

外地  
镜鉴

## 京城以老带新， 保留“京味儿” 星岛无中生有， 打造“星味儿”



新加坡树立鲜明品牌，意图将“星岛”打造成东南亚旅游之星。(网络图片)

□记者 李砾瑾

北京历史悠久，文化底蕴深厚，是世界上拥有文化遗产最多的城市。近年来，北京的旅游业以本地特色为主，重点推进发展中心、潜能开发、高端旅游的转型，强化发展重心向旅游产业转型。

北京市积极推进前门——大栅栏老北京商业旅游体验区、什刹海——南锣鼓巷老北京休闲旅游体验区、北京通州文化旅游区、昌平旅游休闲购物综合体、海淀科教旅游体验区等10个重点旅游功能区和长城旅游产业带、永定河旅游产业带等多个旅游综合区建设。

除此，北京加大旅游产业发展资金投入，大力发展创意文化旅游，新筹建的旅游产业项目近800个，投资金额近3000亿元。作为其中的代表，798艺术区被评为“国家文化创意产业基地”，成为外国人到北京的第二目的地。

“星岛”新加坡，地域狭小，既缺少雄奇伟丽的自然景观，也缺少史诗般辉煌壮丽的文化遗产。但新加坡借助自己优越的地理位置，发展起以人工景观为特色的观光旅游业，将旅游发展战略定位为亚洲第一休闲旅游目的地、旅游商务中心、亚洲太平洋地区的旅游枢纽、最具领导力的亚洲会展中心和亚洲服务中心，并大获成功。

为打造休闲旅游，新加坡拓展和加强休闲和游乐景点，树立“非常新加坡”和“你的新加坡”两个鲜明的旅游品牌，同时大打“名星牌”，在重点旅游城市邀请名人担任新加坡旅游形象大使，使“非常新加坡”平易近人。而“你的新加坡”则邀请游客自己设计旅程，体验独一无二的新加坡。

为了促进旅游产业的良好发展，新加坡提出有吸引力的租税政策和激励机制，评估与旅游业相关的行政管理程序，努力提高管理效率，出台有利于旅游发展的土地分配政策，并与区域各国政府协调，构建积极灵活的协作机制。

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 [meng-guoqing217@sina.com](mailto:meng-guoqing217@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”。



题字 林基建

强力提升旅游产业，促国际文化旅游名城建设

●本期议题：  
旅游产业结构，如何  
调整得更合理？

热帖  
共览

## 从六大旅游要素 把握洛阳旅游发展

□网友“东方舰936”

改变观念、提升文化内涵，是洛阳建设国际旅游文化名城的关键。

目前，洛阳市区的旅游景点，如白马寺、关林、龙门，都是20世纪五六十年代建立起来的。由于当时竞技条件不足，景点建设主要以恢复景观为主，对历史的挖掘不够，从体制到机制都不能满足现有市场的需求。

创建国际旅游文化名城，要对目前洛阳的旅游景点提出新的、更高的要求。洛阳必须“跳出洛阳看洛阳”，站在新的高度重新审视，从“吃、住、行、游、购、娱”六大旅游要素把握洛阳旅游发展——

**吃：**洛阳的饭店大部分集中在市区，特色饭店就是真不同，但饭店“脾气大”。有一次外地朋友晚上8点前后到洛阳，问我洛阳有啥好吃的，我就推荐他去涧西区华山路上的真不同饭店。结果到那里一问，该店已经下班啦！没办法，只好去别的地方吃。

**住：**洛阳三星级、四星级宾馆不少，但价格不低，通常大部分游客还是选择快捷酒店。

**行：**从郑州到洛阳的火车上午没有，下午不少，汽车倒挺方便，就是票价居高不下。总的来说东西方向还行，南北方向焦枝铁路需要考虑增开相应车次，增加客流量。

**游：**洛阳旅游在游客心中，也仅仅体现在初级“观赏”，与游客体验、游客互动还有较大差距。

**购：**洛阳的旅游纪念品这么多年变化不多，仅有唐三彩、牡丹画、青铜器、牡丹饼等，且价格较高，也限制了一部分游客的购买欲望。新颖、物美价廉、具有地方特色的旅游纪念品有待开发。

**娱：**洛阳的娱乐场所都集中在市区，景区没有；娱乐场所缺少专业的演出、编排、创意队伍。洛阳的河洛大鼓、海神乐等传统艺术，得不到较好的包装、提升，许多非遗项目正面临失传的危险。

(记者 孟国庆 整理)

工行杯新闻赛  
消费不必再等“贷”  
信用卡分期巧安排  
工行洛阳分行办 电话: 63336932

核心  
提示

□记者 孟国庆

洛阳旅游产业品种单一、产业结构不合理的问题，制约着洛阳旅游产业的发展。洛阳应当如何破局？连日来，读者和网友或用外地经验，或用自身经历，为洛阳旅游产业结构调整支招。

