

文化为媒 杜康拓展海外市场

2013 杜康控股全国经销商峰会在洛举行

本报讯(记者 王子君)今后,杜康将继续以文化为媒,积极拓展海外市场。18日,2013杜康控股全国经销商峰会在洛举行,来自全国各地的4000多名经销商共商杜康发展蓝图。

洛阳杜康控股有限公司在峰会上透露,今年杜康的销售额要在去年的基础上增长85%至100%。今年第一季度,其销售额比去年同期增长90%,截至峰会当天,杜康今年的销售额已突破12亿元。

近年来,洛阳杜康控股斥资10多亿元,建设包装物流工业园、成品酒仓储中心和包装中心。今年年初,杜康白酒工程院成功落户该企业。同时,杜康积极拓展海外市场。4月22日,2013“酒祖杜康”中国白酒文化全球行活动首站到达新加坡,该活动还将在日本、东欧等地举办。

市领导李少敏、周宗良、王敬林出席相关活动。

“大商”“世茂” 进驻泉舜购物中心

本报讯(记者 戚帅华)18日,大商集团、世茂国际影城正式签约进驻泉舜购物中心。

大商集团是中国500强企业、中国最大的百货零售集团,拥有麦凯乐、新玛特、千盛百货等多个百货连锁品牌。世茂影院投资发展有限公司成立于2010年,该公司旗下的世茂国际影城覆盖上海、北京、苏州、昆明、重庆等多座城市。

相关负责人认为,两大知名商企进驻泉舜购物中心,不仅将带来许多国际品牌,还将带来先进的管理理念和运作模式,对提升我市商业消费市场品位,促进商业市场快速升级将发挥积极作用。

泉舜购物中心位于洛阳新区开元大道中段开元湖畔,总建筑面积24.3万平方米,总投资15亿元。目前,泉舜购物中心招商工作已经进入倒计时。

市领导高凌芝、王立林、谭建忠、郭晓芒参加签约仪式。

政务要闻

■ 17日至18日,全市政法干部培训班在市委政法委举办。本次培训采取邀请专家授课、专题辅导、分组讨论、代表发言等形式,传授刑法和刑事诉讼法、民法和民事诉讼法、行政法律和行政诉讼法等知识。副市长、市委政法委书记沈庆怀参加相关活动。(李三旺 高峰)

■ 18日,由洛阳美术家协会、洛阳市福建商会主办的“闽行八方 大爱无疆”捐助基金大型义拍活动举行。我市近40位书画家创作的68幅作品,由洛阳市福建商会以88888元的价格全部买走,其中两幅作品为王绣、李进学、文柳川等书画家集体创作。此次爱心义拍的善款,将全部用于援助我市贫困地区的小学。(李迎博 高峰)

悉尼市副市长 郭耀文一行访洛

本报讯(记者 李迎博)昨日上午,澳大利亚悉尼市副市长、议员郭耀文(Robert kok)一行来洛,考察炎黄科技园(中部数谷)项目建设情况。

炎黄科技园(中部数谷)项目是2009年“中原文化澳洲行”活动结出的经贸硕果。作为澳大利亚第一位华裔副市长,郭耀文还担任“澳洲中国年庆典活动”组委会主席,他牵头组织的一系列中澳友好活动,积极传承中国文化,传播中澳友谊。在考察结束后,郭耀文表示,炎黄科技园项目是中澳合作的成功典型,他将继续支持洛阳与澳大利亚在更多领域里的交流与合作,让澳大利亚更多人才、资金、技术落户洛阳。

炎黄科技园(中部数谷)项目位于洛龙科技园区,计划总投资32亿元,分为研发科教园、企业基地园、数据服务园等七大主题子园区,是一个以数据产业为特色的产业园区。项目于2012年11月开始建设,目前展示中心主体已封顶。

