

开放招商 服务企业 优化环境

针对天然气用气高峰期,市燃气供应部门未雨绸缪、细化预案,确保用气无忧

精心保供应 企业“气”更足

中铝洛阳铜业有限公司是我市的天然气用气大户,遍布厂区的一台台工业炉,每月所需的天然气在100万立方米以上。

制订“冬保方案” 确保稳定供气

据了解,去年12月以来,我市周边一些城市都出现了不同程度的气源不足情况,但是,“气荒”绕开了洛阳。

足情况,但是,“气荒”绕开了洛阳。

承担着全市供气重任的洛阳新奥华油燃气有限公司以做好供气保障、服务企业发展为宗旨,在去年冬季到来之前就详细制订了“冬保方案”,全力保供气、全力服务工业生产。

该公司副总经理张志刚介绍,从去年第四季度开始,该公司就对2座门站、1座调压站和2座LNG储配站进行了维护保养,确保天然气管网100%安全稳定运行。

另外,市燃气供应部门还积极协调上游气源,通过已建成的西南环线,实现了中石油、中石化两大入市气源的联通。

精心调度运营 建立“绿色通道”

科学有效的调度运营,也是确保稳定供气的重要环节。近日,记者在市燃气供应部门调度中心看到,在实时监控显示屏上,中信重工、中钢洛耐、中铝洛铜、卡博陶瓷等工业用气大户的用气量一目了然。

调度中心负责人说,中信重工自去年年底以来大订单多,任务重,日用气量从平时的4万立方米猛增至15万立方米,他们通过精心调度削峰填谷,为企业冲刺全年目标创造了条件。

与此同时,市燃气供应部门还对全市工业用户进行分级管理,建立重点客户服务“绿色通道”,在工作细节上精益求精,为企业排忧解难。

中铝洛铜自2012年9月使用上新置换的西气东输天然气后,由于新的气源热值更高、压力更稳定、更清洁环保,2013年企业不仅节约燃气费用300多万元,产品的每吨能耗成本也降了下来。

中铝洛铜生产运营部副部长魏进京说,市里的燃气供应服务非常到位,为公司加快转型升级步伐做出了积极贡献。

本报首席记者 赵志伟 通讯员 童志江



我市大规模乔木 种植工作完成过半

本报讯(记者 赵佳 实习生 张莉 通讯员 李辉)8日,市领导张世敏一行检查了我市园林绿化提升工作进展情况。

今年牡丹文化节前,我将在城区27条城市主干道、9个城市广场游园相关区域内增植大规模乔木4.8万株。

按照《洛阳市2014年城市生态园林绿化提升工作方案》要求,今年我市计划实施320项生态园林绿化提升工程,待所有项目完工后,可新增绿地337.18公顷。



政务要闻

昨日,由市委外宣办、市政府新闻办主办的“洛阳牡丹文化节,我们准备好了”活动正式启动。

发挥青联作用 服务开放招商

本报讯(记者 李迎博)昨日,在市青年联合会第七届委员会第二次常委(扩大)会议上,一份题为《凝聚青春力量 助力开放招商》的倡议书格外引人注目。

为引导广大青年在开放招商、项目建设工作中充分发挥突击队作用,市青联出台《服务开放招商青春建功行动方案》,成立招商组织,组建招商队伍,多措并举,团结和组织全市优秀青年人才服务开放招商工作。

市青联相关负责人表示,此次开展的服务开放招商青春建功行动,将引导我市广大青年积极投入全市招商工作大潮,在全市开放招商工作中建功立业。

(上接01版)

故事二:来自雷声的命

金家街社区坑多窝多,怕下雨。一到汛期,社区全体工作人员每人备一套雨衣、一把铁锹。大雨一来,人们都是往家、往屋里跑,他们却纷纷拿着工具往外跑。

社区主任尤庆辉说:“在金家街,雷声就是命令!”

金家街社区还有一道命令:每逢阖家团圆的时候,社区党员干部要全部分散下去,走街串巷查安全。

故事三:46万元的分割

赵家姐弟俩因旧宅拆迁赔偿款的分割问题发生纠纷,久拖不决。

刘青玉到赵家做工作,一趟不行两趟,两趟不行三趟,可谓跑断了腿,磨破了嘴。

后来,刘青玉得知,赵家姐的条件很好,不让步的目的就是想给弟弟早年的所作所为上一课,吐吐心中多年的委屈。

那天,刘青玉把姐弟俩请到党支部办公室,动之以情、晓之以理,请求姐姐打开心结继续做弟弟的“傻大姐”,要求弟弟痛改前非维持家庭团结。

一番劝导,姐弟俩抱头痛哭,心结打开了,矛盾化解了。

等到赔偿款下来的那一天,赵家姐弟坚决要求把钱款打到刘青玉的账户上,请其主持分割。

赵家姐说:“刘书记咋分,我们咋认。不为别的,我们就是相信她,服她!”

