

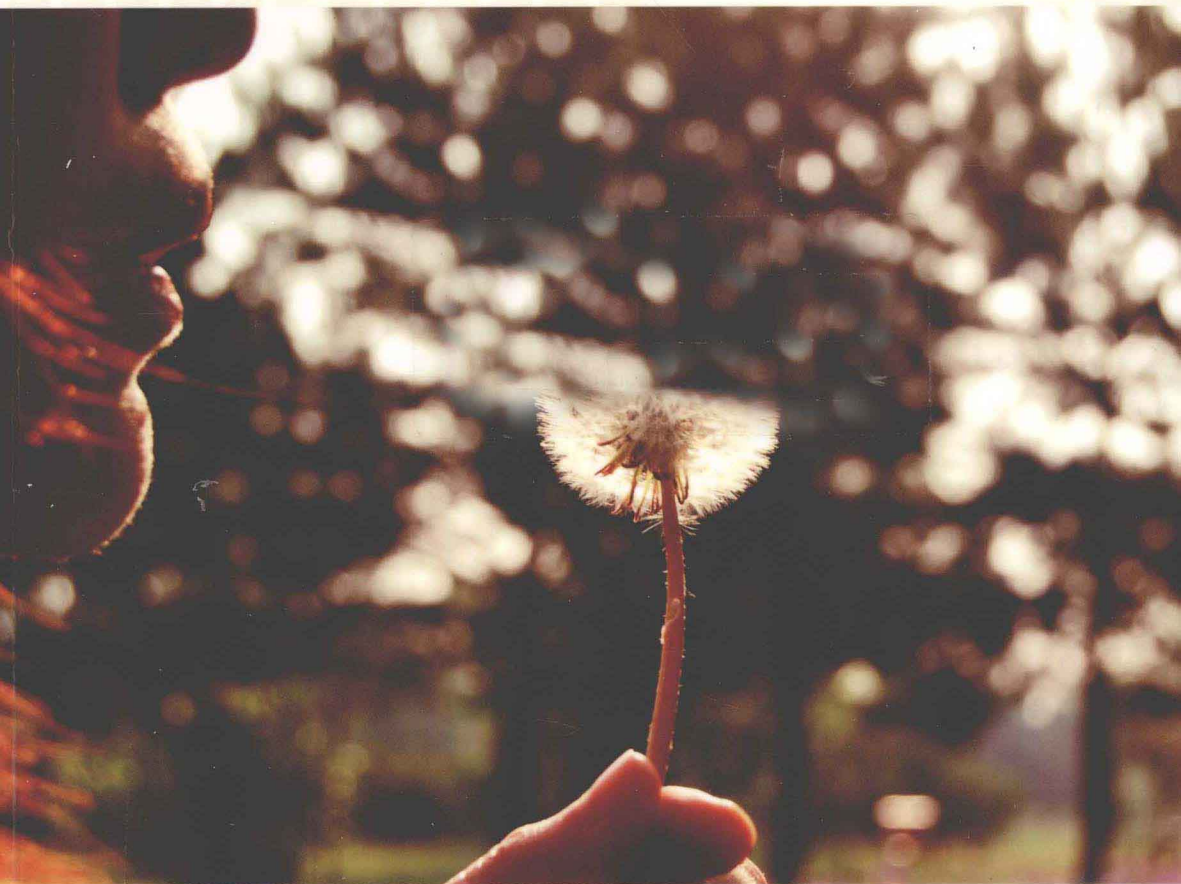
老家河套 新媒体互动图书

“纸读中国”系列

这一生，我们都走在回家的路上……

老家的时光

总策划 寇武江
主 编 贾云峰 王 晟



中国旅游出版社

老家河南 新媒体互动图书

“纸读中国”系列

这一生，我们都走在回家的路上……

老家的时光

总策划 寇武江
主 编 贾云峰 王 晟



中国旅游出版社

责任编辑: 谭 燕

责任印刷: 冯冬青

封面设计: 崔学亮 石海馨

封面摄影: 刘庆川

图书在版编目(CIP)数据

老家的时光 / 贾云峰, 王晟主编. -- 北京: 中国
旅游出版社, 2013.7

ISBN 978-7-5032-4770-5

I. ①老… II. ①贾… ②王… III. ①旅游指南-河
南省 IV. ①K928.961

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第152044号

书 名: 老家的时光

总 策 划: 寇武江

总 监 制: 何 琳 周保建

主 编: 贾云峰 王 晟

副 主 编: 张毅兵 刘庆川

出版发行: 中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲9号 邮编: 100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cmta.gov.cn

