

# 省旅游局与我市签订《关于建立局市紧密合作机制备忘录》 支持洛阳建设国际文化旅游名城



小浪底水库调水调沙的壮观景象。(资料图片) 记者 张晓理 摄

□记者 戚帅华

**本报讯** 昨日上午,省旅游局与洛阳市政府签订《关于建立局市紧密合作机制备忘录》,加强局、市交流与合作,共同推进我市旅游业进一步发展。

根据协议,省旅游局和洛阳市政府共同成立局市旅游合作会商委员会,共同研究洛阳旅游业发展的有关事项。省旅游局将支持洛阳建设国际文化旅游名城和国际旅游目的地;支持洛阳编制高水平旅游发展战略规划,将洛阳纳入全省旅游业重点规划建设区域,在制定

《河南省“十二五”旅游发展规划》、《全省红色旅游发展规划》时予以重点考虑;支持洛阳旅游业发展创新,加快推进洛阳旅游业由数量扩张型向质量效益型跨越;支持洛阳打造一流精品景区,在旅游发展资金安排等方面,向洛阳精品旅游景区建设重点倾斜;支持洛阳推进乡村旅游发展,指导洛阳乡村旅游发展;支持洛阳加快旅游人才队伍建设,建立旅游人才培训基地,促进形成以网络教育培训和网络虚拟人才市场为重点的现代化网络教育培训和旅游人才交流体系,并加大局、市人才交流力度。

## 全市旅游工作会议明确今年工作重点

# 打造国际知名 旅游景区品牌节会品牌

□记者 戚帅华

**本报讯** 昨日上午,全市召开旅游工作会议。会议回顾总结了2010年全市旅游工作情况,提出全市“十二五”旅游发展规划和思路,安排部署2011年旅游重点工作。

会议提出,2011年我市旅游经济目标是:全年接待游客6630万人次,同比增长12%;实现旅游总收入348亿元,同比增长15%。

今年,我市旅游工作将围绕“旅游品牌建设提升年”主题,重点做好以下工作:

加快体制机制创新,激发旅游业内活力。积极申报和建设国家旅游综合改革实验区和全国文物旅游示范区,推动旅游体制机制改革。

加强旅游品牌建设,促进旅游产业转型升级。着力将龙门石窟、白马寺等景区打造成为国际知名旅游景区品牌;将牡丹文化节、河洛文化旅游节等打造成为国际知名旅游节会品牌;将唐三彩、牡丹系列产品、古青铜器等一批洛阳特色旅游产品打造成为国际旅游商品品牌。

按照效益最大化原则,强力实施重点项目带动战略。重点做好隋唐遗址核心区天堂明堂遗址恢复项目、洛阳演艺项目、洛阳古城历史文化街区一日游提升改造项目、西霞院生态旅游项目、五大都城遗址保护展示工程、栾川县旅游集团组建项目、青要山旅游开发项目、玄奘故里文化旅游区建设项目等。

围绕打好建设国际文化旅游名城攻坚战,着力实现旅游产业发展转型升级。进一步完善城市旅游设施和功能,加快建设市游客服务中心项目,争取年底前主体建筑

完工。年内开通我市主要景区和主要旅游购物场所的旅游观光巴士,为游客在洛旅游观光提供更大便利。

进一步加强旅游区域联合。加强与郑州区域旅游联合,围绕玄奘佛教文化旅游区、唐恭陵、汉魏故城等项目积极发展东线旅游,重点参与推出以郑州、洛阳、开封精品景区为核心的郑汴洛黄金旅游线路。依托玄奘佛教旅游文化区、五大都城遗址旅游区、宋陵、天下之中世界文化遗产古建筑群、嵩山历史文化旅游区等旅游资源,打造郑洛历史文化旅游产业带。以伏牛山生态旅游区、黄河文化旅游区为核心,打造郑洛生态休闲度假旅游产业带。以郑州、洛阳两个中原经济区核心城市为依托,打造郑洛商贸会展旅游品牌。以郑州国际少林武术节、世界旅游城市市长论坛、洛阳牡丹文化节和河洛文化旅游节为核心,打造郑洛节会旅游品牌。

加快旅游与相关产业融合,培育和丰富旅游新业态。重点做好伏牛山生态旅游度假区、孟津黄河小浪底西霞院生态休闲度假区开发建设,整合栾川生态旅游产品,积极申报升级休闲旅游度假区。加快老城古城墙、东、西大街等历史文化旅游街区建设,打造古都历史文化游产品。着力开发少数民族餐饮和休闲娱乐产品。整合开发温泉旅游资源。依托一拖集团、中信重机、洛轴、南车集团等洛阳知名大中型企业开发工业游产品。