【从群众中来,到群众中去】刘青玉:要想群众信服你、拥护你,得做到两点:一是你要走到群众中间,替他们着想、为他们办事,不要心眼儿——不要老坐办公室,要到现场、到群众家里坐会儿、聊会儿,把他们当成自家人;二是你得迎着问题上,而不是躲着矛盾走,还得出于公心、办事公道——就算群众一时理解不了,事后也会感激你。

栾川新闻

大营销 新跨越

栾川县2014年旅游大营销活动启动

游正处于转型提升的关键期。

2013年10月,市委、市政府明确了洛阳市旅游业“四核心一县一特色”的发展思路。其中“一县”就是按照国家度假区标准和“生态栾川、度假胜地”的定位,将栾川打造成国家级休闲度假胜地;在“四核心”中,也确定把老君山作为洛阳生态游的龙头来打造。

如何实现栾川旅游持续转型、提质增效,成为摆在栾川人民面前的突出问题。如何破题?

党政主导、全员上阵,开展旅游大营销!

“党政主导、全员上阵发展旅游是栾川的优良传统和宝贵经验。”栾川县旅游工作委员会主任孙欣欣说,与2001年的营销活动相比,今年的旅游大营销活动,与旅游企业结合得更加紧密,目标考核体系也更加完善,可以说部署得更加扎实了。

“在栾川旅游发展提质增效的关键时期布置大营销活动,是栾川县委慎重考虑的结果。”栾川县委一位退休老干部说,一方面可以形成全县上下更加关心支持旅游业发展的氛围和合力;另一方面,广大干部分赴各地开展旅游营销,可以学习各地发展旅游的经验和新思路。

大营销 全员上阵

县四班子领导带队,全县70个委局、15个乡镇参与,12个旅游景区和11家旅行社联合发力,共同构成了栾川县2014年旅游大营销活动的主体。

该县成立了2014年旅游大营销工作领导小组,由县委书记任政委,县委副书记、县长任组长,其他四班子领导任副组长,各乡镇、各相关单位负责人为成员。

领导小组下设19个旅游营销工作组,每组由两名县领导牵头,由1个组长单位和多个成员单位组成。各工作组都有明确的

组客任务,由组长单位负责、成员单位分包共同完成。

同时,为保障市场开发取得实效,栾川县成立了2014年旅游客源市场开发督查考核组,按照“周统计、月通报、季排名、年考核”的要求进行考核,考核结果计入2014年综合目标考核分值。

“今天,主要由我给大家介绍江苏市场的主要情况,会后将发放个人目标任务考核表。”在江苏片区工作组的第一次会议上,组长单位负责人说。

在19个工作组中,职责分工明确到位,所有成员各司其职。各组长单位统筹协调本组旅游客源市场开发工作,主要做好一些阶段性重点工作,如召开推介会、组织旅行社商谈、洽谈等;对组客目标进行分解,将分包任务划分到单位,明确到个人,负责与分包区域的旅游局对接;制订本组营销工作方案。同时,各成员单位负责所分包城市的旅游客源开发,联合分包景区重点推介,做好驻地营销;充分发挥行业优势,利用行业内媒体宣传栾川旅游,把旅游营销与开放招商相结合。

大营销 各尽其能

“我觉得用‘今春,到栾川来赏花’这个主题比较好。”在豫西片区营销会上,大家正在热烈地讨论春季市场启动阶段的营销主题。“我们应该突出在农家庄园就可以赏花踏青的主题,提醒游客住在农家院,自在享受春光。”这个有点千篇一律,不如来个‘爱在春天’主题游,推出对家庭游、情侣游等的优惠措施……”

在各个工作组内,营销策划都在开展,各小组根据自己的分包区域、行业特点确定营销方案。栾川县委统战部通过分包区域的统战部门,向所在地的企业家发出旅游邀请函;栾川县住建局计划在行业内报纸上投放栾川旅游广告,以达到性价比最高的目的;栾川县市政局正在联系分包区域市政管理部门,洽谈旅游宣传台摆设事宜;有的单位借力网络平台进行旅游营销,已先行一步进军客源地的百度贴吧、网站论坛,或通过微博、微信进行营销……

