 件。景区自 2008 年 7 月开业以来，游客接待数量持续走高，已成为游客到烟台的又一必看景点。

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”。