

热议 风生

# 让旅游产品『动起来』，更『好玩儿』

旅游资源要变产品，更要变精品，读者网友建议——

核心提示

□记者 孟国庆/文 张晓理/图

洛阳的旅游资源如何变成产品？昨日，读者和网友继续就这一话题展开讨论，纷纷想办法、出主意，为开发洛阳旅游资源支招。

## 打好“亲情牌” 做足“根文化”

发掘洛阳旅游资源，从何处入手？市民李想发来邮件建议：洛阳应当打好“亲情牌”，做足“根文化”。

李想说，中华文明的起点很多，洛阳优势突出，其中洛阳的“根文化”是最系统、传承最完整的，要将资源转化为产品，借助“根文化”也是最易行的。

李想说，洛阳牡丹、龙门、

白马寺、关林享誉中外，但华人圣地的感觉只停留在模糊的记忆里、学生的课本上，并不能产生直接的经济效益。洛阳有“文明之根”，包括河图洛书、周易八卦、周公制礼等；有“文化之根”，包括老子著《道德经》、孔子入周问礼等；还有“姓氏之根”等。这些“根”与国内外游客有着千丝万缕的联系，是我们发展旅游的动力来源。

## 景点要好看，还要“好玩儿”

市民李建国来信说，改革开放30余年来，人们的生活水平提高了，对旅游产品的要求也在不断提高。起初人们出游，看看山水风光就很满足了，但现在人们光“看景”已经不能满足了，还要有参与、有体验。西安的大唐芙蓉园就是个例子，“成都好玩、重庆好耍”的广告词也体现了这一旅游观念的转变。

他说，洛阳旅游资源要做成产品，就不仅要注重“好看”，还要注重“好玩儿”。洛阳的好东西不少，但有几个能让人参与、体验的呢？龙门石窟、白马寺、关林有多少能让游客互动、参与的节目呢？没有亲

身体验，就很难让游客留下深刻印象，资源也就很难做成产品。

网友“笨笨羊”以洛浦公园为例，也提出这一观点。他说，洛浦公园建设得非常好、非常美，为市民提供了一处很好的休闲场所。然而，对外地游客来说，这么美的公园他未必感兴趣，新鲜感过后就会厌烦。洛浦公园要想留住人，就要在“玩”上下工夫，要让客人不仅看环境，还要“玩环境”。玩的内容要多样化：玩水、玩鱼、玩船、玩游泳、玩树、玩花、玩草、玩沙滩……湖南凤凰能用一条河做出大文章，相信洛河也能。

## 旅游产品要“动起来”

作为一个有着22年从业经验的旅游工作者，洛阳百事通旅游有限公司的王诚昨日又发来邮件，就其在北京、郑州、天津等地的所见所闻，为洛阳旅游资源开发提出建议。

他说，景点人心动。旅游产品要做好，就必须“动起来”，过于静态的资源，很容易被人遗忘。

他说，牡丹是洛阳的优势资源，除了牡丹文化节，洛阳还可以通过申办中国花卉博览会和世界园艺博览会来提高洛阳的国际知名度。洛阳的体育场馆，完全可以承办或者主办国际性的体育赛事，如自行车、攀岩、国际象棋等并非特别热门的赛事，甚至让一些赛事长期落户洛阳，以吸引喜爱这一运动的外地人

来洛游玩。

洛阳的特产不少，完全可以参照昆明的“七彩云南”和北京的“北京礼物”，建造一个以旅游部门为主导的、大型的、正规的旅游购物中心，让游客在游览之后，把洛阳的牡丹瓷、牡丹茶、牡丹饼、杜康酒等带回去。洛阳拥有如此悠久的历史，却没有一个能够真正叫得响的大型演出，开封有《东京梦华》、少林寺有《禅宗大典》，我们为什么就不能有一曲《洛神赋》？洛阳有号称亚洲最长的沿河公园——洛浦公园，其夜景不亚于天津的海河和上海的外滩，我们为什么不能有夜游洛河的游船？这些问题若都有了答案，洛阳旅游就不再会为缺乏人气而发愁了。



