

郑金城：希望湘西朋友早日赴台旅游

本报记者 郭丹

9月15日至16日，神秘湘西参加湖南国际旅游节的台湾客人，在他们即将结束湘西之旅时，记者采访了台湾区旅游业群英联谊会会长，台湾中国航运股份有限公司旅游部经理、总监郑金城先生。

问：您这次率台湾旅游业代表团来参加湖南国际旅游节的目的是什么？

答：我们代表团的成员都是岛内各大旅行社的董事长、总经理。这次来湖南参加国际旅游节，就是想学习大陆旅游业界同行的经验，考察湖南的旅游市场，推动台湾和湖南旅游业界的交往和互动。把台湾的旅游景点推荐给湖南的朋友，把湖南的旅游景点推荐给台湾游客。

问：您看好湖南旅游业的发展前景吗？

答：当然！湖南有很丰富的旅游资源，历史文化方面有岳麓书院、马王堆等，自然

风光方面有张家界、湘西等，还有民族风情方面的。建议政府部门多加宣传，把资源优势转化为行业优势。我和我的同仁们都很看好湖南的旅游产业发展，特别是湘西，这里很吸引人。

问：湘西的什么东西吸引了您呢？

答：我们从张家界乘车过来，看了天门山、酒鬼酒厂，今天又游了凤凰古城。真的就像你们所宣传的那样：“这里有厚重的历史文化、浓郁的民族风情、神奇的山水风光”，而且肯定还有许多我们没有看到的美丽风景。我认为湘西不是单纯的风景、文化或者风情，她给人的感觉是各种元素融合在一起，很有层次感，很丰富，这些都是吸引我的地方。

问：您回去以后会向台湾游客推荐湘西吗？您觉得他们会喜欢湘西吗？

答：一定会多多宣传湘西的，这也是我们此行的目的。湘西很值得一游，由于台湾开发得比较早，许多珍贵的自然人文环境都遭到了破坏，很少有像凤凰古城这样保存完整的古镇了。我们看到在古城里，人们还保留着一些当地的神秘传统，流传着一些古老的技艺，比如银饰、蜡染布、织锦等，对于生活在都市里、远离了乡土气息的台湾游客来讲，这些都是很有诱惑力的。这里的古镇风情值得领略，这里的神秘文化值得追寻，台湾游客一定会喜欢凤凰、喜欢湘西的。

问：作为一名旅游专业人士，您觉得凤凰在哪些方面应该更完善一些？

答：整体很不错，凤凰的旅游开发有很多年了，发展比较成熟了。我个人觉得凤凰的旅游可以从细节处更好地规划一下、挖掘

一下，开发一些新的旅游项目，让旅游等内容更丰富、更有层次感。一个旅游景点要长盛不衰的话，必须要有新的内容推出来，才不会被他景点取代、淘汰掉。比如凤凰的夜景这么美，旅游部门可以考虑推出凤凰夜游或者其他晚间节目。还有就是改善交通条件，让外地游客可以更方便、更省时地来凤凰旅游。

问：现在大陆13个省市开放了赴台旅游，您认为会给台湾旅游业带来什么影响？

答：我们旅游业界欢迎大陆朋友去台湾旅游，台湾的美景一定不会让大家失望的。台湾开放大陆赴台旅游是明智的，可以让更多的游客亲眼目睹台湾的风光，还能积极地促进地方经济发展。希望湖南能早日开通赴台旅游，到时我们不仅可共赏沱江夜景，还能共赏日月潭湖光山色。

别把凤凰变成第二个“周庄”

——访日本中部华侨华人旅行业协会会长董刚

本报记者 彭宁

游完凤凰古城，董刚赞叹不已。同行的17位日本客人，都是通过董刚的邀请，来参加2008湖南国际旅游节。作为日本中部华侨华人旅行业协会会长，董刚告诉记者，促进中日旅游沟通与交流，是他的责任。

出生于西安的董刚在日本从事旅游行业工作已经有16年。凭着旅游行业丰富的经验，董刚在游完凤凰古城后，提出了两点建议，一是改善交通，加强与周边景点的资源整合；二是加强对古城的保护，不能过度开发经营，不能让凤凰变成第二个“周庄”。

董刚认为，虽然交通对凤凰古城的旅游发展有很大影响，但从另一个角度看，也许正因为交通不便，才能使凤凰古城的风情有以更好的保存。要发展凤凰旅游，不能仅以单一的景点吸引旅客，而要与周边的旅游资源进行整合。

号称“中国第一水乡”的周庄成为旅游经营一大失败案例，董刚也提醒，同样作为古镇的凤凰，也要警惕走上周庄的老路。董刚告诉记者，凤凰仍然保持着古城原有的风情，如一些原住民在清晨时沿着沱江洗衣洗菜，这会给游客很亲切的感觉。董刚也认为，保留古城最好的办法，就是尽可能保留景区内的原住民，只有让原住民按照原本的生活习惯在古城里生活，而不是完全交给商人去开发经营，古城才能以原汁原味的状态存在，才能给游客最深刻的体验。

“搭顺风车，向马来西亚人宣传凤凰”

——访马来西亚驻华大使馆旅游参赞郑启贤

本报记者 彭宁

9月15日，作为2008湖南国际旅游节外国使节团一员，马来西亚驻华大使馆旅游参赞郑启贤游完凤凰古城后，向记者谈了他对凤凰古城的印象，以及如何在马来西亚宣传凤凰旅游的建议。

