# 最新洛阳文化旅游项目 洛阳文化建设(4篇)

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2024-06-30

*在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧洛阳文化旅游项目 洛阳文化建设篇一作者/李东友党的十七届六中全会和省委九届十二次全会...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

**洛阳文化旅游项目 洛阳文化建设篇一**

作者/李东友

党的十七届六中全会和省委九届十二次全会明确提出要深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣。集安作为新兴的旅游城市，早在2024年就提出了“文化兴市”发展战略并大力发展旅游文化。旅游文化是一种复杂的综合文化现象，是旅游业持续、健康发展的灵魂，对城市现代化发展具有很强的推动作用。集安具有良好的人文和自然景观，历史悠久，文化底蕴厚重，同时拥有世界文化遗产地、中国历史文化名城、中国优秀旅游城市、国家级生态示范区、全国休闲农业与乡村旅游示范县、中国十大边疆重镇和中国书法之乡等众多称号。近年来，市委、市政府把旅游业作为支柱产业重点培育，着力围绕丰富旅游文化内涵做文章，并将旅游文化资源优势转化为发展优势，全面激活了旅游市场，引进了大量的人流、物流和资金流。去年，全市实现旅游综合收入9.8亿元，是2024年的8倍，旅游收入占全市gdp的12.9%。

深入挖掘历史文化资源，打造差异性旅游文化品牌

深厚的文化底蕴和独有的人文历史，为集安旅游文化发展奠定了良好的基础。2024多年前，朝鲜民族迁都集安留下了大量历史遗迹，2024年7月1日，在第28届世界遗产大会上，朝鲜王城、王陵及贵族墓葬共43处被列入世界遗产名录，其中42处在集安境内，集安成为我国第30处世界文化遗产地，朝鲜遗迹被评为4a级景区。集安洞沟朝鲜古墓区拥有近万座古墓，是目前所知全国数量最多的古墓群。此外还有碑刻、石柱、彩色古墓壁画等众多珍贵的历史文物，朝鲜遗迹在文化性、独特性和唯一性方面都处于绝对优势。为深入挖掘朝鲜文化，全面增强旅游文化产业发展活力，按照“整合资源、促进发展、优化管理”的原则，组建了集安市朝鲜文化旅游管理开发委员会，负责全市旅游政策研究、产业规划、项目建设、市场监管、宣传促销、环境营造和公共服务等。同时，组建了集安市文化旅游发展协会，下设13个行业分会，发展会员300多人，营造了全市上下发展旅游文化产业的浓厚氛围。2024年，根据朝鲜历史和墓葬壁画记载，集安与上海边玉宽艺术团联合投资1000多万元共同筹划、设计、编排的以展示朝鲜文化为主，融歌舞、杂技、武术为一体的综合性大型音舞诗画《梦萦朝鲜》，受到中外游客的一致好评。根据朝鲜时期建筑特点，计划投资1亿元，建设朝鲜王家园林项目，其中一期豆谷离宫项目已开始内部装修；投入资金8000多万元，按照“黑白灰、素淡雅、精秀美”的小城风格设计理念，对全市居民楼和公共建筑外墙进行了整体改造。编撰出版了《集安风物传说》、《朝鲜风情书画集》、《历代诗人咏集安》、《集安市旅游》、《集安史话》等一批全面反映朝鲜文化风情的书籍。

深入挖掘边境文化资源，构建完善的精品旅游线路

集安作为吉林省对朝三大边境口岸城市之一，与朝鲜隔鸭绿江相望，如何利用好这一有利位置打好边境牌，成为旅游文化不可或缺的内容。鸭绿江是国家级水利风景名胜区，集安境内拦江建有云峰和老虎哨两座大型水电站，形成了云峰湖和老虎哨两大界湖景区。中朝共同合作开发的望江楼电站和长川电站，已于2024年3月开工建设，目前正在有序推进中。集安境内鸭绿江水面开阔，水流平稳，两岸青山耸立，风光秀美，有“游一江之水，观两国风光”之说，别有一番情趣。优美的边境风光和优良的生态环境构成独具特色的旅游资源组合，对国内外游客有很强的吸引力。近年来，集安沿鸭绿江旅游线路，累计投资10多亿元，开发建设了云峰湖3a级景区及十里滨水、老虎哨、绿江源、羊鱼港码头等有特色、有效益的旅游精品项目，开设了老虎哨和云峰湖游船游艇和漂流线路，打造了以云峰湖、绿江源和老虎哨为三个节点的鸭绿江集安段黄金旅游观光精品线路，增强了旅游的观赏性和娱乐性。同时，为深入挖掘边境文化旅游资源，积极争取开通赴朝旅游项目，于2024年赴朝进行了实地踏查，与朝鲜签订了集安至满浦一日游协议书，有望短期内开通集安赴朝鲜旅游线路，推动集安甚至全省旅游事业快速发展。

