

热议
风生

精雕细琢，打造有『洛阳味道』的古都

核心提示

□记者 孟国庆

历史文化，是洛阳人骄傲所在；历史文化，也是洛阳人焦灼所在；河洛大地灿烂的文明，能成为一个民族的滋养，却撑不起一个城市的旅游产业，症结在哪里？出路在何方？连日来，读者和网友围绕“历史文化，如何‘扛鼎’洛阳旅游”发表自己的看法。

打造有“洛阳味道”的古都

网友“好看的毛衣”说，现在很多城市都在发展旅游产业，都在争戴“古都”这个帽子。洛阳是“千年帝都”，要发展旅游，绕开“古都”是舍近求远。但问题在于：我们要打造什么样的古都，让别人一提起就能想起洛阳？

网友“好看的毛衣”认为，与其他“古都”相比，洛阳的优势和特点在于“第一王都”。洛阳有迄今为止能确认的最早的王城遗址，有二里头遗址，这应当成为洛阳“古都”开发的亮点所在，因为“凡事做第一才能让人记住，第二就没人知道了”。

网友“涧河听涛”也认为，洛阳打造出来的“古都”，一定要有“洛阳特色”或“洛阳味道”。西安选择了唐，开封选择了宋，北京有以故宫为代表的明清皇城，这使得它们具有了代表性。洛阳可选择项非常多，有商、有周，汉魏故城也可以做文章，关键在于洛阳要选准定位，然后大手笔突出历史文化的真实，坚决杜绝建造低级的假文化遗址，实实在在地展现真实的文化内涵。游客感受不到真的历史文化，就不会认可我们的历史文化产品。

要将文化“小产品”打造成文化精品

读者古崇远来电说，有一个现象值得关注：说起洛阳历史文化景点，除了“老三篇”，还有汉光武帝陵、王铎故居、二程故里等诸多“小产品”，可谓数不胜数。但是，这些“小产品”大多知名度不高，“吸金”效果不好。其实，这些都是历史文化的“富矿”，放在历史文化资源匮乏的城市，早被大做文章了，在洛阳却落得“门前冷落鞍马稀”甚至逐渐被埋没的命运。

他说，洛阳的历史文化要扛起洛阳旅游这只“大鼎”，仅靠龙门石窟是不够的，还需要诸多旅游“小精品”来支撑。与其重起炉灶，不如真正把这些“小产品”打造成精品，使之成为国际历史文化名城的一根根支柱。

网友“龙马情怀”举例说，“孔子问礼”遗迹的保护与开发，洛阳社会各界已呼吁了多年，但一直没有大的动作。“孔子问礼”是极具代表性的历史事件，知名度也甚高，也能彰显洛阳的历史文化底蕴。若在孔子问礼碑周围开发出带有古韵古色的城市广场，立孔丘、老聃二位圣人对话论礼的巨型雕像，同时开砌石墙，在墙面上雕刻文字，介绍孔子入周问礼的历史背景、原因、对话内容及历史意义与影响等，可以直接带动周围的文化产业，为洛阳古都再添几分历史的厚重感。

历史文化要可“感”可“品”

那么，怎样才能让历史文化产品变成“精品”呢？

市民陈勇军来信说，洛阳的历史文化产品做不精，主要是因为缺乏市场化的理念和创新精神。缺乏市场理念的后果是文化和产品成了“两张皮”，产品做不精产生不了效益，没有效益就无法推动文化产品进一步发展；缺乏创新精神的后果就是文化产品表现方式落后、直白，难以让游客产生共鸣。

陈勇军在信中举例说，2006年，兵马俑赴台举办“兵马俑——秦文化特展”，这个展览在台湾引起空前轰动，短短5个多月的展出，引来超过165万观众参观，创造了台湾单项展览史上的奇迹。之所以有这样的效果，这与承办展览的台湾文化公司的市场化运作是分不开的：它们不仅在报刊和杂志上连篇累牍地介绍兵马俑的资料，在街头到处张贴展览宣传画，还邀请专家举办有关兵马俑的学术讲座，推出了“兵马俑公仔”等一些列相关纪念产品……

他说，兵马俑也曾来洛展出，最多不过让市民和游客看看了事。两相对比，高下立判。

陈勇军说，从国内外无数成功经验来看，历史文化要成为旅游产业的支撑，无不是把较“虚”的文化做“实”，让游客可感知、可品味，进而深入了解文化的魅力。如果不能让文化拨动人的心弦，洛阳历史文化再丰富，跟游客又有什么关系呢？



题字 林基建

●本期议题：
历史文化，如何“扛鼎”
洛阳旅游？

热帖
共览

存古、复古、创古 开辟旅游新天地

□网友“老高 2012”

台儿庄，因“台儿庄会战”而闻名于世。近几年，它又成了中国旅游版图中的新亮点。

台儿庄的做法值得洛阳借鉴：从2008年4月开始，枣庄市采取政府主导、市场运作的模式，进行台儿庄古城恢复性建设。如今，台儿庄运河古道北岸的顺河街、越河街、丁字街等部分古街巷、民居经过修复重建后，一派江南美景呈现在游人面前；沿运河的街巷、民居顺河而建，布局巧妙，远看参差蜿蜒，错落有致；明清古商铺、古民居，古运河边的码头修旧如旧，古韵犹存……