郑启贤是第一次来凤凰，在此之前也没有听说过凤凰古城。郑启贤告诉记者，马来西亚人对中国很感兴趣，仅去年一年，就有100多万人次的马来西亚游客来中国旅游。在中国的旅游景点中，历史厚重的旅游景点最能吸引马来西亚游客，所以第一次来中国的游客，大多会选择北京、西安、南京等城市。

凤凰作为一个少数民族历史文化沉淀的小古城，也能吸引马来西亚游客。但郑启贤认为，重要的是通过搭顺风车，向马来西亚游客宣传凤凰。比如通过旅行社将凤凰与其他旅游景点进行线路上的整合，作为常规路线外的惊喜吸引游客。又比如针对一些来过中国的游客重点宣传凤凰，吸引那些不止多次来中国旅游的游客，将凤凰作为北京、西安外的景点来体验。

郑启贤还认为，做好凤凰的旅游还急需解决两个问题。一是改善交通，让来凤凰旅游更为快捷便利。二是保护古城的环境。郑启贤举了一个例子，他观察到沱江两岸的吊脚楼大多安装了空调，一些空调外机被细心的老板罩上了木质外壳，以保持与吊脚楼外观的协调性。但仍然有部分空调外机直接裸露在外，其金属的外观与吊脚楼很不和谐。郑启贤建议古城管理部门应注意从细节处保护古城原汁原味的环境，给游客最好的旅游体验。



穿着民族服饰的导游小姐走到哪都有人要求合影。 吴亮摄



这就是凤凰烧烤小吃啊！ 杨继东摄



凤凰农家自制的干鱼、干菌，吸引了南航的游客。 郭丹摄



法国驻武汉总领事馆影视专员雷风将凤凰的各种小吃尝了个遍。临走，雷风还不忘打一壶苗家糯米酒带回家。 彭宁摄

港台旅游界精英的金点子

张玉霞：专业导游为景点增魅力

张玉霞：台湾中欣旅行社总经理、台北县旅行商业同业公会第三、四届理事长

我在台湾从事旅游业已经有20多年了，游览过许多国家以及大陆许多省份的旅游景点，我比较喜欢带有中国元素、中国风情的地方。湘西凤凰就是这样一个地方，石板街、青砖灰瓦的老宅、江上的木板桥，江边的吊脚楼，这些都有一种很古典的美。台湾也有很多的古镇，像九份、鹿港等，也很美丽，但不像凤凰拥有这么得天独厚的条件，天地人山水的灵气，她都占尽了。

作为旅游业界的“老人”，我认为旅游业没有“酒香不怕巷子深”的道理，要是凤凰不加以宣传的话，可能真的就“养在深闺人未识”，不会有现在这么大的知名度了。旅游景点要想在旅游市场中脱颖而出，不光要考虑怎么宣传、怎么把景点变得更漂亮，还不能疏忽了导游的作用。在台湾，有普通导游，也有专业导游，前者面对的是大众旅游市场，后者针对的是小众旅游市场。台湾80%的导游都不是科班出身，大多具备其他专业的知识基础，其中不乏硕士、博士，他们能为一些特定的游客做一些有深度的导游服务。比如，今天某古建筑要接待一群建筑研究人员，那么我就可以找一位当建筑师的导游，为客人做很专业的介绍和互动。

大陆的旅游业也正在向专业化、深度化的方向发展，急需专家型的导游。其实，普通导游也可以多动动心思、多下点功夫，对旅游景点多一些了解和研究，不光能把从网络、电视上就可以了解到的景点知识告诉游客，还能讲一些更独到的、更有深度一点的东西，这样就能吸引更多游客，也有助于提升旅游景点的品位。（郭丹整理）

黎绮玲：原汁原味才受青睐

黎绮玲：香港油麻地旅游公司副总经理

我们旅行社是香港地区第一家开设湘西凤凰古城旅游线路的旅行社。2001年，凤凰在旅游界的名气还不小，一位同业朋友向我推荐了凤凰，说这里非常漂亮，当时正在申报国家历史文化名城，估计很快会成为新的旅游热点。我们看了照片感觉的确很美，公司派工作人员来考察后，就把凤凰古城加进了湖南旅游线路。经过这几年的发展，凤凰古城在香港游客的美誉度很高，有的游客都来玩过好多次了。

大概在三四年前，我才第一次来凤凰。感觉比照片上的凤凰更美，满眼都是原汁原味的东西，老建筑、蓝印花布、银饰、老城门，很有怀旧的味道，比丽江更美。这次是我第二次来凤凰，说心里话，我还是更喜欢第一次见到的凤凰。现在的凤凰还是那么美、那么干净，只是与以前相比少了点原汁原味、多了些商业气息，古城的居民似乎全部在经商。

每个旅游景点都要有自己的定位，也就是把你的优势、与众不同的地方展示给游客。比如香港作为旅游城市的定位就是购物天堂、游乐场所，内地游客去香港旅游，大多是去购物、游玩的，所以商场、游乐场总有那么高的人气。凤凰的定位是历史文化名城，是民族风情，那就不要过度开发，尽量避免过多的商业气息。游客是来凤凰感受古城气息、来寻找内心一种宁静的，欧式风格的宾馆、现代化的大酒店，可能就没有江边的吊脚楼、小巷中的家常菜馆那么有吸引力；古城里全是商铺的话，也会让游客感觉太过吵闹喧嚣；而与整体氛围不相符的建筑、场所，更是在生硬地破坏美感。

所以，对于一个旅游景点来说，天生的气质，才是最受游客青睐的。好好利用凤凰的“天生丽质”，凤凰一定会更加迷人的。（郭丹整理）