

观点
集萃

论旅游突围 专家有良策(下)

题字
林基建

强力提升旅游产业,促国际文化旅游名城建设

话题六:旅游营销,如何让名城真正“名”起来?

市天艺艺术家俱乐部理事长宁健:从市场的角度看,城市营销与每一个企业和市民有关,只有把企业和市民的积极性都调动起来,整个城市营销才能活起来。按照这一思路,我要建立一个强大的城市营销团队,从系统策划、战略规划,到战术执行、总结、评估与改进,全面负责,不断跟进,以保证营销的科学性、时效性。

洛阳师范学院历史文化学院讲师杨俊博:洛阳营销城市品牌应从“情”和“景”两方面入手,“情”指根亲文化,最重要的是为这种文化找到可以依托的载体,找到一个可以让外地游客寄托情怀的地方;“景”指自然风光,以打造休闲之都为目标,提升我们的景区标准,吸引更高端的会议、展览。

话题七:旅游体制,如何激活一池春水?

洛阳理工学院经济与工商管理学院旅游管理教研室副教授李玉华:创新旅游管理体制,关键是要解决旅游管理中谁来管、管什么和怎么管的问题,它包括机构重组、职能重构、人员充实等。我市应该从转变管理职能、放开搞活景区经营以及建立健全行业组织等方面下手,将旅游资源管理职能与旅游行业管理的主要职能集中于一个机构,统筹协调旅游业发展,有效解决旅游业管理条块分割、职能交叉、权责脱节等突出问题。另外,我市还可以将旅游景区的所有权、

管理权与经营权分离,以资本为纽带,通过市场运作、企业经营,将不同类型或不同区域(相邻区域)的旅游资源开发经营权赋予一个独立的经营实体,统一开发利用。

洛阳旅游学校旅游教研组组长翁海燕:我市虽然由旅游局和中青旅联合成立了集散中心,但其业务接待能力并未完全凸显。我市可借鉴旅游发达城市的做法,建立高水准的旅游集散中心,集交通、住宿、餐饮、旅游购物等旅游服务功能于一身。同时,在机场、火车站、汽车站等处设立咨询点和报名点,在各酒店设置提示牌,方便外地游客。

话题八:旅游商品,我们让游客带走什么?

洛阳师范学院历史文化学院文化产业管理系主任崔家田:旅游商品是卖给游客的,多数游客想买的其实就是对所到地方的一份“念想”。我在做旅游商品开发时一定要向生活靠拢,强调实用性。

洛阳牡丹瓷股份有限公司董事长李学武:旅游商品要按照游客的消费需求进行分类,推出适应各个群体的产品。另外,如果能把旅游商品和洛阳的历史文化相结合,这样不仅能打造洛阳旅游的拳头产品,还能带动其他旅游商品的发展。

话题九:旅游环境,如何“软硬兼施”进行提升?

河南科技大学旅游系主任孙艳红:打造国际文化旅游名城,将会吸引更多入境游客来到洛阳,但由于语言和文化

背景的差异,导游和讲解员能否详尽地将景区介绍给游客,让洛阳厚重的历史文化在他们的口中活起来,进而让来自不同国家的游客感受到河洛文化的精髓,则成为决定游客对洛阳印象的一个重要方面。因此,提高导游和景区讲解员的素质,是很重要的一环。

北京永润达科技有限责任公司总裁张韧:洛阳的旅游优势非常明显,如何将这一优势变成有效信息为入境游客所知,是建设国际文化旅游名城首先要解决的问题。提升旅游环境,要以入境游客的需求为出发点,以满足他们对旅游的需求。

话题十:旅游人才:如何变“第一资源”为“第一推力”

洛阳旅游学校校长韩会超:随着我市旅游业的迅猛发展,旅游行业对旅游人才的需求量越来越大,对旅游人才素质的要求也越来越高。今后,洛阳旅游学校将以市场为导向,结合自己的特色优势,培养特色专业人才。同时,制订教学计划与培养方案,以市场和企业的需求为导向,加强校企合作,构建教学、实训、顶岗、科研一体化的开放式、拓展型旅游人才培养新模式。

洛阳师范学院历史文化学院文化产业专业讲师李朝辉:目前,我市旅游行业高层次人才,如资深导游、外语导游和专业的旅游管理人才比较缺乏。要改变这种情况,除了高校要针对市场开设课程外,我市必须强化市场意识和人才引进意识。此外,景区还要与高校联手,加强对员工进行专业知识和技能的培训,从根本上改变人才缺乏的现状。



恒生科技园
中原硅谷 恒生科技园

上层空间, CEO的专属领域

一期16席 750m²-2000m²花园商务独栋,支撑企业总部的自如运转



领略发展的艰辛后,巅峰的风景自然要更美丽!专属电梯,直达顶层豪华总裁专区;休闲室、会议室、秘书处尊贵配套;
花园露台,临空远眺,心随神往浩瀚无界;智能化系统管理,CEO五星级配套格局,运筹帷幄,决胜千里。

26m²-89m²园区配套SOHO百变空间即将上市。