深入挖掘餐饮文化资源，树立富有特色的餐饮品牌

近年来，乡村旅游成为一种时尚，许多城里人喜欢品尝一下农家菜、感受一下乡土气息。如何提高农民经营意识和整体素质，规范行业管理，培育独特的乡村旅游文化，成为市政府重点研究课题。为做精乡村游品牌，集安市政府出台了“在市区控制性发展，以少数民族为主，要具有地域特色；在市郊合理性规划，以农民发展为主，要具有民俗特色；在偏远位置选择性发展，以临近山水为主，要具有生态特色”的指导政策，避免了重复、低水平建设。经过几年的发展，逐步建立了以果树村、长川村、上活龙村、秋皮村、地沟村为代表的田园采摘度假区12个，扶持发展农家饭庄120余家。同时，为充分展示朝鲜族民俗特色，在集安经济开发区朝鲜古迹景区附近投资600余万元，建设了一处占地75亩、建筑面积1400平方米，集餐饮娱乐、水果采摘于一体的太王民俗村。经过精心培育，农家乐旅游得到规范，服务质量和品位档次明显提升，已成为当地旅游业中不可或缺的一个品牌。

集安原生态自然环境较好，可食用的野生菌、菜、果、中药材资源丰富，种、养、栽、繁基地多。由于自然地理条件复杂，文化历史源远流长，因此餐饮文化的底蕴也较为深厚。一是位于鸭绿江边，游客可品尝到鸭绿江鱼等特色水产品。二是老岭山脉由东北向西南横贯全境，森林植被覆盖率高，加上特殊的气候条件，培育了许多野生特产资源，可发展长白山“山珍”餐饮。三是朝鲜的历史文化底蕴在全国乃至全世界也是独一无二的，因此朝鲜特色烧烤等深得游客的青睐。四是农家特色的民俗餐饮以其生态、健康的特点，在餐饮文化中也占有一席之地。目前，全市规划建设了鸭绿江鱼宴一条街、朝鲜烧烤一条街、朝鲜火盆一条街。朝鲜特色餐饮、朝族烧烤、高丽火盆、鸭绿江鱼宴及绿色山珍系列旅游特色饮食，已成为集安特色的餐饮品牌。

深入开展立体营销战略，增强旅游文化发展潜力

“十二五”期间，将围绕省委九届十二次全会和集安市第十四次党代会精神，立足丰富的资源优势和良好的发展环境，充分利用已形成的知名度、信誉度和投资吸引力，进一步培育旅游文化，并按照“发展大旅游，培育大市场”的思路，努力把集安建设成为东北地区集观光、休闲、度假、养生为一体的多功能旅游名城，力争实现旅游综合收入26亿元，占全市gdp的15%以上。一

**洛阳文化旅游项目 洛阳文化建设篇二**

如何建设国际文化旅游名城

洛阳，需要一种胸怀，需要一种视野，需要一种魄力，面对全国甚至国际，勇敢地拷问自己：

——洛阳旅游，我们的声音在哪里？

——洛阳旅游，我们的位置在哪里？

——洛阳旅游，我们的未来在哪里

洛阳，中华文明的原点，丰碑一般的城市。上下五千年，几多兴废事，给世人留下了无尽遐想、怅惘和憧憬。

如今，我市已盛装拉开的国际文化旅游名城建设大幕，上承厚重历史，下启美好未来，既是推进特色城镇化的点睛之笔，更是穿越时空的里程碑工程！对此，我们重任在肩，干系重大，只能建好，唯有建好！

