

中州路, 将变身古色古香灯光长廊



王府井百货夜景效果图

洛城亮点抢先看



□记者 连漪

修建于20世纪50年代的中州路至今仍是本市一条重要的东西通道,其沿线密布的商业区、旅游景点、大企业更是令其成为在洛阳生活、旅游的必经之路。

市城乡规划局日前公布的《洛阳市城市亮化专项规划》中,未来的中州路将化身一条古色古香的灯光长廊,更加亮丽动人。



中州路亮化效果图



九龙鼎亮化效果图

暖黄色光为主, 将文化符号融入夜景设计

根据规划,中州路的景观照明将以古朴、稳重的暖黄色光为重点表现形式。市城乡规划局市政科有关负责人称,中州路两侧汇集了多处古建筑,文化底蕴深厚,今后在亮化工程中将通过运用光色及融入文化符号,打造出古色古香的景观灯带。

在对中州路的提升中,部分设计已经得到了运用。例如:道路旁的景观灯柱使用了周文化中的传统纹饰,呈现浓郁的古韵。灯具则融入了唐三彩文化,灯具材质局部选用了有机玻璃并加入色彩,形成了唐三彩景观灯系列。

周王城广场、青年宫广场要突出文化味儿

周王城广场:将以周历史文化为背景,用灯光营造出浓郁的历史

文化氛围。

将采用礼乐文化中的“鼓”为元素,鼓内藏灯,白天是可作为景观小品的鼓,晚上则是照明灯饰。广场中心的水池使用投光灯打亮,灯光可以变幻出不同的色彩,以突出洛阳王城的中心地位,并给市民提供一个轻松愉悦的休闲环境。

青年宫广场:新华国际影城为古今结合的建筑,在照明明亮中将突出古建筑的厚重感,整体采用暖色调,重点表现中国古典特色的建筑屋顶。

八角楼:该段灯光将重点营造现代简洁商业氛围,与老街的“古”相结合,带来全新的夜间视觉。

九龙鼎:在九龙鼎周边安装六台星空炮,增加震撼感,光束将直达夜空,象征指引九龙直上云霄。

原洛阳博物馆:将以暖黄色光为基调,通过灯光表现建筑结构,营造华丽庄重的文化气息。

商业区要“亮”得时尚

中州路沿线自东向西分布着八角楼金街、中央百货、新都汇、王府井百货、赛博数码广场等多个商业聚集区。根据《规划》对商业区亮化的总体要求,这些区域的亮化将更加时尚。

其中,商业区的道路亮化,灯具选择应注意时代感,在商业区开阔地段和标志性商店前,将设置平时、节日或有重大活动时使用的景观灯具。商业区入口或街坊等区域亮化,将比整体街区亮度提高1至2倍,亮化方式采用投光灯、艺术灯箱、灯笼等形式,适当使用色光和动态亮化手法。

以我们熟悉的新都汇商圈的新天鹅国际大酒店为例,亮化提升将选用黄色光投亮具有特色的建筑顶部,楼身则以窄光投亮,体现建筑凹凸表面。

王府井周边会营造有序的商业气氛,顶部与玻璃幕墙的色彩打破原有光线的沉闷,提升楼体的活力感。

北京游客“打飞的”到栾川赏美景

□记者 李砾瑾 通讯员 王妹婷

本报讯 25日9点40分,今年牡丹文化节后我市迎来的首个旅游包机团队乘坐中国东方航空公司的MU5699次航班来到洛阳游览。该团队来自北京,共有100人。25日上午,在机场的候机大厅里,活动主办方市旅游局和栾

