

【本期话题：牡丹产业，也须“破茧成蝶”甲天下】

完善链条补齐短板 花都建设风正帆悬

牡丹产业

□见习记者 白云飞 通讯员 韩孟伟 杨会安

洛阳牡丹甲天下。没有哪个城市，比洛阳对牡丹更具感情。然而，在如今的全国牡丹产业版图上，洛阳牡丹究竟占有几分天下？牡丹产业又处于何种地位？牡丹在助力古都复兴中如何定位？这些都值得我们思考。



洛阳牡丹瓷广受外地游客欢迎
见习记者 刘冰 摄

近几年，尽管牡丹食品、牡丹化妆品等牡丹旅游产品相继问世，但大部分产品目前仍处于研制、市场调研、试投产等阶段，真正的大型加工企业更是屈指可数。

三问：科研成果如何走出科研院所？

一方面我们拥有令人羡慕的科技资源，另一方面，却面临“产业短板”。实现科研和生产的“无缝对接”，同样是不容回避的问题。

四问：牡丹产业如何推向市场，使资源财富变为经济财富？

类别多，却缺乏拳头产品；档次较低，难以打入高端市场；销售渠道有限，经营混乱……牡丹旅游产品面临的诸多问题亟待解决。

发力：“满城尽是牡丹”当可期

在面临“又好又快”还是“又快又好”的选择时，必然选择前者。让牡丹从文化中走出来，真正挑起洛阳魅力城市的名片的重担，就必须抓重点、出实招、破难题。要更加注重科学化规划引导，更加注重规模化产业发展，更加重视策略化营销。

观赏牡丹与商品牡丹并重、规模与效益并重、产业与媒介并重，逐步实现“扩面积、提质量、上档次、增效益、促联谊”融和发展，无疑是我市牡丹产业发展的目标。

明确目标就是明确方向，明确方向就能走向希望。

我们有理由相信：未来，“满城尽是牡丹”会离我们更近……

提速：种产销“三驾马车”齐奋进

2010年，一场全市规模的牡丹产业普查展开。然而，普查结果令人汗颜。一看种植，洛阳牡丹种植面积2.1万亩，规模不及山东菏泽和安徽亳州；二看产业，洛阳牡丹深加工企业少得可怜；三看国际化，洛阳牡丹国际出口量微乎其微。

一产“体弱”、二产“链短”、三产“短腿”的牡丹产业亟待“治病良方”。

2011年4月，市委、市政府出台了《围绕“牡丹为媒”打造牡丹花都工作实施方案》(以下简称《方案》)，打响了牡丹产业重新“起跑”的发令枪。《方案》对牡丹的种植规模、产业发展、元素应用等，进行了详尽规划。

截至去年年底，我市牡丹种植面积突破11万亩，是2010年的5倍；催花牡丹数量突破100万盆；城区栽植牡丹80万株，

提前1年完成3年的任务；牡丹食品、牡丹画、牡丹瓷等一系列牡丹旅游产品相继投放市场……

症结：速度质量“两大标准”待平衡

速度上去了，质量有没有跟上？规模上去了，效益有没有提升？

现在，不妨再像两年前一样，重新“盘问”一下我们的“家底”。

一问：催花牡丹产业迅速扩张，市场缘何遇冷？

目前，在催花牡丹市场中，单打独斗的花农数量占绝对优势，催花技术良莠不齐，牡丹质量标准不一，催花牡丹品种单一。催花牡丹市场的经营状况，呈现规模化生产企业逆势而上，分散经营的小花农“挥泪甩卖”的巨大差别。

二问：超过10万亩的栽植面积，衍生品何时成形？

洛平感言 “成蝶”才能飞翔

□洛平

牡丹产业化，是一个老话题。洛阳牡丹要从“量的集合”实现“质的嬗变”，我们已经喊了好多年。牡丹产业化，是一个新课题。洛阳牡丹甲天下，并不意味着洛

阳牡丹产业“甲天下”；牡丹产业若不能“甲天下”，洛阳牡丹的“甲天下”地位就会岌岌可危。如今，洛阳牡丹的资源优势，未能转化为品牌优势，更未升华为产业优势，症结何在？体制不顺、机制不活！

路径在反思中明晰。

荣获“中国牡丹花都”桂冠是洛阳的新契机，建设国际文化旅游名城是洛阳的突破口——牡丹产业化，迎来新机遇，发力正当时！

“从外打破，是伤害；从内打破，是成长。”洛阳牡丹产业，期待“破茧成蝶”！

他山之石 菏泽：“大手笔”做强牡丹产业

近年来，菏泽市将牡丹产业作为拉动全市经济高效跨越发展的特色支柱产业。目前，菏泽牡丹栽培面积达25万亩，2015年牡丹种植面积计

划为80万亩至100万亩，2020年突破200万亩。面积扩大的同时，菏泽牡丹产业也逐步实现从过去单一的苗木、观赏、药用逐渐走向深层次、多领域、全方

位开发的综合利用之路。此外，菏泽市依靠“大营销”策略，牡丹产品远销30多个国家和地区。

(见习记者 白云飞 整理)

下期话题预告：
旅行社，在名城建设攻坚战中有何担当？

如果您有自己的意见和建议，可登录新浪微博@路在脚下话旅游，发表高见；也可登录洛阳网洛阳社区(bbs.lyd.com.cn)，进入《路在脚下——提升旅游产业，加快名城建设》板块畅所欲言；还可拨打66778866一吐为快。

提升旅游产业，加快名城建设

路在脚下



掷地有声

要依托牡丹的资源优势，做好牡丹产业化的规划设计，重点发展牡丹旅游产业，把牡丹产业做成锦绣文章，培育大龙头，建成大基地，真正把牡丹产业和牡丹文化有机融合。

——菏泽原市委书记赵润田

不要小看一朵牡丹花的效应，我们通过这么多年来连续举办牡丹花会，打响了尚湖牡丹花会的品牌，产生了休闲旅游的连锁效应。

——常熟尚湖牡丹花会创办人之一金雪庆

河洛回音

牡丹产业化，要做好“四个一”，就是有一批主导产品、一批龙头企业、一批服务组织、一批商品基地。

——网友“小面包”

要积极筹建洛阳牡丹特产专卖店，满足外地游客和本地市民购买洛阳特色产品的需求，形成“以销促产、以产带种”良性发展局面，引领牡丹产业又好又快发展。

——网友“马铃薯”

(记者 赵志伟 整理)

