

“十一”黄金周,300万游客逛洛城

各项旅游指标均创历史新高



龙门石窟景区停车场爆满。



王城公园举办的菊展,吸引了不少游客。



在世界地质公园龙潭峡景区,游客用手机自拍。

□记者 戚帅华/文 张光辉 杜武/图

本报讯 昨日下午,“十一”黄金周落下帷幕。记者从市假日旅游指挥中心获悉,今年“十一”黄金周期间,我市旅游再掀热潮,各项旅游指标均创历史新高。

据统计,10月1日至7日,全市共接待境内外游客328.9万人次,同比增长12.1%;旅游总收入16.14亿元,同比增长12.75%。其中,全市共接待国内游客327.63万人次,同比增长12.56%;国内旅游收入15.88亿元,同比增长12.87%。全市共接待入境游客1.27万人次,旅游创汇366.74万美元,同比均增长11.09%。主要旅游景区接待游客243.77万人次,同比增长15.43%,门票收入4127.65万元,同比增长30.22%。铁路、公路、民航等交通客运单位共运送游客253.47万人次,客运总收入2874.93万元。

据市旅游局有关负责人介绍,今年“十一”黄金周,我市旅游市场主要呈现以下特点:

旅游市场“五多”。一是游客总量多。今年“十一”期间,全市各景区游客盈门,主要旅游景区接待游客超过243万人次,酒店入住率在90%以上。二是景区旅游收入多。7天假期,各主要景区接待量和门票收入同比增长30%至50%,刷新了我市“十一”长假景区门票收入纪录。三是旅游活动多。今年“十一”期间,河洛文化旅游节系列活动、省第十一届运动会及各县(市)区

举办的旅游、文化活动交相辉映,实现了文化、经贸、体育与旅游的紧密结合。四是自驾车游客多。今年“十一”假期,自驾车游客占全市游客接待总量的70%,龙门石窟景区停车场每日上午9时前就爆满了。南部生态景区的家庭宾馆门前,农家小院都停满了各地的旅游车辆。五是省外游客多。今年,“十一”假期的客源结构由以往的省内居多转变为省外为主。

旅游新品不断,亮点频现。近年来,随着我市大旅游产品开发建设力度的加大,景区设施不断完善,老景区焕然一新,新的旅游项目层出不穷,形成了“十一”黄金周的强大聚集效应。如白云山、龙潭峡景区经过创5A级景区的提升改造,综合接待水平和景区品位大幅提高,游客人数和门票收入均实现了新突破。

城市环境更优美,游客、市民玩得更舒心。今年“十一”期间,市区处处花团锦簇,游人如织。10月1日局部开放的凌波沙滩浴场,每天都吸引1000多人前来游玩。洛浦公园、隋唐城遗址植物园、新区开元湖音乐喷泉等公益景区,单日游客接待总量最高达2万多人次。

旅游安全和服务提升。今年“十一”黄金周期间,我市开展大规模的服务质量提升活动,各行业、各单位结合实际开展特色服务、精细服务,受到游客好评。全市没有发生旅游安全事故,没有出现大的旅游投诉,投诉同比大幅降低,实现了旅游市场的规范有序。



▲11米挑高精装大堂



▲豪华精装待梯厅



▲员工私属餐厅



▲多功能会议中心

为了这一刻,我们已精心雕琢了1000个日夜!

世贸中心 10月11日, VIP会员全球公开排号! 物业增值计划同期公布: 排号期间价格每天上调10000元/层

地位升华理念, 理念决定高度, 高度引领未来。
世贸中心, 洛阳首座5A级写字楼, 中部500强领袖企业总部港, 借势洛阳新区扩容与CBD建设发展的契机, 树立智能商务办公的超前意识, 执着于打造极品的精装理念, 致力于城市形象的跃升, 从选址设计到精装, 历经1000个日夜的潜心雕琢, 终以151米王者高度, 挺立3000年王城之巅。

- CBD核心: 开元大道与王城大道交会处, 地段潜力勃发;
- 高效商务: 郑西高铁、绕城高速, 内外交通畅达, 聚合中部经济实力;
- 高端定制: 定制大堂高11米, 面积达1200平方米; 11部专属电梯伴行;
- 巅峰品质: 恢弘俊朗立面, 星级精装公共空间;

- 生态资源: 洛阳新区体育馆一览无余, 亚洲最大音乐喷泉、歌剧院等人文配套齐全;
- 名企环伺: 中国移动、栾川铝业、兴业银行、洛阳银行、五星级酒店密集布局;
- 智能办公: 5A智能、外循环新风、高速光纤网络、中央净水科技系统一应俱全;
- 顶级物管: 专为商务精英提供匹配五星级酒店的管家式服务。

总部专线: **6599 6666**

项目地址: 开元大道与王城大道交会处东

开发商: 洛阳方城置业有限公司 + 设计顾问: 五合国际 + 建筑设计: 机械工业部第四设计研究院 + 销售代理: 合顺(中国) + 河南结盟 + 整合推广: Together | 通和

本案

开元大道

王城大道