怎样建好？市委书记毛万春在全市“作风转变年”动员大会上指出：国际文化旅游名城建设的每一个项目，都应该做到精心、精准、精致，从而成为精品、极品、绝品，都应该成为洛阳历史的“展览品”、洛阳今天的“代表作”、洛阳明天的“标志物”。

这就要求我们，要时刻以勤奋的“烈火”锤炼我们的每一项工作、每一个细节，兢兢业业地干，精益求精地干，让国际文化旅游名城建设“精”光四射、流光溢彩。

精心谋划，要彰显洛阳特色、用足洛阳优势。因为彰显特色方可塑造更优特色，用足优势才能造就更大优势。洛阳的特色和优势是什么？是“千年帝都、牡丹花城、河洛之根、丝路起点”；是文化，是

工业，是山水，是旅游；是“包容开放，创业创新，实干争先，负重奋进”的新时期洛阳精神„„

精心规划，要着眼全局，就是要对洛阳面临的机遇和挑战、优势和劣势，心中要有数，目光要远大，规划要精到，最大限度地挖掘发展的潜力，激发发展的活力。

精心建设，必须坚持质量第一。每一个项目建设主体，都要把工程质量当做头等大事，以对人民负责、对历史负责的态度，确保工程质量。

实施城市精细化管理，我们要拿出创建“夺牌”的劲头，将城市管理触角由城区向城乡接合部延伸，由主要街路向每一条巷道延伸，由重点时段管理向全天候管理延伸，由单一的市容管理向综合管理延伸，最终做到“全覆盖无缝隙”管理，让人们在城里生活、工作感到悦目、爽心、方便、体面。

精雕细刻才能精品频出，精益求精才能精彩无限。

只要我们在“勤”上下足工夫、在 “精”上做足文章，就一定能在国际文化旅游名城建设中打造一个“精品洛阳”！

**洛阳文化旅游项目 洛阳文化建设篇三**

打造国际文化旅游名城

走“三化”协调发展的路子，必须充分发挥新型城镇化的引领作用、新型工业化的主导作用、新型农业现代化的基础作用。作为郑州都市区的文化旅游功能区，登封市是如何做的呢？

为什么搞新型城镇化？

郑福林说，登封目前已经有建设新型城镇化各方面的基础，从城市建设角度讲，2024年已经在全国范围内选择、招标规划设计院，做登封全境域的《城乡建设总体规划》和城区的《控制性详细规划》，登封新城的“一城三区四组团”规划蓝图已绘就。

为了实现这些规划，比如登封新区商住区、中心城区功能提升的一些主要项目，市委、市政府都成立了相应的现场指挥部，明确副县级以上领导干部任指挥长，都正在开展工作，这为登封建设新型城镇化奠定了很好的基础、积累了经验。

怎么搞新型城镇化？

郑福林说，这是一项全新的工作。做好新型城镇化，首先要明确一个思路，即“规划引领、基础先行、政府主导、群众自愿”。

其次要做好“四件事”。一是各乡(镇)区、街道都要做“三规合一”的规划，并对规划进行充分的论证、评审、专家讨论，确定下来后除修铁路、高速公路、基础设施等以外，今后不能随意乱改，有关部门要严格把关审批。二是要推进计划，用3~5年的时间，把所有的村都搬到市区、镇区或新农村社区。三是要把新型城镇化建设列入明年的重点工作。四是搞好宣传发动，怎么搞新型城镇化、具体政策是什么、有什么好处，给群众一个交代，避免强迫命令。

最后要抓住“五个关键”。突出“工作重点”，明年将紧密结合登封实际，建设国际文化旅游名城和生态园林城市的需要，重点做好郑登快速道路、生态廊道等工作。重点做好生态廊道建设，优先绿化道路两侧。这是旅游城市的需要，让游客一踏入登封，就像走进了森林、进入了景区，要达到四季常青、三季有花。

将采取什么保障措施？

对此，郑福林说，一是健全机构。市委、市政府已经成立了全市新型城镇化建设推进领导机构，各个乡(镇)区、街道也相继成立相应的综合机构，明确专人负责和具体的分 工，健全完善各乡(镇)推进新型城镇化建设工作的运转机制。

