

# 洛阳二答:内外兼修 塑造品牌

《十问洛阳》“二问:告诉世界一个怎样的洛阳?”着眼于城市品牌的塑造与营销,直言“洛阳形象碎片化”的现状,点出了中华文明“原点”复兴的破题之道。

城市品牌,是标签,是形象,是价值,是力量。在这千帆竞发的时代,城市竞争白热化,品牌主导胜与负。正大步走向世界的洛阳,有底气、有魄力、更有智慧来内外兼修,打造品牌,用铿锵之声告诉全世界:“我叫洛阳!”

——找准定位打品牌。

定位准确,事半功倍;定位不当,事倍功半。

洛阳,上下五千年,览遍荣辱兴衰,历尽起始更迭。我们须跳出洛阳看洛阳,跳出中国看洛阳,在世界坐标中锁定自身方位。

站在历史和未来高度来审视,洛阳的定位是什么?

在洛阳“十二五”发展规划纲要中,明确了五个基本定位:国际文化旅游名城、中原经济区“三化”协调发展示范市和重要经济增长板块、生态良好的宜居山水城市、特色明显的新型工业化城市、更加名副其实的河南省副中心城市。

这五个基本定位,清晰地勾勒出洛阳未来一个时期的发展目标。其中,国际文化旅游名城是唯一“国际定位”,也是摆在第一位的城市定位。

如果说,后四个定位,更多立足于中原经济区的担当和作为,那么,依托河洛文化传承,打造国际文化旅游名城,则放眼于国际视野,彰显洛阳在世界坐标中的应有地位。

这一定位,抓住了洛阳历史文化底蕴厚重的最大特色,理应成为洛阳的第一品牌!

——整合资源打品牌。

洛阳,虽无“巧妇难为无米之炊”的无奈窘境,却有令人嫉妒的幸福烦恼:拥有太多符号、太多资源、太多辉煌,却呈现在碎片化的印象之中。

以更大的气魄、更宽的视野、更高的智慧,找准城市定位,抓住文化灵魂,整合独特资源,塑造走向世界的城市品牌,告诉世界一个独一无二的洛阳,增强洛阳的凝聚力、影响力、吸引力



“武后礼佛”将艺术和旅游有机结合起来。晓理 摄

诚然,洛阳坐拥得“史”独厚的文化底蕴,得“天”独厚的生态资源,得“地”独厚的区位优势,得“人”独厚的科研实力,得“重”雄厚的工业基础,但要将这些优势升华为城市品牌,须有足够智慧,大胆取舍,科学整合,将散、乱、碎的元素打造为有机统一的“形象”。

洛阳,正站在世界的高度,背靠历史的厚度,面向未来的广度,抓住文化这一灵魂,从“太多符号、太多资源、太多辉煌”中汲取营养,并加以梳理、整合、萃取、提炼,升华为一个独特的城市品牌。

于是,脉络更加清晰,方向更加明确,主题更加突出:“文化为魂、水系为韵、牡丹为媒、产城融合、带状发展、生态宜居”,已然描绘出品牌城市的崭新形象,让国际文化旅游名城的内涵更加饱满。

——城市提升打品牌。

品牌再鲜明,口号再生动,如果缺乏足够支撑,就会是无本之木、无源之水。

洛阳,正以坚定的信念、坚强的斗志、坚实的步伐,走在修炼“内功”的路上:坚持文化主导城市规划,巧妙运用创意思维,把独特的元素、符号融入城建之中,让厚重的文化资源

形成实实在在的项目、实实在在的产业、实实在在的品牌,让现实洛阳与历史洛阳“貌合神合”、“浑然一体”。

我们将擦亮“千年帝都”名片,发挥洛阳1500年建都史优势,依托龙门石窟、关林、隋唐洛阳城、老城区综合保护开发和天堂、明堂等项目建设,再现“神都”新风采;

我们将擦亮“河洛之根”名片,发挥全球1亿客家人根植洛阳的优势,依托洛浦公园整体功能提升等项目,使“寻根洛阳”、“问祖洛阳”成为洛阳扩大开放的新载体;

我们将擦亮“牡丹花城”名片,发挥一年一届中国洛阳牡丹文化节的优势,营造令人向往的田园生态新城市;

我们将擦亮“丝路起点”名片,以丝路申遗为契机,以白马寺综合保护开发和瀍河回族区为中心,打造中西历史文化交流新亮点。

一个个项目,一条条措施,必将塑造出古都的新形象。漫步于洛阳,欣赏五千年文明史诗本身不就是一首诗吗?

