

# 出征

## ——写在大型报道“路在脚下——提升旅游产业,加快名城建设”收官之际

□洛平

盛宴即将开席,盛会就要登场。第31届中国洛阳牡丹文化节大幕即将开启,洛阳将走进最绚丽璀璨的季节。一朵花的不朽传奇,一座城的盛大节日,一个月的激情狂欢。4月的洛阳,最明媚,也最幸福!

愈是幸福时刻,我们愈加清醒。3月伊始,本报推出大型报道“路在脚下——提升旅游产业,加快名城建设”,来自旅游一线的报告、来自社会各界的声音,清晰地传递出了这种清醒。我们拿起放大镜,清醒直面洛阳旅游一线的瓶颈和难题——

旅游标准化“达标难”“投入难”“协调难”,旅游消费仍在门票经济里“兜圈”,重点项目推进中的症结“涛声依旧”,智慧游“只见楼梯响,不见人下来”,文化演艺“叫好不叫座”,旅游商品“小打小闹”,旅游营销“零敲碎打”,旅游管理“各自为战”……

瞄准一个个具体的“靶点”,网民、市民问诊把脉,专家、业界献计献策,洛阳上下齐心协力,孜孜探求立足长远、操作性强、务实有效的对策和措施。我们拿起望远镜,清醒把握洛阳旅

游发展的方向和路径——

洛阳旅游前进的步伐更加自信。2012年,我市国家5A级景区景点增至5个,洛阳机场每周航班达88架次,全年运送旅客突破70万人次;洛阳去年接待游客7765万人次,其中入境游61.3万人次,旅游总收入402.7亿元,并成功入围福布斯评选的“大陆最发达旅游城市”。

洛阳名城建设的路径愈加清晰。围绕“四大板块”,今年我市确定了总投资约816亿元的57个项目,预计今年投资114亿元。政府主导、市场运作,洛阳正在发力推进隋唐洛阳城国家遗址公园、龙门石窟世界文化遗产园区、白马寺佛教文化园区等项目建设,力求年底初见形象、初出成果。

清醒审视,今天的洛阳旅游,“一半是海水,一半是火焰”。持续月余的“路在脚下”大型报道,营造出一种强大的舆论场,让“水火交融”。

声音汇合,力量凝聚。一场旅游发展的大合唱正在越唱越高,一场名城建设的攻坚战正在持续给力。

为什么我们不厌其烦,一次又一次关注洛阳旅游?

为什么每次关注,总能最大化点燃洛阳人的激情?

洛阳旅游到底承载了什么?

洛阳旅游又将把洛阳载向何方?

旅游,被称为“永远的朝阳产业”。随着中国人均GDP超过4000美元,大众化旅游消费的时代已经到来,旅游业进入爆发式增长的黄金期。

一组数据显示,2012年,中国已经形成近30亿人次的国内旅游市场规模,出境旅游已超过8000万人次。

旅游业发展的快车呼啸而来,洛阳岂容错过!

旅游,“一业兴百业”。它不但是第三产业的龙头,同时也能有效拉动第一产业、第二产业,就洛阳而言,更是一产、二产、三产融合发展,实现综合效益最大化的最佳契合点,其乘数效应尤其可观。

据测算,旅游业每增加1个直接就业人员,社会就能增加5个就业机会;旅游业每收入1元,相关行业的收入就增加4.3元;旅游者每消费1元钱,可以带动7元社会消费。

一言以蔽之:旅游兴,则洛阳兴!

跳出旅游看旅游,我们的视野更加通透。

2012年,洛阳迈进“3000亿俱乐部”。生产总值从2000亿元到3000亿元,洛阳花了足足3年,而武汉、郑州、大连、佛山等城市,仅仅两年就迈上这一台阶,东莞更生猛,从1000亿元到3000亿元也只用3年。

洛阳迈上3000亿元台阶为何慢了半拍?显然,经济增长的引擎需要添加新的动力。面临经济下行的现实压力、环境保护的刚性约束、经济转型的巨大考验,洛阳更是迫切需要有一个强有力的新支点。

旅游,就是洛阳的这个新动力,就是洛阳的这个新支点!

跳出洛阳看洛阳,我们的思想备受震撼。

上海引入“米老鼠”,去年上海迪斯尼主题乐园及配套项目计划完成投资100亿元,开始实质性动工;

湘西土家族苗族自治州拟投资55亿元,在距凤凰古城6公里处,完全仿照凤凰古城建设新镇“烟雨凤凰”;

开封酝酿重现汴京盛景,未来5年将重点打造占地20平方公里的宋都古城文化产业园区;

……

在全国各地,投资额动辄上亿元甚至几十亿元的文化旅游项目风起云涌,大手笔、大投入、大创意、大制作层出不穷,掀起了新一轮竞跑。

“我们快,别人更快;我们好,别人更好。”这是不久前我市赴琼、黔、滇旅游考察团的切身体会。

“帝都气象难寻觅,一花独秀难为春,满天星斗缺明月,高端休闲待培育,天下之中边缘化。”王志纲工作室对洛阳旅游的点评,今天听来依然入木三分。

为什么旅游局“管”不了一个景区?