发行部电话: 010-85166503

排 版: 德安杰环球顾问集团北京公司

印 刷: 北京翔利印刷有限公司

版 次: 2013年7月第1版 2013年7月第1次印刷

开 本: 720毫米x970毫米 1/16

印 张: 14

字 数: 180千

定 价: 48.00元

I S B N 978-7-5032-4770-5

版权所有 翻印必究

团队 Team

“老家河南”新媒体互动图书 “老家的时光”寻访团队

总 策 划 寇武江
总 监 制 何 琳 周保建
主 编 贾云峰 王 晟
副 主 编 张毅兵 刘庆川
内容策划 汤 雁
内容统筹 李琳娜 岑梅玲子
技术支持 河南省旅游局信息中心

编委会统筹 刘 畅 刘 慧 李治钧
编委会成员 张 勇 吴国俊 张红亚 王 鹏
豫聚团 王振宇 何 江 李 君 刁海燕
(排名不分先后) 康 蕊 韩梓琳 李伟峰 党影婷
胡举财 闫少威 李贵超

图 片 提 供 河南省旅游局
程少光 曹保峰 郭 平 邓卫民
李志强 赵俊善 郭东伟 宋志华
潘焕斌 张佑国 郝 捷 张大明
王树贵 郭列军 李建宗 张海林
曹增军 胡 胜 熊绍松

视觉总监 胡 军
图文编辑 李 雪 程 慧 房 立
美术设计 石海馨 崔学亮
图文校对 刘希文 马见云

互动专区：河南旅游体验网（<http://ly.hnta.cn>）

官方微博：@河南省旅游局官方微博（新浪）

创意传递正能量

国家信息中心网络政府研究中心副主任 于施洋

旅游不仅是一种人人皆可享有的生活方式,更是国家提升国民生活品质、推进产业升级、实现文化复兴的加速器。它所具有的广泛的产业关联性、强大的消费牵动力,使得旅游业在未来肩负着推动国家产业结构调整优化和促进社会和谐发展的重要战略作用。

中国已成为世界第二大经济体,中国的旅游业已迈进“黄金十年”。随着国务院41号文件、《中华人民共和国旅游法》等相关旅游产业政策法规的出台,中国旅游产业已经步入“把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”的轨道,可谓任重道远。

旅游最大的特点,在于人群的“流动”,它是打破地域局限的人类活动,从而使得旅游本身就具有国际化的属性。

在全球经济一体化背景下,各个国家都把旅游产业提升至国家战略,纷纷制定各项促进旅游产业发展的政策举措,通过便捷、舒适的附加服务,来提升旅游目的地国的吸引力,以换取世界游客的青睐。

与此同时,日新月异的现代信息技术不断改变着,甚至颠覆着人类传

统的生活观念和生活方式。互联网、电脑和智能手机的普及,改变了人类获取信息的方式和消费行为模式,推动经济社会发展进入信息化时代。而以信息流吸引旅游流,以技术创新带动旅游产品和服务创新,以信息化整合关联产业,使得整个旅游产业正在经历着激烈的碰撞与交融。

以互联网为载体的新媒体使得风生水起的中国旅游产业,迎来了旅游大品牌时代。近年来,部分地方政府旅游主管部门在新锐的中国旅游营销策划团队的推动下大胆尝试,一个个响亮的旅游品牌在新媒体的推波助澜下,成为这个时代的文化符号,独领风骚,共同构筑起“美丽中国”的当代版图。

从纸媒到电视,从电视到网络,旅游品牌营销在一次次的骤变和升级中,构筑着全域化、全方位、全智能的现代营销体系。从潜移默化的文化渗透,到一鸣惊人的事件营销,从小而巧的话题引爆,到大而全的资源整合,中国旅游在不断探索着品牌营销的新模式。