为了发挥营销工作的集中效应,各工作组在分头行动的同时,按照不同的时间节点,分6个阶段进行营销推介。

调查摸底阶段:3月15日前,各工作组要熟悉分包区域基本情况、以往开发情况;与当地旅游局对接,掌握当地所有旅行社情况,对当地媒体资源进行调研,根据收集资料,建立旅行社名录、新闻媒体名录,做好分类整理工作。

市场启动阶段:3月31日前,扎实促进春季市场启动,集中进行春季旅游推介。

洽谈踩线阶段:3月16日至4月5日,组织有合作意向的旅行社到栾川进行踩线、洽谈,做好接待工作,签订组团协议,并突出宣传清明节期间各景区举办的活动及推出的优惠政策。

广告投放阶段:4月,各工作组在分包区集中投放广告;借力洛阳牡丹文化节、中原旅游商品博览会、老君山文化旅游节等,迅速迎来旅游高峰。

驻地营销阶段:5月至11月,各工作组按照节假日安排、旅游区特点、营销活动主题等内容开展工作,确保完成全年组客任务。

总结回访阶段:12月,除重点宣传伏牛山滑雪节外,对2014年市场营销工作进行总结,完成全年客源市场数据统计,对分包区域游客的年龄、职业、家庭收入、旅游人均消费等信息进行分析,为2015年市场营销工作打下基础。

大营销 有大作为

此次大营销活动重点分类开发58个目标城市,包括省内18个城市、周边5个省会城市以及周边省份的35个省辖市,着力将栾川旅游客源市场向周边延伸,市场半径扩大至800公里。

大营销,大作为。栾川力争通过大营销战略在省内外市场迅速叫响“生态栾川、度假胜地”“山岳经典·十里画廊——老君山”两大旅游品牌;力争通过大营销活动使栾川2014年接待游客量达950万人次,努力实现旅游总收入50.3亿元。

本报特约记者 李艳 通讯员 白佳丽

核心提示

2001年,栾川旅游发展的开局之年,栾川县委党政主导、全员参与组织开展了大规模的旅游营销活动,迎来了栾川旅游发展的第一个春天;2014年,全景栾川建设的关键之年,栾川县委一号文件印发《栾川县委党政主导全员上阵旅游大营销实施方案》,再次拉开旅游大营销的帷幕,以推动栾川旅游提质增效。

大营销 再谋发展

3月6日,栾川会堂。窗外春寒料峭,室内气氛热烈。知名旅游业专家、旅游管理专业人才、旅游企业代表、全县70个委局和15个乡镇的分包干部齐聚一堂,共同商讨栾川旅游营销大计。

2月21日,栾川县委一号文件印发《栾川县委党政主导全员上阵旅游大营销实施方案》。全县上下按照县委一号文件的要求,在奔赴各地开展大营销活动前,做了一系列扎实周密的准备工作,这次召开的旅游营销培训会就是其中的一项。会上,栾川县参与营销的干部接受了旅游业界营销专家的专业培训。

党政主导、全员上阵开展旅游营销,在栾川不是第一次。

“早在2001年,栾川县就组织过一次大规模的旅游营销活动。”市旅游发展委员会副主任孙小峰说。

孙小峰说,2001年,刚刚起步的栾川旅游进行了第一次营销探索,全县各单位捐款51万元,到周边城市开展旅游营销活动,正是那次营销活动打开了栾川旅游发展的局面。

大营销 提质增效

如今的栾川旅游,在县域经济发展中的地位和作用更加突出。生态立县发展战略已深入人心,全景栾川建设的战略布局业已形成,旅游产业基础设施逐渐完善,栾川旅

查处环境违法行为 增强企业环保意识

栾川县开展 减少污染物排放专项行动

本报讯 为全面、深入推动《河南省减少污染物排放条例》的贯彻落实,从7日起,栾川县开展为期两个月的减少污染物排放专项行动。

此次行动将严厉查处县域内排放污染物的环境违法行为,采取有效措施解决排污单位在落实环保政策上责任不明确、措施不配套、工作不得力的问题,加强对排污单位的现场环境监督检查;组织开展落实环保政策专项检查行动,加大对重点区域和重点行业污染防治设施运行情况的经常性监督检查,确保环境违法问题及时得到查处,进一步增强企业的环境保护意识。

(张照洋)

举办广场舞大赛 庆祝三八妇女节



3月5日,栾川县面向社会群众举办“三八”广场舞大赛,来自社会各界的45支舞蹈队为栾川人民带来了精彩的广场舞表演,充分展现了栾川妇女积极向上的精神风貌。

白佳丽 摄