

热议
风生

丰富内涵，洛阳可借力中原文化



核心提示

□记者 孟国庆

洛阳旅游产业待变,但该怎么变、以何形式变?昨日,多数读者和网友在讨论中认为,洛阳旅游应在“初级观光”的基础上升级换代,向多层次产品结构转换,打造多样化和个性化的洛阳旅游。

洛阳旅游尚属“初级观光”

读者孙自磊就这一议题来信说,旅游产业结构依其形态依次分为五级:一级形态,观光、游乐为核心,各自独立;二级形态,满足多种需求的各类产品出现,形成观光、游乐、美食、修学、娱乐等多元结构;三级形态,以旅游目的地为核心,形成多要素、多层面混合的形态;四级形态,度假产业形态;五级形态,当旅游开发达到一个非常高的境界的时候,不再是一个简单的产品,而是在做一种人类生存方式和生命体验形成的旅游开发模式。

五级形态比较典型的例子就是丽江古城。游客去丽江古

城不仅仅是看它的阿西古乐和古建筑,还对它的民俗、旅游商品、商业酒吧文化感兴趣。丽江的酒吧文化是种非常奇特的东西,包括有异域文化和民俗文化相结合而形成的文化内容,所以很多人到丽江会待下来,待一个星期,甚至留在丽江开酒吧。他们在追求一种文化,即体验另外一种生活方式。

按以上标准衡量,洛阳的旅游产业基本处在一级形态和二级形态之间。洛阳要打造国际文化旅游名城,就要逐步向生存、体验模式转变,实现旅游多样化和个性化,让洛阳变得宜居、乐享。

让市场成为旅游的主角

在我市某旅行社供职的王先生打来电话说,旅游是一种综合性的消费活动。因此,旅游地必须拥有多个部门与行业来提供不同的服务,以满足游客的消费需求。可洛阳旅游的市场地位没有完全确立起来,产权不清、权责不明、管理不善的状况仍然存在,制约了产业组织结构的调整,阻碍了旅游企业资产的流动和重组。

此外,洛阳旅游“小”、“散”、

中原文化可为我所用

网友“观云起”说,湖南省开发旅游人文元素有神来之笔,就是淡化地域色彩,依托优势旅游资源,顺势开发推销人文元素。

湘西本是蛮荒之地,土家族文化也鲜为人知。湖南省成功将神秘的湘西文化元素“嫁接”在了张家界等知名景区,实现了景区和文化的有机融合。平心而论,如果湖南将湘西文化老老实实在其真正原产地——湘西苗寨,恐怕现在还很难打响。

这种做法的启示是:洛阳也可以依托5A景区的旅游资源优势,借省内各处人文元素为己用,

“弱”的现象突出,商务旅游、会展旅游、休闲度假型旅游规模小,不成气候,竞争不足和竞争过度同时存在,市场秩序混乱。旅游从业人员的文化水平普遍较低,人的因素在很大程度上制约了旅游业结构的优化。

他认为,应当加快洛阳旅游市场化运作的脚步,促使旅游产业结构的调整由数量发展型模式向数量、质量、效益结合型发展模式转变。

融合中原五千年的文化底蕴,打造精品人文品牌,创造效益。

另外,河南历史文化资源冠绝全国,洛阳及河南其他城市有太多的人文资源,如粒粒明珠散落在中原各处。我们只需以核心景区为彩线,将省内各处人文元素穿起来,就可打造一个依托5A景区、融合千年人文底蕴、集纳各地文化元素、位于天下之中的历史人文景区,一可代表河南角逐国内人文旅游市场,二可传承中原厚重文明,三可抢抓机遇,填补省内空白,率先争取我省或国家的政策及财力支持。

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”。

下期话题预告

旅游营销,如何让名城真正“名”起来?

酒香也怕巷子深。洛阳不能躺在老名气、老招牌上沾沾自喜,必须高度重视旅游营销。没有持续的高水平营销,就难以叫响旅游品牌,就难以引来大量客人,就难以建设国际文化旅游名城。

旅游营销,我们当有怎样的视野?怎样的气派?怎样的力度?旅游营销,我们将营销什么?向谁营销?如何营销?一串“问号”,期待用您的真知灼见来解答!



题字 林基建

●本期议题:
旅游产业结构,如何调整得更合理?

