

热议
风生

洛阳历史文化，酒香还要勤「吆喝」

核心提示

□记者 孟国庆

历史文化“扛鼎”旅游，洛阳除了要“练好内功”外，还要搞好宣传。在昨日的讨论中，读者和网友表达了这一共识。

弘扬文化要“做”还要“说”

网友“我是小熊”说，要将游客吸引过来，洛阳除了搞好自身旅游文化建设，还要搞好宣传。宣传不能局限于牡丹文化节，而要形成常态，让一年四季都有游客来洛阳参观游览。

网友“醉忘书”发帖说，相对于地面遗存少的“短板”来讲，历史文化恰恰是洛阳的优势所在。历史文化虽然不直观，但可以给人更多的遐想空间，也能给人带来极致的美和震撼。国内外许多地方的景点都依托传说和神话而建，洛阳的历史和故事从来都不需要

空想和杜撰。

“若问古今兴废事，请君只看洛阳城”。这里的“看”绝非局限于眼中所见和目光所及，应该涵盖“所见、所闻、所思、所想”等多个层面。要想让外人对洛阳有深层次的印象和认识，单凭洛阳为数不多的地面遗存显然不够。古来就有“看景不如听景”的说法，既然洛阳的历史只能说、不能看，我们为什么不在“说”上多下功夫，通过“说”把历史人文这一彰显洛阳软实力的优势文章做足、做大、做强、做透呢？

要学会“说”到别人的心坎上

“一个‘名城’最大的悲哀不在于没内容，而在于被漠视！”读者孙志刚发来邮件说，事实上，近年洛阳在历史文化宣传上做了很多工作，想了很多办法。但这些措施总体感觉力度还不够，效果低于预期。

他说，俗话说“酒香不怕巷子深”，可是现在是“酒香就怕巷子深”。君不见五粮液这样的名酒都要冠名机场？这几年，洛阳在中央电视台、凤凰卫视等媒体播出洛阳旅游形象宣传片、专题片，在《中国旅游报》等纸媒刊发牡丹文化节跨版广告，还在北京、香港等地召开新闻发布会。这些对宣

传牡丹、宣传洛阳历史文化都起到很大的促进作用。

孙志刚认为，这种宣传方式是把洛阳的历史文化“打包”推出，因为缺乏持续，没有造成轰动效应，实际的宣传效果并不理想。

网友“顶起来”说，传播是一门很有技巧的学问，我们自顾自地说，别人有没有听进去？是否“说”到别人的心坎上？是否让别人动心了？不得而知。在宣传之前，能不能做一个市场调查，看外地游客喜欢什么、稀罕什么，我们的放矢地进行宣传，可能会更引人关注。

自己“说”不好就请人来“说”

洛阳该如何自我宣传历史文化？读者和网友纷纷支招。

网友“醉忘书”说，诚然，一个城市的宣传、推介乃至崛起需要众多学者、专家等精英人才，但更需要大众和全民的共同参与。目前洛阳的问题是：单兵作战缺少将才和领军人物，集团军作战又战斗力不足。

言洛阳必提“十三朝”古都，然而这“十三朝”到底是哪些朝代，相信在洛阳街头随机拦住几个路人，随便进行一下摸底测试，肯定有一些人心里没底儿，说不出个一二三。我们要传承河洛文化，复兴洛阳文明，这显然是个问题。

他认为，宣传洛阳可借助外力。对外，要广发“英雄帖”——招贤纳士，要大办“群英会”——为人才施展才华和相互交流搭建平台，要大设“英雄宴”——完善各类人才奖励及配套激励机制，要大打“英雄牌”——大力实施人才强市战略。

市民柴池勇来电说，洛阳的历史文化宣传要有力，更要“讨巧”，要学会借势造势、学会追热点！

他说，一部《非诚勿扰2》，让无数人记住了三亚。电影《狄仁杰之通天帝国》的影响力其实并不亚于前面这部电影，但没有对洛阳旅游起到实质性的帮助。原因在哪儿？就在于洛阳的宣传模式过于传统、刻板，不能适应现代宣传理念，不会乘势而上，白白错失了宣传良机。

柴池勇建议，现在《百家讲坛》很火，洛阳能不能跟央视联系，请易中天来讲一讲《兴衰洛阳城》？请王立群来讲一讲《刘秀与洛阳那点事儿》或《周平王：我为什么选择洛阳》？电视综艺节目《非诚勿扰》很受年轻人欢迎，能不能与之联系做一期“洛阳专场”……一个好的切入点或角度，一个名人或栏目带来的宣传效应，在这个快餐时代，远比大而全的全景式宣传更能吸引人眼球。



题字 林基建

●本期议题：历史文化，如何“扛鼎”洛阳旅游？

从业者说

明确定位 提升品位



□记者 韩铁栓 文/图

受访者：李晓燕，洛阳电视台风情旅行社副总经理
从业年限：5年

洛阳可看的東西的確不少，但是現在能夠真正讓外地遊客熟悉的仍舊是龍門、白馬寺、關林這“老三篇”以及牡丹花。李曉燕平時和其他地方的同行或客戶交流時，最大的感受就是：由於缺乏有效和有针对性的宣傳，外地遊客對洛陽的了解非常片面，導致大多數遊客只是來洛陽“一日遊”。