在我看来,这些营销模式创新大

体沿着两种理念来展开,一种是文化渗透,润物细无声;一种是异军突起,迅雷不及掩耳。

前者适用于那些有强大的号召力和经济支持的政府旅游主管部门,这套体系是以省级旅游资讯网为基础,以微博、微信及各地旅游局、旅游企业为信息来源和宣传平台,以搜索引擎为资讯扩散渠道,以各大旅游电商为战略合作平台的整体新媒体协作配合宣传模式。这种营销模式,投入相对较大,效果显现稍慢,但战略意义强、用意深、目标远、影响力大。

后者往往是那些有丰富的自然和人文遗产资源的地区,只需要找到一个精准的发力点,便可突围而出。简言之,是轰动式的创意营销,其特点是投入小、见效快、目标明确、易于快速传播。这种传播方式就像少林功夫一般,刚劲有力,撼动人心。“心灵故乡,老家河南”旅游品牌的营销,就是一个很好的例证。

2012年,河南省旅游局在德安杰环球顾问集团的协助下精心策划,围绕“心灵故乡,老家河南”这一主线,以“老家的时光”为创意主题,以温

情、幽默、亲民、家常为特色,经过半年线上线下的持续互动推广,让“心灵故乡,老家河南”的旅游形象定位,迅速在网友中形成老家情怀的鲜明印象,特别是“中华姓氏起源”事件营销,唤醒了游客的寻根体验欲望。河南省旅游局新浪官方微博因此荣获2013年政务微博飞跃奖,成为获此奖项的唯一一个省级旅游局政务微博。这是河南省旅游影响力提升的标志,也是旅游新媒体营销成果的有力表现。

河南省旅游业新媒体营销的创新实践,最后归集于传统纸媒——《老家的时光》,这是一个隐喻,即当下中国旅游产业迎来一个传统与前卫相辅相成,政府与企业紧密联动的新时代。书中所传递的文化底蕴、人文关怀的精妙之处,我不在此赘述,翻过此页,您将一一领略。我相信,它将引领您踏上回家的路。

最后,我们应当感谢河南省旅游局与德安杰环球顾问集团的携手创新,为中国旅游品牌营销所做的大胆尝试。我们需要更多的创意为整个社会传递正能量,共同推动中国旅游产业谱写更加壮丽恢宏的时代华章。

河南——出发

河南省旅游局于2012年年底正式启动了新媒体宣传推广，首先便在其新浪官方微博（@河南省旅游局官方微博）上全面发力。

本书第一章，详细介绍了以河南省旅游局官方微博为主要平台的活动，真实记录了河南新媒体的崛起过程。

首先是一系列以“老家情感”为底色的线上活动在微博平台上大放异彩，吸引了大量网友自发参与。每一个活动，都是一次精心的策划，也是一个颇具感性色彩的老家故事。河南省旅游局通过这些活动，不但成为一匹异军突起的黑马，更是成功树立了“老家”的旅游品牌。河南省旅游局在线上的形象，不再是传统意义上的政府机构，而变成一个有血有肉、谈吐幽默、文化深厚的老家人。

因为活动而产生了六名幸运儿，他们将带着使命出发，亲自见证老家河南丰富的旅游资源 and 人文情怀。本书的第二章，便是对六名幸运儿游河南的全记录。

随着河南省旅游局在新媒体平台上的号召力日渐加强，一个由热心网友组成的、自发宣传河南旅游的线上

组织——豫聚团，应运而生。

加入了豫聚团，热心网友们有了组织的名分，也就开始了以自己的方式宣传和推广河南旅游。本书第三章，是豫聚团成员的来稿。他们以自己独有的方式和视角，阐述了自己对老家的热爱。

本书第四章，介绍了河南省旅游局的新媒体运作模式，在技术层面上分析了河南省旅游局运用新媒体的成功经验。

最后，本书以附录的形式列举了各类河南旅游信息，包括小攻略、小锦囊、具体旅游产品和资讯，为前往河南旅游的朋友提供一些实用的信息，让所有的“老家之行”更开心、更丰富、更完美！

这一生，我们都走在回家的路上！

路的尽头，是绿荫掩映的小院；古朴的老屋炊烟袅袅，随风飘来阵阵稻香；清泉流过屋后的山涧，喜鹊在屋前的枝头嬉闹。虽已不闻牧笛之声，但乡音从未更改。那厚重的乡土气息，已深深沁入灵魂，无法抹去……

