

记者观察

紧扣六要素，打造完整产业链

核心提示

□记者 李砾瑾

一朵牡丹能创造多大的价值？今年牡丹文化节期间，我市接待游客1965万人次，旅游总收入105.15亿元，“花开花落二十日，满城之人皆若狂”的情景再次上演。

可惜，洛阳虽然成功地打出“牡丹牌”，但更多璀璨的“宝石”仍深埋地下，没有像牡丹一样发挥“四两拨千斤”的作用。

旅游产业结构调整势在必行。可是，调整的“准星”在哪里？

产业结构缺陷，成为旅游业发展的“短板”

当今旅游业发展，已由传统的观光型向现代的多样型转变。旅游产业特别是旅游实体经济的崛起，是一个城市成为国际一流旅游城市，旅游业成为这个城市重要支柱产业的显著标志。

纵观我市目前旅游业发展状况，产品结构单一，低端的观光型旅游产品多，高端的休闲度假型旅游产品少，旅游产业规模小，景点各自为战且较为分散。

旅游是一个关联度大、涉及面广、产业链长的综合性产业，哪一个环节少了，都将成为旅游业发展的“短板”，成为我市建设国际文化旅游名城障碍。

旅游国际化正当时，找到“支点”是关键

英国旅游专家莫里森教授在《中国旅游的国际营销》中提到，中国旅游市场前景十分好，国际游客数量必将进一步持续增长。中国的历史、文化和自然资源丰富，是大多数国际游客眼中理想的旅游目的地。预计2015年之前，中国将超过美国，成为排名第二的国际旅游目的地，甚至有可能超越法国，成为2015年超过法国，成为世界首位。

面对未来广阔的人境旅游市场，莫里森特别指出，未来5年，将是中国诸多国内旅游目的地开拓国际市场的最佳时机。

如何抓住这个难得的机遇，让我市的旅游业再上一个新台阶，则需要找到那个关键的“支点”。

市文物管理局局长刘德胜认为，解决问题的关键之一就是要让旅游成为产业，这也是目前我市正在做的工作。产业由多个要素构成，“吃、住、行、游、购、娱”六要素缺一不可。因此，正在规划的景点要构成一条完整的产业链，从吃、住、行等各方面向游客表达一个完整的城市旅游的概念。

树立产业运作观念，打造完整产业链

在就第三个议题“历史文化，如何‘扛鼎’洛阳旅游”展开讨论时，刘德胜表示，就文物系统来讲，建设国际文化旅游名城要走好三步棋：“看得见”、“能消费”、“成产业”。

前两步棋要以最后一步为引导。在持续提升旅游产业运作水平上，我们的“邻居”西安走在了我们前面，曲江的开发就是个值得借鉴的例子。无论是景点的开发还是配套设施的建设，曲江全部按照产业链来运作，打造真正的历史文化名城，对世界游客都有吸引力，让游客们在消费时也感到物有所值。

“城市的提升必须建立在满足游客需求上。在整个产业运作上，最需要的是综合性提升，要有经营城市的理念。”刘德胜说。

河南科技大学旅游系主任孙红艳认为，旅游产业结构调整，还要加快相关政策制定，通过科学的规划开发，重点培育优势产品和特色资源，形成区域性旅游热点。同时，还要加强与相关产业间的协调，在行政审批、交通运输、税收等方面给与优惠和扶持，出台相应的产业政策，比如旅游企业发展扶持政策等。

名词解释

产业·旅游产业

在传统社会主义经济学理论中，产业主要指经济社会的物质生产部门，一般而言，每个部门都专门生产和制造某种独立的产品，某种意义上每个部门也就成为一个相对独立的产业部门。

旅游产业是凭借旅游资源设施，专门或者主要从事招徕、接待游客，为其提供交通、游览、住宿、餐饮、购物、文娱等六个环节服务的综合性行业。旅游属于文化产业，旅游的项目和目的决定了其文化含量，于是除了常规旅游项目外，还有许多为满足专门目的开展的旅游活动，如汉诗旅游、历史探秘旅游、书法学习旅游、围棋交流旅游、名人足迹寻访旅游、民族民俗旅游，种类繁多，文化深厚。

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”。

突围之路

题字 林基建

●本期议题：旅游产业结构，如何调整得更合理？

专家声音 吃住行游购娱 一个也不能少



□记者 李砾瑾 实习生 陆怡霏/文 秦艳培/供图

受访者：洛阳师范学院历史文化学院旅游系主任秦艳培

专家观点：要想保证旅游产业结构合理，必须从“吃住行游购娱”旅游业生产力六要素逐个抓起。

秦艳培认为，旅游产业结构调整要与建设国际旅游文化名城相适应，一定要保证旅游产业的总体发展规模和速度。从产业供给出发，旅游产业结构调整包括旅游业生产力六要素的改善，即吃（旅游餐饮）、住（宾馆住宿）、行（交通）、游（景观旅游）、购（旅游商品）、娱（娱乐休闲）。

秦艳培建议，餐饮方面要挖掘地方名吃，提高工艺水平，不断推陈出新，突出文化特色，形成规模效应。宾馆住宿方面要提供多样化的供给，引进、创造如汽车旅馆、国际青年旅馆等产品类型，以满足不同层次游客的需求。旅游交通方面，航空、铁路应增加直航航班和海外主要客源包机，铁路客运在提速的基础上多增加夕发朝至列车车次，市内公交服务须加强，在公交站设旅游导航地图，方便游客。景观游览方面，应改变旅游产品单一的现状，扶持会展、休闲、宗教、生态等专项旅游产品的开发。旅游购物和娱乐方面，应多增加游客互动体验内容，让游客加深对洛阳的认知程度。

