

# “洛阳名片”现身首都地铁站

## 网友跟帖予以肯定,有关部门表示将不断尝试新的推介方法



□见习记者 王文斌

他乡遇“故知”,对于洛阳网友“木子藤”来说,能在首都地铁站看到家乡的山水广告,自然感到十分亲切和自豪。他关于此事的帖子也引起了我市网友的热烈回应。

### ►►热帖扫描:在北京喜见“家乡山水”

近日,网友“木子藤”就在洛阳网《洛阳社区》上发帖《呵呵,洛阳山水广告上了北京地铁站,真不瓢》。

他在帖子中说:“不久前进京,在北京地铁站看到洛阳山水广告进了地铁站。龙门石窟、龙潭峡大峡谷……很是亲切。”在他贴出的照片中,我们可以清晰地看到,在“开往公益西桥”的地铁标志下,龙门石窟、龙潭峡大峡谷

的户外广告赫然在目,经过此处的乘客都可以看得十分真切。(如图)

记者随后设法联系到了这名网友。他评价说,这么多年来,古都洛阳一直在做“形象走出去”的工作。现在,通过地铁站这一展示窗口,洛阳可以更多地被国内外游客所了解,从而成为他们的旅游目的地。作为一名洛阳网友,他对此充满自豪。

### ►►网友热议:让更多人看到洛阳山水

这个十分简单的帖子激发了广大洛阳网友自豪感,引发了他们的热议——

网友“ccc47”:有创意,广告效果肯定不错。

网友“脆皮糖心”:更多人可以看到洛阳山水,这是很好的宣传。

网友“点点”:我们还有牡丹,还有很多名胜,采取多种方式推介给国内外游客。



### ►►部门回应:不断尝试新方法推介洛阳

龙门石窟管理局的工作人员介绍说,他们在牡丹花会期间(4月1日至5月31日)、暑期及国庆长假前后(7月1日至10月31日)分两次在北京投放了50块地铁户外广告。其中大部分广告牌集中在北京地铁四号线,途径中关村、西直门、西单、北京南站等站点,能让更多乘客注意到。

而在世博会期间,他们在上海投放了38块广告牌,其中大部分集中在经过世博展区的区域。

龙潭峡景区采取了与龙门石窟相同的广告投放策略。

两个景区的工作人员都表示,通过尝试这一新媒介,景区的品牌认知度确实有所提高,今年游客数量尤其是京沪地区游客的数量也有所增加。

据了解,市旅游局市场科负责推动这项工作,相关负责人告诉记者,其实早在2008年国际旅游节期间,我市就曾在香港地铁尝试投放户外广告,宣传洛阳

城市形象,推介龙门石窟、关林、白马寺等景区,取得不错的宣传效果。

据悉,此次只有这两家景区通过地铁广告形式在北京、上海进行品牌推介,不菲的价格是导致我市其他景区犹豫的主要原因。但是考虑到不错的推介效果,该负责人预测,以后可能会有更多的景区选择这种方法。洛阳的各个景区也将不断尝试新方法,让更多人了解洛阳。

#### • 权威身份:

中共洛阳市委宣传部主管、洛阳日报报业集团主办,党报优势,新闻权威。

#### • 超群实力:

十三年成功运营, alexa统计全球排名1.7万,日均IP量8万,日均PV量120余万,全市第一,全省前三。

“洛阳社区”人气火爆,注册会员超26万人。

#### • 核心优势:

共享洛阳日报报业集团全媒体采访中心新闻,最新鲜,最生动,最详尽,离您最近。

#### • 荣耀见证:

河南省十佳网站、全国地方门户创新品牌奖、网盟理事单位。

广告咨询电话: 65233618

地址: 洛阳新区开元大道洛阳日报报业集团22楼