这里有你，这里有我。这里是我們心灵的故乡，这里是我们共同的老家——缘于老家时光，情牵故土河南！

目录

Contents

序

创意传递正能量 / 于施洋

编者序

河南——出发

第一章 时光的旅程

- 002 河南旅游愿望清单
- 008 打个电话回老家
- 016 陪爸妈过情人节
- 021 开往老家的高铁
- 031 相约“豫聚团”
- 040 “老家河南”春季寻访
- 048 你回家了吗

第二章 他们的旅程

- 054 6名网友
- 060 6段旅程

第三章 老家的故事

- 098 跟着春光回“老家”
- 108 流过街角的光阴
- 113 四季·时光
- 120 嵩山魂
- 121 悠悠淇河
- 124 老家大门上的神像
- 126 梨园小文
- 129 桐花记

- 131 手绘南阳
- 133 龙门品
- 134 庙会上的孩子
- 137 陌上看花缓缓归
- 140 纣王殿
- 142 品读赊店
- 145 手艺人
- 148 有朋自远方来
- 152 暖寿

第四章 背后的故事

- 158 当河南遇到谷歌
- 161 打造旅行者的网络家园

附 录

- 164 河南访古地图
- 168 河南美食地图
- 170 河南山水地图
- 172 河南高铁旅游产品建议线路
- 198 河南旅游小锦囊
- 202 河南旅游资讯

跋

老家河南的新媒体时代 / 寇武江

第一章 时光的旅程

- 河南旅游愿望清单
- 打个电话回老家
- 陪爸妈过情人节
- 开往老家的高铁
- 相约“豫聚团”
- “老家河南”春季寻访
- 你回家了吗



河南旅游愿望清单

2012年圣诞节前夕，一部由新锐导演拍摄的国产小投资旅游电影横空出世。一时间，观众的热捧之声席卷全国，电影票房节节攀升，至圣诞节已近8亿元人民币。这部电影，就是《泰囧》。

其时，@河南省旅游局官方微博正式通过官方认证不足1个月，一切人气都还停留在空白阶段。而紧扣当下时事，利用热门话题进行推广一直都是新媒体营销的重要抓手。《泰囧》的热映，正好给了河南旅游新媒体项目组一份灵感。

先做好一个活动，吸引网友参与互动，彼此有了交流，人气才能提升。当人气上涨之后，再以更多的精彩内容留住参与者，才可以让官微最终发展起来。

从一个借电影热映而做活动的概念开始，经过反复磋商，一步步丰富内容和确定细节，活动的策划渐渐成形。

岁末，以@河南省旅游局官方微博为平台的第一个微活动——2013河南旅游愿望清单，悄然上线。

晒出你的

2013
旅游愿望清单!

活动截至:

2013年1月22日24点

参与方式:

关注@河南省旅游局官方微博
晒出河南旅游愿望清单，并@三位好友，
河南省旅游局将抽取**6个愿望**免费为网友实现
并奖励

“老家河南5000元旅游基金”

抽奖优先:

我们觉得新颖好玩的河南旅游愿望

愿望灵感及更多河南旅游查询:

<http://ly.hnta.cn>

(河南省旅游局拥有本活动最终解释权。)

你的河南旅游愿望是什么?

每个人的心中，都有一个旅行梦想，那里或有奇峰峻

岩，或有长河落日，或有青山绿水，或有海天一色……这些梦想，藏着一份对自由的渴望，藏着一丝浪迹天涯的冲动，藏着一丝对偶遇的期待，藏着一段对美景的向往……

而这个素有“心灵故乡”之称的“老家河南”又能让你有什么样的旅游愿望呢？是剃个光头去少林寺学拳，还是画个黑脸去开封府坐堂？是去安阳挖龟壳，还是去平顶山抱佛脚？

云台山的壮丽，龙门石窟的恢宏，白云山的秀美，康百万庄园的奢华……河南的太多美景，都深深地吸引着每一个参与活动的人。

从他们千奇百怪又幽默十足的愿望中，我们不但让更多人记住了这个活动，还让更多人认识并了解了河南旅游。

让我们一起来看看这些让人忍俊不禁的愿望吧，或许能给你一些关于旅游的新启示。



小浩子张★：我想去少林寺，老婆说可以去，但是别一去不回来了！ 我说我是去学功夫的，不是去剃度的！ @个别zh @留言记录生活 @要不要一起长大 (1月22日 21:29)