我市部署开展 党的十八大精神 分专题菜单式宣讲活动

本报讯 近日,市委宣传部、市委市直工委、市委党校、市社科联等单位联合发出通知,在全市部署开展党的十八大精神分专题菜单式宣讲活动。

此次活动是去年学习贯彻党的十八大精神集中宣讲活动的进一步深化,是“走、转、改”活动向社科理论界延伸的重要载体,其目的在于根据机关、社区、企业、学校、农村等基层单位的不同特点和需求,以分专题菜单的形式,为各级党委中心组学习、形势政策教育、理论学习提供更加有现实针对性的学习内容和平台。

此次活动共确定了19个宣讲专题,选聘了82名省、市社科理论界有专长的专家学者,因材施教,基层单位可以单“点菜”。该活动不仅可以有效解决各基层单位日常理论学习聘请专家讲课难、深层次理论学习辅导难等问题,还有利于社科理论专家将研究课题与社会需求有机结合。(罗轩)

中国旅游日,不应仅仅是“优惠日”

昨日是我国第三个中国旅游日。不少景区在当日推出优惠活动,以吸引更多游客。然而记者调查发现,许多市民对中国旅游日并不了解,许多优惠活动也没得到市场相应的认可。专家指出,旅游日不应该只是对游客的“优惠日”。

旅游优惠活动多

昨日是我国第三个中国旅游日,今年的主题是“休闲惠民,美丽中国”。

为迎接中国旅游日,我市不少景区推出了一些优惠措施和旅游活动:19日当天,白云山景区对游客实行半价优惠措施;龙潭大峡谷景区在旅游日当天,对5月19日出生的游客实施免票优惠;

栾川境内的老君山、重渡沟、伏牛山滑雪度假乐园、养子沟、龙峪湾、抱犊寨等6家景区在18日、19日两天,面向全国大学生免票。

同时,我市还在旅游日当天举行5·19中国旅游日洛阳旅游嘉年华活动,全市数十家涉旅企业参加活动,向市民免费发放包括周王城天子驾六博物馆、关林等景区门票,重渡沟免费两日游等在内的近万张旅游优惠券。

市民认知度不高

虽然已是第三个中国旅游日,但记者昨日随即采访了不少市民,仅有少部分市民知道有这个节日。

“中国旅游日的优惠期限仅一两天,而且当天并不是法定假日,就算想出去玩,也很难抽出时间。”市民张晓飞说。

九都路某旅行社曾在去年中国旅游日前后推出了优惠线路,然而报名者寥寥。“多数市民都不知道这个节日,宣传效果也不理想。”该旅行社负责人说。

一些旅游企业的负责人表示,节日旅游离不开市民参与,但如果市场积极性不高,这个节日会沦为鸡肋,旅游企业也不会花更多精力在上面。

不应只是“优惠日”

“搞优惠打折活动见效快,但一晃而过起不到很大的作用。”河南科技大学区

域经济研究中心主任高延军建议相关旅游企业、部门可以在旅游日前后几天合作开展一些活动,丰富节日文化内涵,鼓励社会广泛参与。

“打折让利固然可以激发消费者的旅游热情,但要传播中国旅游日文化,使其真正被大众认可和接受,就不能将其完全变成‘优惠日’。”河南科技大学旅游管理系副教授全红星表示,中国旅游日最重要的应该是面向大众普及旅游理念、旅游知识,推动旅游服务不断优化提升,真正贴近大众,让更多人都能够享受到旅游的价值与欢乐,让人们对于旅游服务业更满意。

本报记者 戚帅华 实习生 赵宇蕾



我市举行“中国旅游日”主题活动

昨日,5·19中国旅游日洛阳旅游嘉年华活动在周王城广场举行。今年中国旅游日主题为“休闲惠民,美丽中国”,活动口号为“爱旅游、爱生活”。作为我市举办的首次旅游日主题活动,参与本次活动的企业有近60家。在现场,40余家企业免费派送景区门票、代金券、各类打折卡、旅游纪念品等活动礼品共计50多种,价值10万余元。

本次活动由市旅游发展委员会、洛阳日报报业集团主办,洛阳日报社、洛阳景区业协会、洛阳饭店业协会、洛阳旅行社业协会、洛阳旅游商品业协会承办。

记者 戚帅华 实习生 赵宇蕾 摄

当“国际博物馆日”撞上“中国旅游日”