为什么旅游集散中心千呼万唤不出来?

为什么多年拿不出一部演艺“大制作”?

为什么有的名城建设重点项目久推不动,至今拿不出一个像样的规划?

为什么有些单位将“祖宗留下的宝贝”当成“自留地”,却不承担相应的发展责任?

……

我们一次又一次地思考审视,一次又一次地考察学习,一次又一次地研究讨论。思想解放,或许我们已触及灵魂,但是,“触动利益比触及灵魂更难!”

不能真正触动利益,就不能真正触动灵魂,就不能真正找到“病根”,就不能真正“药到病除”。因为,纵使我们将一个问号,立刻有一个新问号冒出来;纵使我们将一个难题,马上有一个新难题跳出来。

有人曾如此形容洛阳旅游的“小家子气”:好像一杯温暄(tūn)水,一直有些热度,却始终未能沸腾;好像一个小脚老太,一直小步前行,却始终不能健步如飞。

尽管两年来,洛阳吹响国际文化旅游名城建设攻坚战的号角,奏响千年帝都复兴的强音,但这种不温不火、小打小闹的“老毛病”并未彻底改观。

不温不火带不来爆发,小打小闹也成不了大器,这被洛阳过往的事实一再证明。

曾经,中国工业迎来改革开放以来的爆发期,继承“一五”时期大工业基础的洛阳原本很“有戏”,却一直温而不火,终究没有能够形成洛阳起飞的“核爆”动力,相反,千里之外的中山、温州、东莞却上演了从小到大的“现代工业童话”——洛阳第一次憾失了工业大发展的历史机遇。

曾经,中国迎来了商业大发展的

历史机遇,洛阳挟旺盛的旅游人气,商业经济发展却亦步亦趋,眼睁睁看着邻居郑州抓住机遇,上演了一个个商业发展奇迹,奠定了郑州“商业大佬”的地位——洛阳又一次成为商业经济时代的落伍者。

所幸,历史并未放弃洛阳。

21世纪第二个十年,中国开启了文化大发展大繁荣的新时代,与旅游消费大爆发两相叠加,历史又给了洛阳一次前所未有的重大机遇。

多次与机遇擦肩而过的洛阳,再也不能容忍它从身边溜走,再也不能让历史机遇变成历史玩笑!

洛阳旅游,要大刀阔斧地干一场,要痛痛快快地赢一回。

千年帝都,该有舍我其谁的担当,该有豪气干云的情怀。

洛阳旅游,必须迈开崭新的下一步——

出征!

出征,是血与火的考验,是成与败的抉择,是生与死的决战。

出征,是“明知山有虎,偏向虎山行”的勇气,是“不破楼兰终不还”的豪情,是“只为成功想办法,不为失败找借口”的承担。

枣庄给县区、市属部门以及电信运营商等59个责任部门分配“拉客”指标,并实行对口城市来枣庄“二日游”人数量化考核。举全城之力发展旅游,让这座煤炭资源枯竭的城市成功向旅游城市转型。

我们出征,必须带着这样一种创业激情上路,让旅游城市变成城市旅游,让“旅游兴市”成为整个城市的发展战略。

大同启动古城再造计划,立志清出古城中所有的现代建筑。2008年以来,大同累计投资460亿元,实施300多个项目展开大规模城市建设。仅仅4年,这座中国“煤都”华丽转身,历史文化名城风貌重现。

我们出征,必须带着这样一种豪迈的情怀上路,全力推进名城建设攻坚战,亮出洛阳的大手笔、大创意、大魄力。

凤凰县打破管理权、经营权不分的体制僵局,以8.33亿元将县内8个景点经营权转让给张家界黄龙洞旅游公司经营50年,当年门票收入比上年增长近10倍,使旅游产业实现了超常规发展。

我们出征,必须带着这样一种变革的勇气上路,扫荡一切体制机制的羁绊,将一切困扰旅游发展的积弊沉疴连根拔除。

未来的旅游竞争,不是景点景区的竞争,甚至不是旅游行业的竞争,而是城市之间的竞争。

洛阳旅游,必须凝聚全市上下的意志,必须调动全市范围的资源,必须释放全市所有的能量。

今天,洛阳发出“旅游兴市”的最强音,擂响“大旅游、大产业、大发展”的战鼓——

出征,洛阳别无选择;出征,洛阳义无反顾!

# 路在脚下

提升旅游产业,加快名城建设



曾经,中国迎来了商业大发展的

