

世界旅游城市风采秀郑州压轴表演



在世界旅游城市风采秀上,来自西班牙、南非、新西兰等七国的城市向世界推介了他们城市的旅游资源,展示了他们城市的旅游风采。郑州作为东道主压轴表演,在分为“天地之中、功夫之都、活力高地、大美之境”四个板块的城市风采秀中,展示了少林功夫、豫剧、时尚街舞等,让参会的海内外嘉宾纷纷发出赞叹。
郑州晚报见习记者 李记波/文 郑州晚报记者 马健/图

“古老而年轻”的魅力之城

“天地之中”展示郑州历史悠久、文化灿烂。通过历史发展、地理位置、交通格局等各方面,展现得天独厚“中文化”的概念、内涵与外延。画面展现有一系列厚

重充满意韵的古迹:观星台、嵩阳书院、天地之中、黄帝故里等,也展示出“E贸易”、航空港区、工业流水线、交通枢纽……这座“古老而年轻”的城市博大包容的魅力。

“功夫之都”的独特风采。透过一位来自法国的习武青年,在郑州少林寺拜师学艺、融入生活的过程,以独特视角反映郑州的武术文化。

情景交错演绎活力都市

“活力高地”板块展现出郑州是一座“充满活力、充满机遇”的城市。节奏感十足的现代音乐中,一对青年男女带领人们走进热闹繁荣的商场、体会交通的快捷迅速、融入人群忙碌的流动,一系列和谐幸福

的画面描绘出一个生机勃勃的大都市形象,中原经济区、郑州航空港经济综合实验区、E贸易建设的日新月异;画面戛然而止,豫剧锣鼓点密集敲响,传统戏曲伴奏音乐中,生、旦、净、丑各行当的戏曲演员彩扮亮相,

进行唱念做打的表演。身着“百家姓”服装的模特款款走上舞台,宽大的服装展开亮相。几十名街舞演员从模特身后快速出场,炫酷的音乐、发光的配饰,高超的技巧展示,将演出推向高潮。

和谐包容的“大美之境”

“大美之境”展现了郑州幸福、和谐、热情、文明的城市风度。在舒缓温馨的音乐中,郑州生态廊道建设的满眼翠绿,社区文化活动的丰富多彩,郑州城乡规划的丰硕成果一一展

现。晴朗的天空下,携手散步的老人、放飞气球的情侣、开心奔跑的孩子,画面中充满着幸福气息的流淌,对未来生活的憧憬和信心。节目结束时,大屏幕推出“郑州欢迎您”五个大

字使会场的气氛达到了最高潮,向大家展现古老与现代、内敛与激情并存的郑州。

来自奥地利的官员说,河南的文化非常的了不起,他回去一定会向身边的朋友推荐郑州。

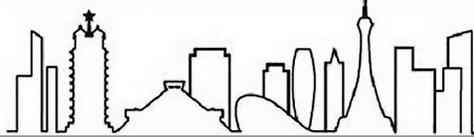
亚太旅游协会执行理事会主席斯科特·斯博努： 让更多的外国人来河南旅游 河南当务之急是要大幅提高知名度



“这个论坛是成功的,我们有各方面的人士来参加,大家可以交流经验,互相通报我们自己面临的挑战,这些都是第一手的信息,而不是像一个书本,所以这样的论坛是成功的。”斯科特·斯博努,亚太旅游协会执行理事会主席,在评价本次论坛时他如是说。

同时,他也是一位资深的旅行者。在过去的45年中,他曾游遍了全世界,1979年到1980年开始访问中国,但是河南他还是第一次来。河南会给这位旅行家留下什么样的印象呢?对于河南的旅游业发展,他又有什么意见和建议呢?

郑州晚报记者 李丽君/文
马健/图



印象河南 河南悠久的历史和丰富的旅游资源令人吃惊

“河南是一个非常了不起的地方。”说起对河南的印象,斯科特如此赞誉,虽然他是第一次来河南,但是他以前听说过河南,是通过美国一个叫《功夫》的电视节目知

道的,对河南的想象就是“功夫”。“但是我来到河南之后,对河南悠久的历史和丰富的旅游资源很吃惊,如少林寺、龙门石窟等。”

参观之后,斯科特说他

对河南未来的发展充满信心。因为河南有很多的资源是其他省份所不具备的,如果这些资源都能够得到充分的利用,河南旅游业的发展前景将会非常光明。

推介河南 应将河南拍一部电影

斯科特说,回去之后他会向朋友们介绍河南,毫无疑问他也会将河南列入以后发展的规划当中。

“我们要与那些目前与中国有合作的旅行商进行合作,比如之前他们的线路中没有河南,那么我们要与他们合作,让他们把河南增加上。比如他们的团队如果去西安,那么客人可以住在西安,两个小时后可以来到河南,可以以西安为中心搞一日游,但是最重要的是还是要让更多的人了解河南,这样他们组成团队可以在河南待上几个晚上,比如四到五个晚上。对河南更有意义的是,以河南为中心,让我们的旅游者住在河南。”