造成這種情況的原因，李曉燕認為主要有以下幾點：一是由於歷史遺產年代跨度大，相互之間的關聯較小，在宣傳上缺乏系統的歸納和整理，無法做到以點代面；二是沒有一條明確的主線，也缺乏一個清晰的城市面貌定位，沒有真正形成自己的特色。她表示，洛陽要想讓歷史文化扛起旅遊的大旗，首先要明確定位，對現有的歷史文化資源優勢進行整合提煉；同時提升品位，加強整體視覺引導，做出自己的特色。

組合要巧 體驗要妙



□记者 韩铁栓 文/图

受访者：陈道刚，河南梦想之旅文化传播有限公司董事长
从业年限：6年

洛陽是歷史文化名城，歷史文化應該“扛鼎”洛陽旅遊，這毋庸置疑，關鍵是如何“扛”。陳道剛認為，首先要讓這些歷史文化資源“活”起來，“動”起來，通過“以大帶小”、“積少成多”等方式，形成專題性旅遊線路，將歷史文化資源蘊含的價值體現出來。

陳道剛舉例說，集大成於洛陽的禮樂文化，就是洛陽得天獨厚的文化資源。洛陽還有東周王城、周靈王陵、天子駕六博物館、老子人周問禮處等諸多與禮樂文化有關的歷史遺存，如果用合適、巧妙的方式將其組合起來，也一定能形成較大的影響力。

文化之旅，重在體驗。人們外出旅遊，當然希望能到那些有形、有色、有具象、有意義的地方親身感受體驗一番，這就要求我們加大歷史文化與旅遊產品的深度融合，運用市場化的經營理念，打造幾個有特色、叫得響、有意思、能留客的旅遊項目，把遊客吸引來、留得住。

热帖
共览

恢复部分古建筑 展现洛城古风貌

□网友“洛城萧何”

要把洛陽建設成為國際文化旅遊名城，除了繼續抓好一年一度的中國洛陽牡丹文化節，做好夜遊龍門等項目外，還要多學學西安（建設大唐不夜城，通過名人雕塑介紹歷史）、開封（修建大宋一條街和清明上河園，利用仿古建筑來展示歷史）等其他城市的成功經驗，把着力點放在如何儘快恢復周代與隋唐古建筑，以展現歷史風貌。

周代建築應依托現在的老城東大街和西大街，將孔子入周問禮碑納入其中，並且恢復老子故居，將其命名為“大周一條街”。我們可先請有關專家根據考證繪出周朝沿街樣貌圖，再依照古代的格局進行仿製；沿街商戶可都穿上周代的服裝叫賣攬客。另外，看能否模仿清明上河園的辦法，挖掘一些古代歷史故事，再根據這些故事進行生動演繹。如天子駕六、入周問禮等，用活潑的表演形式，形象地反映大周從皇帝到百姓的生活表現，令聞名而來的遊客一睹大周朝的风采。

此外，還可在洛陽新區，依托隋唐城遺址植物園，建設一批隋唐建築，並僱請大批演員每日上演武則天出巡等劇目，展現大唐盛世的風采。再請我們的食品生產企業開發一些“大唐食品”，以滿足遊客的需要。如此一來，不僅可以充分展示洛陽作為十三朝古都的輝煌燦爛，令遊客感到新奇有趣、興味盎然，而且有助於推動我市加快建設國際文化旅遊名城的步伐。

（本文作者系洛陽拖拉機研究所黨委工作部鄭宗良）
（記者 孟國慶 整理）

歡迎各位讀者繼續就洛陽建設國際文化旅遊名城發表意見或建議，您可登錄洛陽網洛陽社區(<http://bbs.lyd.com.cn>)，進入《洛陽，離國際文化旅遊名城還有多遠？》跟帖；發送電子郵件至 mengguoqing217@sina.com 或撥打本報熱線 66778866 留言；來信請寄至開元大道 218 號報業大廈 19 樓大廳 10 號位，信封上請註明“建設國際文化旅遊名城大討論”。



下期话题预告

龙头项目建设，如何为未来创造“文物”？

多年以來，我市能在國際上叫得響的旅遊項目，似乎只有龍門；即便是龍門，以國際旅遊品牌標準衡量，也還有提升的空間。

與旅遊發達城市相比，我市缺乏如上海迪斯尼樂園、西安大唐不夜城、桂林“印象劉三姐”大型实景演出等帶動作用巨大的龍頭項目。

規劃大項目，如何做到高起點？項目要創新，如何做到“史無前例”？建設大項目，如何破解資金瓶頸？如何針對旅遊大項目強力招商引資？如何組建實力強大的旅遊集團企業實施項目、管理項目？