## 让游客来洛能散心

旅游行程安排得“多姿多彩”，让外地游客愿意来洛休闲，是旅游产业结构调整的最终目的。读者和网友的连日讨论表达了这一共识。

网友“洛汀”说，外出旅游说白了就是玩儿，就是散心，没几个游客到白马寺是专程去了解佛教文化，也没几个游客去龙门石窟是为了学习“魏碑体”。所

以，洛阳应在休闲、娱乐、购物方面多下点儿工夫。

网友“sports\_luoyang”说，每年牡丹文化节，外地游客要抢车位，抢宾馆，抢入场时间，匆匆忙忙两天，赏花游玩的时间没多少，精力都花在路上。能不能想办法让节会期间的城市节奏“慢”下来，让游客能真正享受、发现这座城市的美好？

## 增加城市娱乐功能

网友“老牛”说，西澳大利亚州首府珀斯(Perth)与洛阳有很多相似之处：天鹅河蜿蜒城区，城市内有大量的花草绿地。

但是，天鹅河上帆影片片、划艇点点，成为一道亮丽的城市景观。这实际上是一个水上运动型娱乐经营项目，人们可以租用帆船或皮划艇下水休闲、运动、娱乐，按小时收费。

“老牛”认为，洛阳是山水城市，而且洛河城区段水面也在此前针对省运会皮划艇比赛建成了竞技水域，我们应该制订方案，鼓励皮划艇和帆船旅游娱乐项目的发展，以增加城市活力和品位，延长游客驻留时间。

现就读于云南艺术学院艺术文化学院的洛阳籍学生王琼珊，得知家乡正在开展建设国际文化旅游名城大讨论，也发来邮件参与讨论。

她说，在云南求学的两年时间里，她发现云南利用独特的旅游资源，主动开拓，将旅游产业做得风生水起。家乡洛阳具备良好条件，只要配置得当，观念创新，也能像云南一样成功发展旅游，实现经济和生态效益双丰收。

王琼珊说，她曾问一名家在云南腾冲的同学：“你们那边都是山，怎么去旅游？”那同学自豪地说：“旅游公路早已修通了，沿着盘山公路走，本身就是看景！”把劣势转化成优势，通过扩大区域合作增强旅游资源的互补性，是云南旅游发展的不二法门。

王琼珊认为，做好文化与旅游、产品与市场的对接，让演艺会展、文化娱乐、特色饮食、生态休闲等相关产业共同发展，就有了让游客的脚步放慢的理由。

## 以特色商业街区拉长旅游链

洛阳理工学院副教授冯超发来邮件说，可以通过城市管理者的顶层设计，规划和建设游客完全放心的特色商业街区，使之成为旅游商品展示、交流、交易中心和研发基地，为设计者、游客、景点、生产商、销售商提供交流平台。

冯超说，在旅游“吃、住、行、游、娱、购”六要素中，洛阳的“购”最具发展潜力。“购”是旅游产业持续发展的金矿，但目前洛阳对这座金矿的挖掘远不到位：洛阳缺乏有影响力的大型旅游商品市场；旅游商店经营不规范，“旺铺不旺”现象突出；旅游商品档次低，品种雷同……

冯超建议，考虑游客便捷以及土地规划、交通便利等综合因素，可以在龙门石窟世界文化遗产园区内进行特色商业街区的建设。其初步构想是：改造、重组龙门附近现有商业街区，或建设大型、综合性的特色旅游产品购物场所，集中洛阳所有的特色旅游商品的销售，

使游客和洛阳市民在这一商业街区可以购买到所有洛阳特色旅游产品，并逐步向区域旅游商品集散地发展。

为避免特色旅游商业街区小规模店铺不诚信或者盲目竞争的情况出现，店铺应以厂家直销模式或者专卖店为主要经营模式，在不同地点售价一致，由洛阳商业街和厂家对产品的品质直接担保，保证游客购买到的是正品，并且价格合理。

冯超说，城市已进入品牌形象主导竞争胜负的时代，旅游商品也已进入以品牌效应显现竞争力的时代，成为提升城市美誉度的载体之一。国家和我省都对文化产业的发展寄予厚望，洛阳建设特色商业街区顺应这一发展趋势，还可借此发掘洛阳的历史文化优势、区位优势、劳动力优势、加工制造优势，将旅游商品设计、生产和销售紧密联系在一起，形成“集聚”效应，必将推动旅游商品市场的繁荣，为旅游文化名城建设添上浓墨重彩的一笔。

热议  
风生

# 整合旅游资源 形成「集聚」效应