



## 美景作宴 秀色可餐

### ——2008 中国国内旅游交易会侧记

本报记者 孟斌 裴其娟 侯爱敏

昨日,2008 中国国内旅游交易会在郑东新区开幕,全国旅游相关行业 2095 家单位、万余名旅游从业人员尽情展示自己的特色,旅交会成为汇聚美景、演绎精彩的舞台。

#### 各地齐搭奥运车

今年旅交会的特色,非奥运莫属。“奥运在北京,观光到大连”、“赛在北京,游在山西”、“奥运扬帆青岛,畅游好客山东”……各展厅争相打出标语,谁都不愿错过奥运商机。要论“奥运牌”,谁的优势也比不了北京。这从北京市旅游局的展厅风格就可见一斑:入口处是憨态可掬的福娃,展厅柱子是奥运火炬造型,柱与柱之间是各种体育运动的人物姿态造型,展厅外立面“体验北京,感受奥运”的宣传语颇具震撼力……整个展厅处处透露出浓厚的奥运气息。

#### 民族服饰展风情

旅交会现场,身穿各式民族服饰的少数民族参会代表,成为一道亮丽的风景线。云南展厅前,3 位穿着拉祜族服装的姑娘格外引人注目,她们热情地向人们散发传单,推介当地旅游资源。湖北展厅,临时搭建的背景幕下,一群土家族姑娘放声高歌。穿着傣族、苗族、蒙古族等民族服饰的姑娘,穿梭在人群中,热情推介当地的旅游项目,吸引了不少人驻足观看。

#### 资源文化成卖点

富有地方特色的土特产品、自然资源、文化特色,成为旅游推介的“招牌菜”。信阳展厅摆上了茶具和茶叶,一位美丽的姑娘现场表演茶道,并邀请来宾品茶,引得人们啧啧称赞。吉林展区,人参、鹿茸、野生灵芝等土特产现场供应,一应俱全。山西展厅,为推介本地特色旅游资源“死海”,用塑料制品围成了一个游泳池,男女模特现场表演。郑东展区,少林武术成为最抢眼的招牌。雄壮的歌声中,十几名少年精彩的武术表演,博得围观群众阵阵掌声。陕西大型实景历史舞剧《长恨歌》表演、安阳殷墟文化表演等推介活动,都格外引人注目。

#### 客源争夺白热化

旅行社现场对接,交换名片,洽谈价格。今年旅交会上,各地对客源的“争夺”渐入白热化。江苏宿迁市某旅游公司的李小姐 3 天前就到了郑州,做了充分准备,昨天上午,她在旅交会收获颇丰,不仅向各地广递名片,谈了多个合作意向,还从其他同行的旅游宣传中学到了不少东西。像李小姐这样的旅游公司人员,在昨天的展厅中为数众多。各地都在挖空心思争夺旅游客源,吃住游、价格、配套服务等都成了竞争筹码。烤全羊、羊肉串……各色小吃登上了旅游介绍材料。全国的客人来到郑州,东道主自然不会错过良机,仅河南省旅游局组织的展台就有 625 个。上图 少林武术成为最抢眼招牌 左图 现场洽谈交易活跃 右图 青岛极地海洋世界带来深海物种 右下 山西“死海”搬进展厅 下图 与刘翔雕塑合个影 本报记者 许大桥 汪静文 成燕 裴



## 网博会高峰论坛 众行家线上论剑

本报讯(记者 卢文军 实习生 贾智勇)作为 2008 中国旅游网上博览会的重要组成部分——2008 旅游信息化高峰论坛昨日在郑举行。这是中国旅游网上博览会举办以来的第二次大规模峰会。本次论坛由国家旅游局信息中心、河南省旅游局、郑州市旅游局主办。来自亚太旅游协会、各省市旅游局信息中心、各大旅游网站、旅游企业以及旅游信息化关联行业的代表齐聚一堂,研究和探讨中国旅游信息化发展的战略和各项具体措施。论坛围绕“打造永不落幕的网上旅游交易会”这一核心,分析我国旅游信息化发展现状与趋势,并就如何把握奥运带来的新机遇,中国旅游网络营销、分销等问题进行探讨。十多位权威旅游专家、学者和政府官员作了精彩发言。

## 美景·美人·美物

### ——2008 中国国内旅游交易会印象

本报记者 王文霞

美景,美女,美物,用这三个词来概括 2008 年中国国内旅游交易会的特点也许不太全面,但也绝对有一定的代表性。昨日,记者走进郑州国际会展中心展览大厅,满目漂亮的山水风光,配以推销美景的美女,以及各式精美的特色旅游产品,让人享受了一场极具魅力的视觉盛宴。

#### 天下美景汇中原

进入展馆,天下美景浓缩在了方寸之间。江南的婉约,塞外的苍茫,中原的古老,海滩的无垠,步移景随,景象各异。每个展台前,都竖立着巨幅的美轮美奂风光片,电视里播放着各地山水风光的“连续剧”,上有天堂,下就不只有苏杭了。海滨之城大连的展台色调为蔚蓝色,仿佛大海发出的呼唤;湖北展区中三峡风光唱主角,以江水激荡的三峡为背景,“土苗兄妹”组合正引吭高歌“这里的山路十八弯”;香港展区以静制动,在展示消费之都风情后,着力推出 2008 年奥运

马术比赛协办城市的新名片,巨幅宣传画上,成龙身着马术赛服,笑着每个走过的参会代表,极具亲和力的笑容是一张有力的邀请函。美景感染着每个参会的人,很多人手中都拿着大大小小的宣传画,有的实在拿不住了就抱着。在郑打工的信阳人顾顺国带着孩子来看展会,他说:这些景色太漂亮了,有机会一定去看看。