桦雨

430件(套)精品文物首次集体亮相,一些博物馆和文物景点免费或优惠开放,助推了一个旅游小高潮。

上周末,当“国际博物馆日”撞上“中国旅游日”,洛阳的博物馆“热”了,洛阳的旅游行业“笑”了。

这一撞,看似机缘巧合,实则偶然中隐含必然。因为,对古都洛阳而言,文博业与旅游业本来就是一对共生共荣的“连体婴儿”——洛阳旅游,最炙手可热的景区是文物景区,潜力最大的资源也是文博资源。

但是在现实中,这对“连体婴儿”常常“貌合神离”。我市馆藏文物数量达40万件,居全国地级市之首,大部分博物馆却门可罗雀,多数“宝贝”也“养在深闺人未识”。

与其和麻雀为伴,不如与游客相约。此次博物馆与旅游业“牵手”,驶入公众交流与互动的轨道,双赢自在情理之中。

博物馆是保护记忆的地方,更是与历史对话的场所。洛阳的博物馆缺“讲故事”的能力,缺乏营销理念的创新,展览方式平面化、陈列化,缺少体验互动,往往给人古板守旧的“老古董”印象,令市民和游客难以亲近。

其实,博物馆完全可以有另一副“面

孔”。英国注重博物馆文化资源和产业链的深度开发,其旅游景点有80%都是博物馆,年访问量高达4200万人次,85%的境外游客把参观博物馆等当作来英国的主要目的之一。

“保护”文物不是“通缉”,也不是“门前冷落鞍马稀”的理由。国际博协总干事朱利安·安弗伦斯曾言,将“保护”这一传统使命与培育创造力相结合,以实现博物馆的更新和观众数量的增长,是博物馆正在追求的变化。

用现代旅游的眼光来考量,用现代旅游的手法来运作——洛阳的博物馆亟待做出改变。创新营销理念和手法,建立面向市场和游客的体制机制,引进多媒体和3D等技术改变展示方式,增加体验性、互动性展览活动,让文物“活”起来、“动”起来,吸引更多游客走进门,这比单纯的“免费”更关键。

正如今年“国际博物馆日”的主题——“博物馆(记忆+创造力)=社会变革”,期盼这一“撞”能真正撞出博物馆变革的火花!



“快时尚”来袭:好吃好玩还独特

升龙广场: 打造洛阳第一商业街

差不多的品牌,差不多的布局,当一个个购物中心模式化,购物变得越来越直接,原本想利用逛街改变的生活,也变得乏善可陈。想留住顾客,就要不惜一切找点新意,寻点创意,“独特”之于购物中心就变得无比重要。

最别致的休闲: 吸引拥有“奔腾之心”的人

2015年,升龙购物广场将开业迎客,它会成为一个完整的新型购物中心。

“洛阳其实不缺时尚服饰,可是以休闲生活为主的购物广场还不多。”在该广场业务部经理看来,这个新型购物广场绝不仅是时尚服饰的聚集地,“更是为洛阳,乃至中原城市带来一种新型购物休闲体验。”该购物广场还能提供电影院、电玩、K歌、酒吧、美体、餐饮等项目,相当于一个独立的餐饮娱乐购物中心。

“到目前为止,潮牌在洛阳已经遍地开花,但是我们仅把潮牌作为烘托气氛的点缀,更加注重的是来此休闲娱乐的人。”广场相关负责人说,这里是为了那些拥有“奔腾之心”的人而建——朝气、活力、不断地探索,这也与该企业的文化相符。

最乐活的休闲: 总得让生活有点改变

总有人抱怨,生活的压力越来越大,生活的感受枯燥之味,这时,玩好才是正经事。升龙广场希望能给循规蹈矩的生活带来一些改变,希望能为升龙购物广场而让繁忙的你跳出一成不变的生活。

传统百货与现代百货的重要区别,就是多功能和多业态,进商场不再仅仅是购物,更是休闲与放松,未来休闲购物一体化的趋势会越来越明显。近几年,购物中心也更加重视休闲作用。当顾客走累了,可以有地方歇脚喝茶;逛饿了,可以有地方享受美食。这些其实跟主业并不冲突,反而让消费者的购物过程更加轻松愉快。

