

# 晨雾弥漫 洛城似在云端

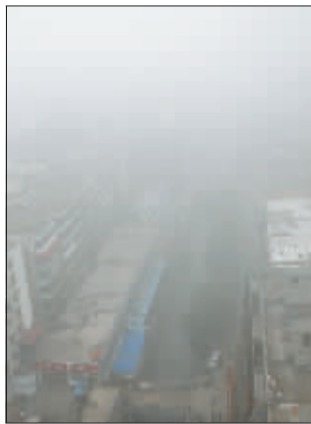


洛阳新区在浓雾中犹如“海市蜃楼”。(大河网网友“洛阳年少”摄)

11日6时许,雨后初晴的洛城被浓雾所笼罩,我市中州渠附近的景物从高处看很模糊;9时许,随着气温回升,浓雾渐渐散去,远处的建筑物又清晰地出现在人们的视线中。

据悉,今天至周末我市天气连续晴好,正是郊游的好时节。

记者 张光辉 摄影报道



浓雾中



雾散后

## 商品房销售明码标价规定本月1日起实施,市物价部门展开专项检查却发现

# 十家卖房的,只有两家规范标价

□记者 李迎博 实习生 邱新艳

按照国家发改委《商品房销售明码标价规定》,2011年5月1日起,所有商品房必须实行“一套一标价”。10日、11日,市物价部门派出两个检查组对我市近10家房地产开发企业所售楼盘明码标价情况进行检查,检查发现,大多数房地产开发企业的标价不规范。

### “一套一标”现场展示

走进恒大绿洲的售楼部,两块“一房一价”价目公示牌摆在显眼的位置,不时有购房者上前查看商品房价格。前台处,物业收费的公示牌上也明确标注着情景洋房、高层、小高层及首期商铺的物业收费标准。

9号楼1单元,东南朝向二室二厅,建筑面积87.29平方米,室内面积73.26平方米,1楼单价6388元,总价55.76万元;9号楼2单元,南北朝向三室二厅,建筑面积107.8平方米,室内面积90.48平方米,6楼单价6518元,总价70.26万元……

价目公示牌上有每套商品房的面积、单价、总价等信息,公示牌旁的“楼宇相关信息公示栏”上,代收费用、小区容积率、绿化率、车位配比、装修状况、配套设施及优惠折扣等内容,标注很齐全。

该楼盘的相关负责人介绍,在接到物价部门的通知后,他们就对在售楼盘做了明码标价,只要有市民来看房,销售人员会先带他们查看商品房的相关信息。

### 部分楼盘明码标价不规范

按照规定,商品房经营者应当在商品房交易场所的醒目位置放置标价牌、价目表或

价格手册,对每套商品房都要进行明码标价。另外,土地使用起止年限、容积率、绿化率、基础配套设施等与商品房价格密切相关的内容都要标注齐全。

检查中,市物价部门检查人员发现,除恒大绿洲、中泰世纪花城售楼处的明码标价比较规范外,其他房地产开发企业均有问题,主要表现为:未在交易场所醒目位置明码标价,未如实标示已售房价格,未标示商品房价格等相关信息,未在销售时公示已选聘物业服务公司的服务内容、服务标准及收费依据、收费标准等。

### 限3日内整改,否则予以处罚

市物价检查所相关负责人表示,对于明码标价不规范的企业,他们以教育为主,处罚为辅;对标价不规范的房地产经营者会先提醒、告诫,限其3日内整改完毕,同时要求企业加强内部管理,组织人员学习相关法律法规。

下一步,我市各级价格主管部门将加大对全市房地产开发企业销售商品房明码标价执行情况的检查力度,及时处理市民的投诉、举报。对不予整改、屡查屡犯的企业,将按照有关法律法规给予处罚。

(相关视频见洛阳网)

## 今年外地赏花客 晋鲁陕冀人居多

□记者 戚帅华

来洛阳旅游的人主要来自哪里?主要来看什么?以什么方式出行的游客为多?他们最青睐洛阳的哪些景点?市假日旅游中心最新发布的“第29届中国洛阳牡丹文化节国内游客抽样调查报告”解答了这些问题。

### 1 外省游客中,晋鲁陕冀人居多

牡丹文化节期间,市旅游局组织工作人员开展了国内旅客抽样调查工作。此次调查自4月1日至5月3日止,调查点设在龙门石窟、白马寺、神州牡丹园、重渡沟、鸡冠洞、老君山景区及东山宾馆、航空城酒店、新友谊大酒店、航空大厦等处。

调查采用现场发放和回收问卷的方式进行,回收并录入了4000份抽样调查问卷,样本量分配为:市区2500份,栾川县、新安县共1500份。

调查显示,在游客来洛动机上,“观光游览和休闲度假”以80.63%的绝对优势排在首位。由此可见,以赏牡丹、游览历史文化景点和生态景区为主要载体的“全城旅游”,成为吸引游客来洛的重要因素。

调查显示,外省游客中,山西省、山东省、陕西省、河北省、湖北省,这五个地方的游客占牡丹文化节总客源的40.42%。25岁至44岁的游客是“旅游大军”的主体,占来洛游客总人数的58.65%。从来洛游客的职业来看,来洛的学生比例较往年大幅提升,排在第一位。

对于“您通过什么途径了解洛阳”这个问题,32.06%的国内游客表示是看了电视里播放的旅游宣传片后,才来洛赏花的。

### 2 散客、自驾游者为“主力军”

近年来洛的游客以散客、自驾游者为主,在4000名外地游客中,以个人旅行方式出游的人占40.08%,较去年有大幅提升;其次,亲朋结伴出游的占30.63%;旅行社组团出游的只占22.41%。在交通方式的选择上,自驾车出行的人占44.71%,乘坐火车和飞机的游客比去年同期多了一些。

监测的全市重点景区(点)中,“游客最感兴趣的景区(点)”排在前五位的分别是龙门石窟、白马寺、白云山、国家牡丹园和王城公园;“游客最感兴趣的旅游商品”主要为土特产、地方特色纪念品、字画。

### 3 娱乐消费仍是“薄弱环节”

调查结果显示,牡丹文化节期间,游客在洛人均消费为489.95元/天,旅游消费几乎全花在吃、住、行上,旅游消费结构单一,旅游购物花费不多,娱乐方面的花费更低。此外,游客在洛人均平均停留天数为2.78天,平均每位游客在我市参观游览的景区(点)个数为2.83个。

调查发现,游客对洛阳整体形象的满意度为87.96%,景区(点)、旅游标志系统和星级酒店游客满意度均在80%以上。在住宿、餐饮、旅游商品以及旅游娱乐方面,不少游客认为洛阳目前的饭店设施相对较陈旧、旅游商品单一、餐饮缺少地方特色、缺少娱乐项目等。