从业
者说抓大促小
做好北线游

□记者 韩铁栓 文/图

受访者:王理想,洛阳天天旅行社有限公司经理

从业年限:7年

旅游产品结构的优化,应该包括两个方面:一是对现有旅游产品进行整合和提升,二是发掘和开发新的旅游产品。结合洛阳旅游业现状,具体的就是抓大促小:对龙门等在市场上已经占有一定份额的品牌产品,做好产业链延伸,增加体验类耐消费品;对市区及周边未完全开发成型的旅游景点,则要认真的进行线路规划、景点提升和产品推介。通俗地说,就是提升洛阳“一日游”或“两日游”的文化内涵和观感体验。

王理想认为,具有龙头作用的大项目,对外是一个城市旅游业的符号性标志,对内是旅游产业的骨架和支撑。而城市市区及周边的小旅游项目,则是城市旅游业的血肉。他举例说,我市的北线旅游就很有发展前景,那里既有邙山墓葬群、光武帝陵、龙马负图寺、小浪底、王铎故居等名胜古迹,也有铁谢羊肉汤等风味餐饮,如果加以高档次的整合开发和宣传推介,足可以和西安的几条旅游线路媲美。

化零为整
打好戏曲牌

□记者 韩铁栓 文/图

受访者:程柯,洛阳大自然旅行社有限责任公司职员

从业年限:6年

一个城市旅游业的兴盛,不光体现在门票收入上,更多的是看它能拉动多少相关产业,能为这个城市旅游产品的经营者带来多大的经济效益。从这个意义上说,洛阳要优化单一观光型旅游产品的结构,还需在洛阳特色消费上做文章。

程柯说,她带队去云南时,那里的“七彩云南”购物中心曾给她留下很深的印象。“七彩云南”设有百年老店“庆祥洋”茶庄,还有银饰、玉器、土特产、中药材等各类购物馆。更重要的是,那里的商品全都明码标价,货真价实,环境也好,很受游客欢迎。这值得洛阳学习。

另外,程柯建议,除像“红太阳”这样的现代演艺中心外,洛阳还应做好戏曲演艺产品的开发营销。像东北的二人转剧场、北京的德云社相声剧场等,我们都可以借鉴。

热帖
共览科学规划,
建设特色街区
合理布局,
用好街头空地

□网友“龙马情怀”

建设国际旅游文化名城,总的感觉,应当是城市总体规划科学合理,各类工商业布局便捷民生,城区交通通畅有序,市政建筑人文特色浓郁,历史文化资源充分显示,城市风格明朗质朴,城市文化自信!

打造国际文化旅游名城,理念是“灵魂”,规划是“宪法”。我们应突出自然、实用、特色、文化的特点,为人民群众所接受,使“人人建设文明洛阳,处处体现人文素养”成为每一位市民的自觉行为。

面对“千城一面”的问题,洛阳一定要在新兴公共建筑的“古风古韵”设计把关上下工夫。另外,洛阳还要纠正洛阳城建“重西轻东”、“重新轻旧”的情况——这一问题已经成为制约洛阳城区总体发展的瓶颈,要打破这一制约,非市政建设给予大力扶持不可。

面对人文缺失,一定要充分利用好街头巷尾的“三角空地”、“斜角空地”。如果规划硬、设计好,这些小地块反而能成为增添城市文化底蕴的优势空间。从城市长远建设来看,想让这类空地实现最好的社会价值,可兴建一个街头公园,或一尊历史名人雕像,或一个街头小广场,使其成为展示洛阳文化的窗口。

一定要在兴建新的特色商业街区上下工夫。由于规划滞后等多种原因,目前的洛阳也没有几条能够叫得响的特色商业街区,这与我们的规划缺失有直接关系,也是造成目前洛阳城区内各条道路主次功能不分及交通堵塞的重要原因。如果能从民生角度入手,下大力气开辟一些商业类特色街区,如在西部城区开辟工业产品、新型产业类特色街区,在东部城区开辟一些旅游、文化类特色街区,在全城都要布局开辟大众化民生类商业街区等。

(记者 孟国庆 整理)

洛阳移动
温馨提醒

尊敬的中国移动客户:

2012年普通高等学校招生全国统一考试将于6月7日至8日(9:00~17:00)举行,洛阳市区及县城各考点将会使用手机信号干扰器,届时局部网络信号受到干扰后会出现手机无法正常拨打电话、上网等现象,由此给您带来的不便敬请谅解!

中国移动通信集团河南有限公司洛阳分公司