增加休闲区域只能看作是百货商场和“传统”告别的冰山一角,“不能把进驻的品牌商当作一种商品来经营。一定要从不同角度多元化地提升顾客‘真实’感受的体验,才不会受到电商的价格冲击。”升龙广场相关负责人说,升龙购物广场就是要将体验式购物最大化,让每一位顾客喜欢来,愿意来,愿意再来。

最有趣的休闲: 年轻的其实还有心态

年轻、时尚、休闲的品牌要有引导性。“高端消费年



轻化,逐渐成为新趋势,升龙购物广场作为以年轻时尚消费群为主的商场也将逐步引进更高端的时尚品牌。”该经理充满信心地表示,洛阳百货商场的商品重叠率高,是共同面临的问题。但不管各家百货商场定位如何,30岁左右的年轻人,经济负担轻,消费理念超前,是商家的主要培养目标。因为这一消费群视野更国际化,对品牌的认知度也更高。再加上百货业是引领时尚的行业,年轻人作为主要客户群具备很大的市场空间,也是未来竞争的焦点。

且从整个升龙购物广场的规划风格上看,年龄层定位更趋年轻化,从卖场布置到品牌设置都会更明快活泼。卖场最新引进的品牌多是“潮品”,而非“奢侈品”。

最美味的餐饮: 吃也是一门艺术

“河南缺洋不缺土。”说这句话的是零售业一位资深人士,用在河南的餐饮业似乎也不为过。除了沿海城市和一线城市之外,洛阳则是鲜有时尚餐饮扎堆之地。而囿于面积,时尚餐饮在洛阳并未形成规模。

从升龙购物广场餐饮部来看,时尚餐饮作为主打,巧克力、甜食,还有各种静态酒吧,这些集合了年轻时尚元素的餐饮店一家挨着一家。如果说,评价传统美食的标准是“色、香、味”,时尚餐厅则让顾客一进餐厅先欣赏它的环境,然后感受它的服务、体验它的气氛,最后才品味它的菜式。

时尚餐厅的定位,就是不同于商务餐厅的一掷千金,它更注重菜品的精致、用餐的情调和消费者心情的调适。升龙购物广场吸引的是80后、90后求新、求异、求时尚等带有小资情结的消费者,这恰好与“时尚餐饮”基本元素吻合。伴随着购物中心在洛阳的枝繁叶茂,消费主体年轻化,创业者也会趋于年轻化,而这将会是时尚购物休闲中心带给洛阳餐饮业的一个重大结构性变化。(章杰)

第十届全国博物馆 十大陈列展览精品 评选结果揭晓

洛阳博物馆 “河洛文明” 上榜

本报讯(记者 姜春晖 通讯员 胡寅)中国博物馆界的“奥斯卡奖”再次花落洛阳博物馆。18日,第十届(2011—2012年度)全国博物馆十大陈列展览精品评选结果在山东济南揭晓,洛阳博物馆基本陈列展览“河洛文明”成功荣膺精品奖。

全国博物馆十大陈列展览精品评选,由国家文物局、中国博物馆协会和中国文物报社等部门和机构联合举办,每两年评选一次,评选程序包括初评、专家实地考察、网上投票及终评等,号称中国博物馆界的“奥斯卡奖”。在本次评选中,洛阳博物馆凭借厚重的历史文化、丰富的文物资源、先进的策展理念和手段以及丰富多彩的社会教育活动,赢得了评审专家的一致好评,最终从众多参评单位中脱颖而出。

此次获奖,是洛阳博物馆在1998年荣获第三届全国博物馆十大陈列展览精品奖之后,再度获此殊荣。

助力“双申遗” 万人来签名



“5·18”国际博物馆日当日,助力丝绸之路和大运河申报世界文化遗产万人签名活动在洛阳博物馆举行。

当日10时许,万人签名活动正式开始。我市文博系统人士、师生代表、志愿者代表以及洛阳网“洛阳社区”的网友等,纷纷在展板上签下了自己的名字。

记者 姜春晖 通讯员 徐阳光 摄