#### 美女照亮交易会

美女是旅游交易会的又一大亮点。一个个

美丽的旅游形象小姐载歌载舞,搅动了静态的美景,美人、美景互为映衬,会展中心成为展示美的舞台,山水风情变得触手可及。

广西展区,三位苗族姑娘跳着欢快的舞蹈,一派浓郁的少数民族风情。旁边一位身着壮族服饰的姑娘成了大家合影的对象,这位旅游形象小姐很是称职,只要有人合影,就满脸笑容,姿态优美。山西的展台前则是几位洋小姐,身着旗装,别有一番风韵。延边的旅游形象小姐身着韩服,举手投足一片温情。记者发现,

有旅游形象小姐的展台明显人气旺。而郑州展区小和尚们的魅力,丝毫不亚于那些漂亮的旅游形象小姐,一招一式亮出的是中原人的豪爽和热情,同样受到很多人的追捧。

美女也成了媒体摄影记者们瞄准的“目标”,他们拍照之余还要公私兼顾,与美女们合个影。

#### 美物荟萃展特色

旅游离不开吃住行游,展馆二楼,富有地方特色的旅游产品同样让人爱不释手。

## 会场花絮

## 广告一句话 魅力无穷大

全国旅游景点、产品同台竞技,短小精悍、朗朗上口的旅游促销口号成为展会现场一大景观。细细品味,句句风情万种,其间智慧闪烁。四川绵阳的主打口号是:走近两弹一星,探源李白文化,体验原始山水。三句话把绵阳历史与自然特色概括殆尽。峨眉山的促销语“云上金顶,天下峨眉”,读来大气恢弘,声势磅礴,大有“一览众山小”的英雄豪迈。乐山大佛的促销语“山是一座佛,佛是一座山”,既概括了乐山大佛的特点,又充满禅意,与景点的气质从骨子吻合。扬州的口号直接引用的是唐朝杜牧的诗:腰缠十万贯,骑鹤上

扬州。读来是何等的潇洒自在,要去的地方又是怎样的美丽诱人呢?山西展厅前,一本“百年阎府,一代枭雄”的小册子,一下子就让人想到民国时期山西那位戎马风云人物。新疆的十八怪歌谣,则直接明了把新疆的风土特色表露无遗:敬酒歌声不外卖,夏日要把皮袄盖;吃的烤馕像锅盖,男人爱把花帽戴……充满时尚气息的上海不仅在展厅布置上尽显欧式风格,宣传语也别具一格,“流金岁月,老电影,梦上海”,浪漫意境无限悠长。香港的口号“乐在此,爱在此”,彰显无穷动感,爱在这座国际城市的活力与生机。

本报记者 侯爱敏

## 悟空当公关 促销渣呀山

西游记、唐僧、孙悟空……这些关键词与我省的驻马店嵯峨山旅游景区紧密相连,因为,嵯峨山是《西游记》续集的外景拍摄基地。昨日,驻马店请来了唐僧师徒四人搞促销。展区工作人员告诉记者,嵯峨山因山势嵯峨、怪石林立而得名,又名石猴仙山。嵯峨山风景区是一个花岗岩造型奇特的地貌区,由蜜蜂山、南山、北山、六峰山、花果山和天磨山等彼此相连的山峰组成。

“石猴院”大小石猴天造地设,醉八戒憨态逼真,睡唐僧惟妙惟肖。明代淮安才子吴承恩游嵯峨山,由景而发创作《西游记》,曾在嵯峨山居住数年,现存“吴公洞”。1998 年,《西游记》剧组把嵯峨山作为拍摄《西游记》续集的外景基地,在嵯峨山成功拍摄了《西游记》后续 16 集。“唐僧师徒”一亮相,便大受游客欢迎,合影的人群络绎不绝。

本报记者 卢文军

## 魅力鄂豫皖 共推大别山



“再来一张,茄子!”一位文质彬彬的女士穿着仿制的红军服装高兴高采烈地招呼同伴。在“魅力鄂豫皖 红色大别山”展区,湖北省红色旅游协调领导小组办公室负责人说:“全国红色旅游协调领导小组办公室办了一件大好事,在这么大规模的旅游交易会上,鄂豫皖三省统一品牌形象,统一搭建展台,这是第一次!”

据介绍,去年,鄂豫皖三省六市发表《大别山红色旅游区域协作联合宣言》,建立大别山旅游区域协作联合体,以红色旅游为特色,打造以原生态和红色旅游为品牌的旅游区。

本报记者 卢文军 实习生 贾智勇 文/图

展馆二楼,洛阳天旗工艺有限公司的郭爱和满脸笑意,他告诉记者,他们公司带来的三彩陶瓷都快卖完了,有牡丹花、十二生肖等,有个人一下订了 8 套生肖陶瓷画,他正忙着让公司赶紧调货,没想到首次参加旅游交易会的效果会这么好,之前他们都是参加工艺美术类的展会。他感慨地说,借助旅游这个平台,传统文化影响的范围将大大拓展。朱仙镇的年画被裱成了挂画,别致新颖;焦作的掐丝瓷精美绝伦,开封的汴绣栩栩如生,代表河南特色的旅游产品集中亮相,受到人们的好评。

与此同时,很多外地的特色旅游产品让人感受到不同的韵味。西塘展区的蓝花布,做成了包、桌布和鱼等工艺品,很多人当即掏钱买下。

有人说,旅游离开文化没有魅力,文化离开旅游没有活力,如何借助旅游把不同地区的传统文化用特色旅游产品展示出来,是现在旅游产业的一个新命题。