开展旅游服务进社区、下乡工程,落实旅游惠民富民目标。加快推进旅游服务进社区工程,实现旅行社进社区、旅游宣传咨询进社区、旅游直通车进社区、旅游年票进社区工作,使市民足不出户就可享受到各类旅游服务。

## 路灯杆上“开”牡丹



第29届中国洛阳牡丹文化节即将到来,为把洛阳城打扮得更美丽,我市园林部门将在西苑桥、王城大桥、牡丹大桥、洛阳桥、开元大道、市府东街西街、南昌路和高铁龙门站、周王城广场附近路段共658根路灯杆上安装牡丹绢花花篮,整体安装工作本月底完成。图为3月26日下午,园林工人往王城大桥路灯杆上安装牡丹绢花花篮。  
记者 李卫超 摄影报道

## 今世福“华夏珠宝第一城” 尊荣升级 6000 平方米

由今世福重金打造的御品天下珠宝城位于洛阳核心商业区——纱厂南路通元花园对面,目前营业面积近3000平方米。其商品品类极其丰富,相当于传统珠宝店的60倍以上,堪称中原最大的珠宝商场。

“把御品天下珠宝城称为‘华夏珠宝第一城’一点也不夸张。”今世福御品天下珠宝城总经理李刚介绍说。御品天下珠宝城二层、四层目前正在扩容装修,投入运营后面积将达6000多平方米,这在全国都是极为罕见的。

### 一站式高端商城 拥有奢华摒弃昂贵

“这里并不像商场,更像一座富丽堂皇的宫殿。”朱女士在御品天下珠宝城选购珠宝时说。

“早就听说洛阳有一个中原最大的珠宝商城,今日一见果真名不虚传。”李先生感慨道。他这次是来洛阳旅游的,去过龙门石窟和白马寺之后就来到了御品天下珠宝城并选购了一块价值20多万的翡翠手镯。

笔者在御品天下珠宝城看到,精致橱窗内的产品琳琅满目,亭台水榭不时传来优雅悦耳的琴声。有的顾客正在钻石岛柜台挑选心仪的珠宝;有的顾客一边欣赏着翡翠,一边听专业顾问的介绍。

据了解,御品天下珠宝城集黄金、铂金、钻石、投资金条、翡翠等珠宝首饰于一体。目前有珠宝高端商品上万种,扩容后还会增加珊瑚、世界名表、琉璃等,商品数量将达2万余种。御品天下珠宝城四楼还将开设顶级VIP影院,让高端会员享受到除购物外的超值服务。

据介绍,御品天下珠宝城的商品虽然都是精品中的精品,但在公司的统一成本控制下,实行透明、自助和平价的消费方式。

就钻石来源讲,该店直接从南非、日本、印度等地采购成品钻石,在进行了精加工制造之后便直接在柜台销售。这样既减少了传统钻石流通的中间环节,又避免了传统渠道销售返还商场的扣点,从而能够大幅降低钻



石价格,让利于广大消费者。

### 全新体验模式 颠覆传统珠宝营销理念

珠宝市场将出现以用户体验为中心的多样化营销模式,更加注重消费者的购物环境与体验感受。在经历了传统性商场柜台、店中店的销售模式后,一站式购物体验营销的出现,正是满足消费者需求的市场必然。

据了解,御品天下珠宝城采取休闲和购物于一体的经营方式,通过对整个消费过程“体验化、服务化、沟通化”的掌控来满足消费人群的体验意愿,实现消费过程的完美享受。

为满足年轻消费群体对个性钻戒的需求,御品天下珠宝城专门设置了个性化定制区,可以完全按照消费者的需求进行私人款式定制。在翡翠加工展示区,消费者则可现场观摩翡翠加工;如果消费者对翡翠玉石的真假有疑虑,可以到玉石鉴定处进行免费鉴定;首饰不光、有划痕或者戒指大小不合适了,售后区则会让你珠宝焕然一新。

据了解,为让利于广大消费者,今世福珠宝又开启了钻石、翡翠、铂金等珠宝回购业务,签订回购合同后,珠宝首饰可随时变现。

“本着市场为导向,以产品创新、营销创新为核心竞争力,除珠宝定制、翡翠鉴定、玉石加工、珠宝回购和首饰美容外,御品天下珠宝城将在今后推出更多专业化的服务”李刚介绍说。

(今世福御品天下珠宝城:西工区纱厂南路通元花园正对面 电话:0379-63935559)