枣庄市对台儿庄古城的重建，始终坚持了一条正确的道路：遵循“存古、复古、创古”的原则，让古城在原有面貌、形态、规制等历史的“基因”上复活。

存古，就是对现有遗址进行最严格的保护。把大战后遗存的建筑原封不动的保护，保存古城原来道路“肌理”和水系框架。

复古，就是原来是什么样子，就努力建成什么样子。设计上坚持“原风貌，原空间、原尺度”，建设中用“原来的材料、原来的工艺、原来的工匠”，对已经毁坏的古建筑原址进行原样恢复，追求整体面貌和历史一致。

创古，就是在复古、存古的基础上进行创新，在传统建筑里引进现代休闲业态。像昔日古城内吴家票号，现在既是一个票号博物馆，又是一个音乐咖啡馆，群众可以在休憩中感受传统文化的神韵。

台儿庄对历史文化的运用如同一面镜子。按说，讲历史、讲文化，台儿庄无法和洛阳相比。但洛阳的现状是：大家普遍感受不到这是一个古都，我们只能从浩如烟海的古籍典籍中读到洛阳昔日的繁盛和富足，只能在影视作品中看到洛阳曾经的奢华和雄伟。

为什么会这样？是因为我市缺乏统一规划，表现在旅游项目建设不统一。就好像一幅好的油画，要有统一的色彩调子，局部再精彩，也不能超出整体的要求。在古城重建和恢复中，一些工作存在不认真的问题，有敷衍了事和应付差事的感觉。如老城东、西大街仿古一条街的建设，就有点粗制滥造，不少古建筑的恢复张冠李戴，细节方面不够理想。像门窗本是出彩的地方，可是许多仿古建筑的门窗都采用铝合金门窗，让人哭笑不得。

这些现象归根结底缘于城市建设者和管理者的浮躁，缺乏长远眼光，追求眼前利益，使古城的恢复和重建出现了诸多问题，也使我们洛阳恢复中华千年古都、建设世界文化旅游名城的步伐放缓了许多。我们应该放下架子，虚心学习和借鉴台儿庄古城恢复重建的经验。以我们洛阳的历史文化资源和城市规模，用不了几年，一个崭新的洛阳就会出现在人们眼前，给世界一个惊奇。（记者 孟国庆 整理）

外地
镜鉴

陕西： 做文化大餐， 资源要用足用透 韩国： 搞旅游产业， 资源得用好用净

□记者 李砾瑾

今年四五月间，相继有四部新的大型演艺剧目在陕西登台亮相：4月26日，投资5000万元的中国首部新视觉时尚舞蹈诗剧《大长安》上映，时长90分钟，每晚一场，演出至今，场场爆满；4月29日，大型情景音画剧《延安颂》首场试演在延安大礼堂隆重举行，时长68分钟；5月9日，大型舞蹈诗剧《延安记忆》在延安公演，13日晚转至西安上演；5月12日晚，大型实景历史舞台剧《古泉颂》在蓝田县汤峪镇上演。这不但丰富了当地群众和来陕西旅游的游客的夜生活，还成为该省旅游文化收入新的增长点。

历史文化资源与旅游融合发展，在陕西已经形成气候，这种被当地称为“大旅游经济”的模式，其实并不仅仅表现于此。

作为最早实现文化同旅游融合的省份之一，陕西省曾于2007年投资1.6亿元，打造中国首部大型山水实景历史舞剧《长恨歌》，给华清池景区带来了前所未有的新鲜和时尚，也给无数游客带来无比新奇的视觉体验和心灵震撼。这种方式将历史沉淀资源、现代舞台资源进行有机整合，将旅游产品和文化创意有机地融合在一起，在旅游经济、文化创意、历史传承与和谐发展之间找到了准确的契合点。《长恨歌》自首演至今，已累计演出1100多场，经营收入近2亿元。

再看韩国。虽然国土面积只有9万多平方公里，但韩国将旅游业确定为战略产业，举国上下一致树形象、上下齐心搞促销，人人保护历史文化，为韩国旅游业创造了良好的环境。

位于该国庆尚北道北部的安东，是韩国儒教传统文化“遗迹”最多的地方。安东市为了发展旅游产业，为游客推出许多体验式的旅游项目。游客可以在此品尝传统祭祀饮食，亲手制作传统韩纸，观摩安东烧酒的制作过程，将当地可利用的传统民俗几乎都利用起来。

充分利用有限资源，力推特色服务，是韩国发展旅游业的一大特色，在努力发掘历史文化资源的同时，将旅游与节日、民俗、饮食等结合起来，使有限的旅游资源得到最大限度的利用。

工行杯新闻赛
消费不必再等“贷”
信用卡分期巧安排
工行洛阳分行协办 电话：63389532

郑州基石国际中学
洛阳招生说明会
6月31日 14:30
400-816-0371

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”。