今年牡丹文化节前，洛阳博物馆推出几种考古玩具，可开发旅游产品，有益尝试。



题字 林基建

## ●本期议题：洛阳旅游，资源如何变产品？

从业者说

### 旅游资源转化 关键在整合



□记者 韩铁栓 文/图

受访者：肖燕楠，洛阳市中旅行社有限公司副总经理  
从业年限：10年

洛阳历史文化资源和山水生态资源丰富，但如同专利证书，只有找到合适的生产方式，并形成好的产品，才能产生效益。

要把资源转化成产品，肖燕楠认为最重要的就在于整合。比如，我们现在总在提洛阳是儒学的发源地、道学的肇始地、佛学的首传地，但游客到洛阳能看到、感受到这几点的东西太少了。像洛阳太学、洛阳书院、洛阳园林等，在历史上都曾兴盛一时，我们能否就此进行高规格策划和复建，把这些宝贵的资源转化成项目或产品呢？

洛阳拥有的大量文化旅游资源，在历史上均有明确而详细的记载，关键在于我们要找好切入点，进行合理规划、科学整合。另外，洛阳在文学、艺术等方面的资源也很丰富，也需要以完美的艺术形式加以体现。

### 内外兼修 方成正果



□记者 韩铁栓 文/图

受访者：崔颖，洛阳康泰国际旅行社有限公司总经理  
从业年限：21年

要使洛阳具有深厚历史文化底蕴的旅游资源转化成旅游产品，并产生实际效益，崔颖认为要“内外兼修”，即提升旅游产品品质和完善销售渠道并举。

旅游产品品质的提升，除新产品的整合和开发外，洛阳应做好成熟产品的延伸和衍生。比如老城的明清街道、古玩市场、民俗等的开发，目前几乎是空白。另外，旅游产品应进一步加强和游客的互动，如给唐三彩上釉、在澄泥砚上刻字，可让游客动手操作。旅游是种“喜新厌旧”的产业，我们一定要推陈出新，才能引来更多回头客。

在旅游市场推介上，我觉得最紧迫的是进一步加大洛阳航空港和游客集散中心的建设，让常见的商务游变成特色鲜明的洛阳文化、山水主题游。

热帖 共览

## 创新展示方式 打造特色产品 建设主题展馆

□网友“sxluser”

如今，旅游产品的开发和创新是一个城市旅游产业发展的核心所在。本人认为可以通过以下几种方式，将洛阳厚重的旅游资源转化成旅游产品。

1.将历史文化资源与现代演艺相结合，通过文艺作品将历史文化资源展示出来。比如，洛阳可以打造《河洛风》、《洛神》等一批优秀舞台剧目，或投资一批与洛阳相关且质量较高的影视作品。这样不仅可以宣传洛阳，而且能满足游客全方位、多层次的需求。

2.创新历史文化展示方式。因为种种原因，洛阳地面留存的文物较少，游客很难有视觉上的直观感受。针对这种不利现状，洛阳可以通过原址展示、博物馆、科普宣传等形式，利用声、光、电等手段，开展多种形式的旅游展示、旅游体验，提升游客的触觉效果。

3.将旅游与工业、农业融合发展。洛阳南部山区景色秀美，经过这么多年发展，各种配套旅游设施也日益健全，可以大力发展南部山区休闲度假旅游、城郊乡村旅游，开发伏牛山土特产商品。此外，通过开发洛阳老工业基地的旅游功能，开展工业基地科普游，开发洛阳唐三彩、仿古青铜器等旅游工艺品，推动旅游与工业融合发展。

4.针对一定主题建设特色展馆。牡丹的花期短，洛阳的旅游过了4月就难以吸引外地游客了。如建设牡丹主题博物馆，将与牡丹有关的产品都放入其中，便可使游客充分欣赏国色牡丹，感受牡丹品种美，同时进一步丰富洛阳旅游纪念品种类。

(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](mailto: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

## 历史文化，如何“扛鼎”洛阳旅游？

厚重的历史文化，是洛阳发展旅游产业的独特优势和核心竞争力。建设国际文化旅游名城，必须实现历史文化与旅游产业的深度融合。

与西安等旅游业发达的古都类城市相比，我市的旅游项目、产品引入历史文化不够，也缺乏市场化运作水平高的项目。

如何从理念提升、产品设计、产业链延伸等方面，促进二者深度融合？如何推出二者充分融合的大手笔旅游项目？如何让历史文化以“时尚”的姿态走出来、活起来？如何让历史文化资源也能“体验”、“互动”，吸引年轻一族？