回复

@小浩子张太逗趣，与他同样逗趣的还有他的老婆。真有一种拉他去剃光头的冲动，看能不能给他老婆一份“惊诧”。



苏三姑娘苏三姑娘★：当我老了，我的儿女问起我“世界上最美丽的风景在哪里”的时候，我不希望我要做的是用百度搜索别人拍摄的照片……我希望我能从抽屉里翻出那本旧相册，娓娓讲起记忆犹新的旅途故事。@我只做小YY @郑州小调 @雪—xue (2012-12-28 10:53)

回复

感动于@苏三姑娘苏三姑娘的这段话，这片老家的土地，无论我们身在何处，那份眷恋一直未曾改变。这就是河南旅游愿望的真谛——让所有来旅游的人都如同回到了家一般！



焦作市旅游局V：俺就是想打着太极拳泡着锦绣云台的温泉然后吃着铁棍山药到云台山看看冰挂。多@几个，中奖的概率比较大 @河南省旅游局官方微博 @中国旅游报河南记者站 @新浪河南 @沁阳市神农山风景区管理局 @鹤壁的美好生活 @旅游新生活 @无意飞扬 @李音华 (2012-12-27 17:10)

回复

不愧是旅游局的，@焦作市旅游局的这一段“贯口”说出了焦作的几大特色。这条回复也引起了众多网友的追捧。



清丽风荷★：河南，展开是一幅美丽的山水画卷，合上是一部璀璨的文化宝藏！河南，聆听是一首悦耳的传世天籁，品尝是一坛醉人的玉露琼浆！河南，大吃是一顿丰富的饕餮盛宴，小啜是一壶沁脾的国韵茗香！@普洱杂志社 @普洱茶早报-夏颖 @福村梅记普洱茶 @河南省旅游局官方微博 (2012-12-31 11:39)

回复

河南，旅游是一段不愿醒来的美梦……



江米条625：先把我家的小臭孩扔在少林寺里找方丈锻炼下他，趁着他在锻炼，我和老公先去听一场正宗的河南豫剧，然后晚上去开封小吃一条街，吃到肚歪；第二天一早去云台山看日出，然后再去平顶山抱佛脚，希望儿子不再调皮捣蛋，最后把孩子领回来，再去八里沟瀑布洗个澡！@我爱喝酸奶YE @牙牙爱吃小豆包 @小烛台水灵儿 (1月21日 23:26)

回复



风中的浪迹玫瑰：洛阳牡丹、开封菊花、商丘月季、信阳桂花……小女子我要插满头，洛阳刘毛笔在手，习书法练国粹我要写春秋，郑州烩面、洛阳水席、开封包子、牡丹燕菜、潢川贡面、偃师银条……我要吃个够，中岳嵩山、云台山、王屋山、黛眉山、伏牛山世界地质公园咱再去走一走！@飞在南京的沙鸥@neverdance@大海故乡 (1月21日 23:14)

回复



咪咪考拉：我要去膜拜一下，规模最大的卢舍那大佛，然后去云水相间的白云山，去以山称奇、以水叫绝、因峰冠雄、因峡显幽、可体验山的俊秀与水的灵动的云台山，晚上去感受一下宋代民俗风情游乐园——清明上河园，最后一定要去蕴藏深厚的中国功夫和有着浓郁佛教气息的少林寺。@小烛台水灵儿@李大鹏要转运@tolovemm (1月21日 22:17)

回复



嘉美猫：到开封府寻一块汴绣美美做身衣裳；用黄河水泡信阳毛尖细品那千古清香；到少林寺学功夫还要女扮男装。这一切有原因你听我细说端详，巧打扮润喉咙练功夫都有那原因在：“谁说女子不如男”全国名扬，游河南看中原不忘学艺，拜名师访高人我要学会把豫剧唱！

@羊侦探@哈尔滨良辰美景@top2324 (1月21日 17:05)