——更新理念打品牌。

城市品牌,范畴抽象,需要形象化包装、感性化表达、人性化营销。

洛阳,拥有包容开放的品格,拥有创新创业的活力,拥有实干争先的风骨,拥有负重奋进的坚强。这些内涵具有具象化传达,方能更具感染力和号召力。

当前,洛阳正在更新观念、创新理念,聘请一流专业团队,组建专家咨询委员会,制定现代营销策略,提炼推广城市品牌。

完善理念识别系统,让洛阳的城市个性、精神内涵、核心价值等更突出;完善行为识别系统,让政府行为、民众行为、企业行为更直观地反映出洛阳的价值追求;完善视觉识别系统,让城市旅游标志、象征图案及宣传口号更生动传神。

——拓宽渠道打品牌。

营销城市需要战略,更需要策略;需要理论,更需要实践;需要理念,更需要手段。我们将放眼五湖四海,拓宽营销渠道,丰富营销手段,“请进来,走出去”,全方位展示。

借力中国洛阳牡丹文化节、河洛文化旅游节等本地节会,善用节会搞营销;依托重要文化遗存,利用跨国丝路申遗等重大活动,组织高端论坛,多用论坛搞营销;依托凤凰、百度、腾讯等知名网站,开通城市微博,巧用网络搞营销;广邀海内外知名媒体及重点客源国媒体,关注洛阳、走进洛阳、推介洛阳,借用媒体搞营销。

我们更要走出去,借助洛阳的国际知名度,精心组织专业营销团队,打响城市品牌。我们要告诉八方游客,告诉广大投资者,告诉海内外英才,让他们了解洛阳、推介洛阳、发展洛阳。

如果把打造洛阳品牌的路径归纳为一条,那就是——以更大的气魄、更宽的视野、更高的智慧,找准城市定位,抓住文化灵魂,整合独特资源,告诉世界一个独一无二的洛阳,内外兼修、品牌传世,增强洛阳的凝聚力、影响力、吸引力。

我们坚信,明天洛阳必将是这样:从来不需要想起,永远也不会忘记!

# 洛阳三答:与潮共舞 借势跃升

《十问洛阳》“三问:洛阳在全球第四次产业转移中处于怎样的战略地位?”我们的回答响亮而干脆:担当战略要地,洛阳当仁不让!

“战略要地”是洛阳的追求,更是洛阳的担当。与“潮”共舞,书写沿海地区过去30年经济奇迹的续集;借“势”跃升,奏响洛阳富民强市的序曲。

洛阳据“十省通衢”之地势,拥科研人才之厚势,挟支柱产业之优势,力图“战略要地”之强势,力取产业转移之胜势,自当志在必得,绝不容失。

“战略要地”是抢抓机遇主动作为的结果,是城市之间比拼竞争优胜劣汰的结果。

全球第四次产业转移大潮汹涌,我市确立“十二五”5年倍增的新目标:引进境内外资金累计达2100亿元。

面对产业转移的时代大潮,洛阳当立足自己的核心优势,加紧优化产业布局,提升物流体系,改善政务环境和公共服务,制定出台更加优惠的政策,提升创业发展的城市平台,从而实现“战略要地”的自我加冕。

洛阳在觉醒,洛阳在准备;洛阳在行动,洛阳在提升。

——一项项优化产业结构的建设项目规划实施。

今年,我市以十大产业结构调整重大示范项目为龙头,开展项目建设攻坚战。全年计划实施千万元以上“调结构”工业项目535个,完成投资730亿元,推动洛阳经济在转移中承接,在承接中转型,在转型中升级,在升级中蝶变。