川县政府举行了简单的欢迎仪式,向每名游客赠送一份特殊的礼物——栾川县的旅游吉祥物栾栾和川川。不少游客立马就在候机大厅里举起这两个可爱的卡通玩偶合影留念。

在为期一天的行程中,北京游客游览了国家5A级景区老君山和鸡冠洞景区。

老君山国家级自然保护区管理局副局长徐雷说,9月16日和10月20日,还将组织两个北京旅游团乘机来洛。

徐雷说,除了组织旅游包机来栾川外,明年还计划开通2条旅行专线,和旅行社进行合作,组织更多游客乘高铁或卧铺专列来栾川旅游。

先提价再返券 聪明反被聪明误

法院判决:商家行为构成价格欺诈, 给予消费者实际购买商品价款1倍的赔偿

□记者 武逸民 通讯员 高晋 于凤卫

先将商品价格提高,再以返还消费券的形式促销,这是一些商家惯用的销售伎俩。日前,市中级人民法院审结一起商家以店庆为名提高商品价格后再返券销售而引起的民事诉讼案。

起诉:商家店庆活动抬高商品价格

涧西区人民法院法官介绍,2009年11月12日,市民陈浩(化名)在我市某商家举行店庆活动期间,以参加商家返券的消费方式,购买了标价3800元的羊毛大衣及童装等多件衣物,并获得商家一定数额的返券。

过了几天,陈浩意外得知,他购买的这些衣物,价格比该商店

搞店庆促销活动前还要贵。

气愤的陈浩以商家故意提高商品价格,导致其过度消费为由,起诉至涧西区人民法院,请求判令被告向其支付衣物标价的两倍赔偿金——7600元以及因维权产生的交通费、误工费等2000元,并由被告承担案件诉讼费。

一审:判令被告赔偿原告衣物标价两倍

法庭上,商家辩称,原告购买的衣物在店庆活动前是以打折的价格销售的,店庆活动中恢复原价并参与返券活动,因此并不存在提高价格销售的故意。

而涧西区人民法院审理认为,企业经营销售应当遵循诚实守信的原则。经营者故意告知消费者虚假信息,或者故意隐瞒真实情况诱使消费者购买商品或者接受

服务的,可视为欺诈行为。被告在店庆活动期间提高商品价格进行返券促销,存在诱使消费者购买商品行为的故意。

依照《消费者权益保护法》相关规定,涧西区人民法院作出了被告向原告赔偿7600元并向原告支付交通费、打印费等共计590元的判决。

一审宣判后,被告不服,向市中级人民法院提起上诉。

终审:原告获实际购买商品价款一倍的赔偿

在二审中,上诉人认为,被上诉人得到了价值3800元的商品以及一定数额的返券,因此,被上诉人作为消费者,从上诉人的促销活动中得到实惠,被上诉人主观上没有受到任何欺诈。

市中级人民法院审理该案件后认为,一审中,上诉人被认定在店庆促销活动期间存在价格欺诈行为为无误。依照《消费者权益保护法》第四十九条规定,经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价格或者接受服务的费用

的一倍。

本案中,被上诉人作为消费者在购买上诉人的商品时,上诉人作为经营者存在价格欺诈行为,故对被上诉人的损失即一审所认定的交通费、打印费等依法应予赔偿。而被上诉人所提出的增加赔偿损失部分,则应依照《消法》的规定,以其本人实际购买商品的价款的一倍——2700元为赔偿限额。

最终,市中级人民法院作出一审法院其他判决维持不变、上诉人向被上诉人赔偿金额由7600元改为2700元的判决。

相关链接

何为商品原价?

本案中,被告辩称店庆促销活动中消费者购买的衣物是以八五折的价格出售,店庆活动中又恢复原价并参与返券活动,所以不存在欺诈行为的故意。

本案被告辩称为何没有被法院采信?市中级人民法院法官吴爱国说,根据国家发改委对“原价”所作的解释,“原价”是指经营者在本次降价前七日内在本交易场所成交的有交易票据的最低交易价格;如降价前七日内没有交易价格,以本次降价前最后一次交易价格作为原价。因此,本案

被告所销售的衣物在活动前的原销售价格为折扣价2728元。根据国家发改委的解释,在店庆返券活动中的原价只能以店庆前七日内的交易价格确定,即将2728元确定为该商品的原价。

对于为何没有支持一审法院的由原告向被告支付7600元赔偿,吴爱国表示,因本案并非商品质量的欺诈,二审法院在原告占有商品的前提下,以其实际消费支付的费用为根据,判决被告赔偿原告实际购买商品价格的1倍即2700元更为公平合理。