“最简单的向外介绍河南的办法,就是拍一部影视剧,就像我们的电影《末代皇帝》一样,这部影片的放映,对推动北京和上海的旅游都有巨大的作用,我们河南有这么多的资源,把这些资源整合起来拍部影视剧将会起到很好的作用。”斯科特说。

建议河南 对外的知名度需要提高

与其他城市的旅游资源相比,河南旅游在转型升级方面还需要哪些工作呢?

斯科特表示,河南旅游的基础设施还不错,包括酒店的住宿条件都很好,河南的资源没有问题,我们河南有些资源甚至可以跟北京

的万里长城、故宫相媲美。

“有一点我们要有一个清醒的认识,就是河南的知名度需要大幅度的提高,需要更多的提升。”斯科特说,目前,越来越多的人来参观河南博物院、少林寺、龙门石窟、开封古城

等,但绝大多数的游客都是国内的游客,“旅游业成功的发展,其实是取决于它的可持续发展。河南这些资源能够让世界范围内更多的人知道,毫无疑问将会有更多的外国人来河南旅游。”

支招河南 走出去参加旅游交易会,请国外媒体、知名人士来参观

那么怎样才能把河南的旅游宣传出去,让更多的外国友人知道、喜欢和接受呢?

斯科特为河南支招。“从市场推广这个角度来讲,我们应该一方面走出去参加国际大型的交易活动,比如在新加坡、柏林、伦敦举行的国际旅游交易会。同时,像我们这次的市长论坛,要请外国的记者、旅行

商来河南,了解河南,这也是个很好的办法。”斯科特说,在过去的45年中,他曾经游遍了全世界,1979年到1980年开始访问中国,很多次听说过河南,但这是他第一次来河南。

他说,中国是一个历史悠久的国家,但是作为旅游业,中国还是一个年轻的国家,大家知道欧美人到其他

地方去旅游,或者美国人到欧洲去旅游,这都有100多年的历史,但是外国人到中国,也就是最近几十年的事情。“我想如果我们采用两种方式,即走出去参加这些大型的国际旅游交易会,又能够邀请外国的旅行商外国的知名人士来我们河南,这样我们河南就能够越来越有知名度。”

巧借双十一 电商节火了大骨面

刚刚过去的“双十一购物节”可谓一场名副其实的消费盛宴,571亿的“神话”让马云和他的阿里巴巴成为最大赢家,除了阿里系之外的电子商务企业以及商家、快递等周边产业链也都赚得盆满钵满。在全社会沉浸在盛宴狂欢的同时,一场由网络发起的大骨面“双十一军粮”事件迅速走红,成为双十一期间最出乎意料的亮点。

据记者了解,双十一前夕,大骨面被网友点名为“双十一军粮”。随后,在网友集体要求下,大骨面生产企业在双十一当日为阿里巴巴“送军粮”。参与网友还在阿里巴巴大门前打出了“送军粮,求延长”的标语,直接表达了“一天不够买,希望双十一活动能够持续时间更长”的诉求,引发了众多网友的围观和积极响应。

大骨面生产企业相关负责人表示,因为大骨面产品自身具备便捷、营养的属性,考虑到双十一期间的确会有很多人熬夜加班,所以才有了“送军粮”这样的活动初衷。同时,该负责人还直言,“(事件)能这么‘火’,的确连我们自己也没能预料。”“如果市场有需求,我们会继续这样有意义也有影响力的事情。”

根据官方产品信息显示,(大骨面)将传统骨汤精华与食品标准化生产完美结合,实现了从白水煮面到骨汤煮面的全新升级。“采用超过100项以上的技术,通过纳米级的研究,揭秘骨汤真正的功效密码,凭借现代工艺加工真实骨汤浓缩的骨汤包,使得大骨面不仅拥有大骨高汤的浓郁鲜香味道又不失营养。”

业内营销专家分析认为,随着公众对健康诉求不断增加,传统方便面已经不能满足消费者的需求。大骨面在“汤包”上的创新恰恰正是消费需求演变的结果,能够凭借“小汤包”抢了双十一“大生意”的风头,也是因其产品属性与该阶段特别人群需求不谋而合,是偶然中的必然。
郑州晚报记者 李丽君