“牡丹牌”要打好 其他产品要跟上



□记者 李砾瑾/文 张晓理/图

受访者：中国陶瓷艺术大师、政协委员郭爱和专业观点：转变观念，调整结构，打破洛阳“季节性旅游”的“魔咒”。

郭爱说，不少外地旅行社这样评价洛阳的旅游：这是一条季节性很强的旅游路线，主要集中在4月，而且洛阳的景点也不多，若按照一般5天或7天的游览行程安排，还得加上周边的城市才行。

作为洛阳人，我们深知洛阳的旅游资源不可谓不丰富，可是要用产业运作的观念把资源变成产品，却不是那么容易的事儿。郭爱认为，“牡丹搭台，经贸唱戏”给洛阳带来的社会效益与经济效益显而易见，不过，建设国际文化旅游名城，只有一张“牡丹牌”是不够的，如果不能及时转变观念，就摆脱不了“季节性旅游”的“魔咒”。

郭爱认为，建设国际文化旅游名城，我们需要开发更多能够代表洛阳形象旅游产品，拉长产业链，留住游客，而不是让慕名而来的游客“来也匆匆，去也匆匆”。洛阳在12个月里，要月月都能有像牡丹文化节那样叫得响、受欢迎的旅游产品。

洛谭有话

深挖资源富矿 升级旅游产品

□洛谭

旅游要发展，产品是关键。产品要开发，资源是基础。

悠久灿烂的历史文化、风景秀丽的名山大川、雍容华贵的国花牡丹、碧波荡漾的北方千岛湖、亚洲第一的恐龙化石……洛阳有着令其他城市眼红的旅游资源，其品种之全、数量之丰、品位之高，不仅在河南，在全国也是名列前茅。

依托多姿多彩的旅游资源，我市开发了不少旅游产品，初步形成了比较完善的旅游产品体系。目前，我市4A级以上景区的数量达到15家，在全国地市级城市中属佼佼者。但与旅游发达地区相比，我们的旅游产品在结构上还存在诸多“短板”：

观光型产品多，休闲度假型产品少，难以满足中高端游客的需求。市旅游部门统计，如今，外地游客来洛人均停留天数仅为2天多，与旅游发达城市有较大差距。

老产品多，新产品少，尤其缺少对游客有震撼力、吸引力的产品。有的产品几年、十几年“容颜”不改，难以激发游客反复游览的兴趣；游客看的多，能够参与的项目少，无法满足游客新的旅游诉求。

白天参观的产品多，夜间旅游产品、文化娱乐项目缺乏。由于缺少市场化运作的旅游演艺节目，洛阳至今还没有解决游客“白天看庙，晚上睡觉”的问题。

商务活动少，商务旅游、会展旅游人数少、规模小，每年接待游客数千万，可消费水平较低，总体效益不佳。

旅游节会的聚客和辐射带动作用发挥不够。除了牡丹文化节外，河洛文化旅游节、小浪底观瀑节和伏牛山滑雪节还没有“形成气候”。全年旅游苦乐不均，多时游客如织，少时门可罗雀，制约了旅游产业规模的扩大。

一言以蔽之：我们能吸引来游客，却留不住游客；好不容易留住了游客，又缺少让游客消费的项目。

建设国际文化旅游名城，对旅游产品提出了新的更高的要求，洛阳旅游产品必须调整、转型、升级。

旅游产品调整，“准星”在哪里？

准星在“需求”。就是要按照游客的所思所想、喜怒哀乐调整产品结构，打造更多游客喜闻乐见、常来常新的产品。

准星在“趋势”。就是按照新的旅游发展趋势、新的发展理念加快我市旅游产品由观光型向观光、休闲、度假、会展等复合型转变；就是通过包装、改造、优化，让老产品新起来，小产品大起来，分散的产品连起来，持续推出一批在国内外旅游市场上具有强大震撼力和吸引力的旅游产品，形成磁效应，吸引更多海内外游客来洛旅游观光消费。

准星在“配套”。旅游包括6大要素，旅游产品的调整除了景区外，还必须重视吃住行购娱等其他旅游要素、旅游产品的配套发展，让游客在洛阳“吃有特色、住有选择、行之方便、游之尽兴、购之丰富、娱之快乐”，这样才能满足游客多方面的旅游需求。话说成都，固然山清水秀，景色迷人，可成都人悠闲的生活、活色生香的各种小吃对外地游客的诱惑力，恐怕不次于风景。

准星在“城市”。近年来，西安、无锡等城市实施“旅游即城市”新战略，把旅游发展全方位融入整个城市发展，把城市作为最大的景区、最好的旅游产品、最美的旅游目的地来建设和经营，提升城市的旅游功能和旅游特色，使城市不再是中外游客的过境地，而是目的地；不再是中外游客的集散地，而是目的地，充分发挥旅游业对整个城市发展的品牌效应、拉动作用。洛阳要实现旅游业大发展，也须把旅游城市建设作为突围之路。

准星已定，赶快行动！

唯有将旅游产品的基石打牢，才能筑起国际文化旅游名城的千仞大厦！