我市将竞争优势突出的现代装备制造、新材料、石油化工、硅光电及能源电力列入

全球第四次产业转移的历史大潮汹涌而来,洛阳当“潮”头起舞、借“势”跃升,加紧优化产业布局,提升物流体系,改善政务环境和公共服务,制定出台更加优惠的政策,提升创业发展的城市平台,从而实现“战略要地”的加冕

“十二五”五大战略支柱产业,重点做大做强,从“洛阳制造”迈向“洛阳创造”。在优化产业结构、提升重点产业的基础上,以重大节会为招商引资平台,力争在重点产业领域承接引进一批龙头企业项目,让“洛阳制造”释放更大的魅力,吸引沿海产业更多的关注。

——一个个提升物流体系的重点交通项目筹备推进。

郑西高铁已呼啸而至,新郑机场一登封—洛阳城际轻轨开始提笔绘写,洛阳至大连、广州、深圳等架起“空中走廊”,洛阳高铁梦已圆,轻轨梦已近,空港梦在放飞。

连霍高速洛阳至三门峡段扩建激战正酣,洛栾高速、郑卢高速洛阳段向前延伸,武西高速洛阳段进入前期筹备,洛阳县通高速几近梦想成真。

最近,洛吉快速通道工程建成通车,新区到宜阳县城驾车只需15分钟。这仅是洛阳至郊县规划建设的5条快速通道之一。未来三四年内,以“一中心三板块五组团四支撑”为

总体布局,洛阳半小时经济圈将从蓝图变为现实,洛阳区位、交通优势将进一步放大,洛阳的物流体系将进一步畅通,洛阳区域中心的地位将进一步强化。

——一波波政务环境创优、公共服务创新的浪潮次第掀起。

围绕“全国一流、全省最优”的目标,我市今年“环境创优年”活动轰轰烈烈展开,政府将进一步规范自身行为,减少行政审批,简化办事程序,提高服务效率,努力使企业与政府打交道的天数越来越少。

今后我市将推动相关行政许可跨区域互认,扩大民间投资的领域和范围,推动组建跨区域产业技术创新战略联盟,搭建科研成果转化平台,创建产学研军等不同层次合作的公共服务平台,努力使政府提供的公共服务越来越多。

——一条条鼓励承接产业转移的优惠政策酝酿制订。

我市现已着手讨论出台更加给力的招商

引资政策:在财税政策上,对国家鼓励类产业和外商投资优势产业的投资项目,按规定免征关税;

在金融政策上,引导金融机构支持产业转移项目,支持外资银行到我市设立机构和开办业务,支持企业发行企业债券和上市融资;

在产业与投资政策上,对符合国家产业政策的产业转移项目,根据权限优先予以核准或备案,优先安排各级财政性专项资金支持;

在土地供给上,新增建设用地指标优先用于产业集聚区,执行工业用地最低出让价标准……

——一场场提升创业发展城市平台的战役展开攻坚。

我市启动产业集聚区提质增效行动,17个省级产业集聚区和各产业园区你追我赶,加快脚步承接沿海地区特色和优势产业的转移;洛阳新区至今年5月新开工项目121个,累计完成投资上百亿元,加快打造承接国内外产业转移的大平台,以大平台带动产业大聚集,以大平台推动产业大辐射。

我市以十大示范项目为龙头,着力营造“文化为魂,水系为韵,牡丹为媒,产城融合、带状发展、生态宜居”的山水园林城市,全面建设人人向往的宜居、宜业、宜学、宜商、宜游的城市平台。

闻香识洛阳,花香蝶自来。在今年4月召开的福布斯中国中原经济区城市投资与发展论坛上,洛阳曾向世界传递了豪情和承诺:

我们已准备担当承接全球第四次产业转移的历史重任,我们有信心、有能力迎接世界500强、国内500强、行业100强投资者的到来!