活动一推出便得到广大网友的追捧，他们纷纷留言转发，说出自己的河南旅游愿望。在表达自己心声的同时，把河南的旅游资源和整体形象向外推广，让更多人参与到活动中来。被网友强烈关注只是一个开始，随着活动影响力的扩大，河南境内的景区与旅游相关机构也纷纷关注并参与。自2013年1月初开始，云台山景区、清明上河园景区、尧山温泉滑雪景区、户外房车协会等多家与旅游相关的单位相继提供了奖品赞助。

#获奖名单#【愿望清单】活动自上线至今收到了非常多的愿望,其中很多愿望都提到了@河南云台山风景名胜区。为感谢大家对云台山的关注和厚爱,景区管理处特意提供了50张景区门票作为支持,以奖励那些经典的愿望。现公布第一批10名获奖名单,以后将陆续发布。详情请见@河南省旅游局官方微博



+加标签

2012-12-31 10:43 来自专业版微博

置顶 | 删除 | 转发(20) | 收藏 | 评论(17)

【2013河南旅游愿望清单】活动开展中不断得到景区的支持。@清明上河园官方微博特提供100张《大宋·东京梦华》的演出门票对愿望清单活动给予支持。现以50张门票作为奖品,发放给广大网友。要了解5000元河南旅游基金大奖,请点击愿望清单活动:
<http://t.cn/zjRBV5n> <http://t.cn/zjD2WmE>



+加标签

1月17日 11:29 来自微活动-【2013河...

转发(269) | 收藏 | 评论(145)

河南省旅游局官方微博自该活动上线之日起至2013年1月28日获奖名单公布,粉丝增长近万人,活跃粉丝与互动粉丝也持续增加。因活动而带动的官微人气也达到了一个高峰,让一个新建不足两个月的官方微博迅速闯进了公众的视线。

截

至2013年1月底，该活动共收到经典愿望千余条，引起了各方网友的热议。众多新浪微博旅游名人及高关注度微博也参与到了活动中，提出经典好玩的河南旅游愿望，助推河南旅游宣传。

2013年1月28日，6名获奖的幸运儿正式公布。他们分别是：

来自江苏徐州从事影视传媒的勇哥（@江湖故人相濡以沫），最大的愿望就是以骑行的方式游遍河南所有带“阳”字的地方；

祖籍山西，如今在北京某时尚杂志社任编辑的宇哥（@二狗）则希望自驾豪车游河南；

来自广州的咖啡馆老板胡子（@杂货提案）在京广高铁开通后便梦想乘高铁游河南，来一次贴地的飞行；

来自天津的白领美女阿莱（@小阿莱）非常希望重回河南找寻曾经让她感动的小店；

对星座颇有研究的北京女孩儿小蕊（@cloverATS），希望验证十二星座微电影中的河南大地；

来自山东的“野姑娘”蓝小海（@燕燕向阳飞）则希望在河南展开一次“吃货”之旅。

在这里不再对六位幸运儿多作介绍，我们留点悬念。后面会一一揭开他们的面纱，敬请期待……



打个电话回老家

什么是游子？如果你没有独自在异乡度过一个春节，你可能就回答不了这个问题。

2013年的春节不算早，一年一度的“春运”在1月中下旬才正式开始。一时间，各大城市的街头多了许多扛着大包小包的身影。

在我看来，这些身影都是累并快乐着。累，是因为置身在春运狂潮熙熙攘攘的人群中；而快乐，一定就是来自故乡的召唤了！

与故乡的通话，在这个时候被说得最多的，应该就是“春节回来吗”“哪一天到家”“路上注意安全”之类的。然而，并不是每个人都能在春节时回到老家，这时，他们便尝到了做一名“游子”的滋味。于是，他们需要与故乡进行一次更长久的“通话”！

都说河南是“老家”，那浓浓的乡情，深深的乡愁，在新春时节便更显厚重。

或许你回不了家，而我们能做的，只是让你身在异乡，也能感受到家的温暖和家的牵挂。

“抽点时间，找点空闲，打个电话，把爹娘喊喊；习惯妈妈的一些唠叨，听听爸爸的嘘寒问暖；对着老家报声平安，祝愿乡亲幸福美满……”

只是简单地改编了一段歌词，河南省旅游局官方微博却打动了所有游子的心。

30元的话费，多么简单的一份礼物，但这其中却饱含浓浓的老家热情。送出去的，不只是与老家更长久的一次通话，更是游子们对故乡的一种情感表达。