二是明确责任。市直各个职能部门均围绕新型城镇化去谋划，涉及服务的事情，必须做到“零障碍、立刻办”。

三是创新机制。市新型城镇化领导小组每个月至少要召开一次例会，每个指挥部要建立周例会工作制度。还将进一步健立考核机制、观摩机制、讲评机制、党政领导督察机制、突击检查机制等，人大代表、政协委员也将定期视察，全市上下形成合力，强力推进。

四是严格督察考核。登封市委、市政府督察考核办制定新型城镇化建设的推进机制、责任追究机制，切实加强对这项工作的专项督察、全面督察。

**洛阳文化旅游项目 洛阳文化建设篇四**

洛阳“国际文化旅游名城”战略策划独家访谈之十

运营洛阳：打造“国际文化旅游名城”的重要保障

上期提要

昨日，本报刊登了洛阳“国际文化旅游名城”战略策划独家访谈之九——《龙门石窟：山水胜境，艺术殿堂》，王志纲工作室提出要通过艺术石城、伊阙妩城等休闲体验项目，强力推动龙门石窟景区由世界级观光地向国际高端休闲度假地的转型升级，担当起洛阳“国际文化旅游名城”的“一轮明月”。

城市运营：开启洛阳“国际文化旅游名城”之门的“金钥匙”

记者（以下简称“记”）：王志纲工作室对洛阳“国际文化旅游名城”战略所作出的初步策划，给人的感觉是规模浩大、气势恢弘、美妙诱人。但是，如果按照这一“蓝图”实施，却面临着一个接着一个的现实问题，比如这么多的大项目，谁来操盘？项目所需的大量资金，怎么运作？即使项目顺利完工，到底能不能吸引休闲、体验的高端游客群？

王振宇（以下简称“王”）：其实，这些问题都可以归结为一个问题：洛阳这座规模庞大的宝库，如何才能找到通往“国际文化旅游名城”的“金钥匙”，实现“芝麻开门”？记：是啊，“金钥匙”是什么？

王：这把“金钥匙”只有四个字：城市运营。从城市和政府角度而言，城市运营不是战术问题，而是战略问题，需要系统的市场化的运作理念和理论的指导。作为洛阳城市发展的首要定位，要实现“国际文化旅游名城”的战略目标，城市运营是最根本的途径。

记：城市运营这个概念并不陌生，很多城市包括我们洛阳也都照此在做。您认为城市运营的关键点在哪里？

王：所谓城市运营，就是政府对可开发的城市资源，通过市场化运作实现城市资产与品牌增值而造福社会的过程。政府不是市场主体，因此城市运营商就成为政府经营城市的市场化抓手。通过它实现资金的融通、市场资源的整合以及市场营销传播等具体操作问题。城市运营商实际上既是城市开发投资商，也是城市营销商，它承接政府制定的蓝图，进行基础设施建设和示范性项目开发，以市场手段化腐朽为神奇，就比如我们常说的使麻布变锦缎，使生地变熟地，熟地变宝地，宝地变旺地，客（含投资客与消费客）似云来，货如轮转，城市外向度因此陡增，首位度大幅提升，美誉度与忠诚度同步飙升，则城市何愁不兴？

因此通俗地说，城市运营就是综合发挥市场这只“无形的手”的巨大作用，以及政府资

金“四两拨千斤”的引导作用，使城市资源配置容量和效益的最大化、最优化。按照王志纲工作室的观点，其关键点是“市场”和“市长”要跳好“双人舞”。

记：在城市运营方面，王志纲老师曾经提出过著名的“火锅理论”与“腾笼换鸟”，能简要谈一谈吗？

王：这是一种比较形象的比喻说法，火锅的价值，在于你熬制的那一锅老汤，什么肉菜放进你的汤里，都会鲜美可口。当你把一个城市的理念、意识、价值观和市场化环境都做出了自己的特色模式而又切合市场大众的需求，那么任何投资商进来都会觉得如鱼得水，其开发的成果也会更加符合或接近城市品牌价值标准，而消费者进来，也会受到你这个城市品质与精神的影响而增加认同感、归宿感乃至敬仰感，口碑传播，城市名声不胫而走。老锅飘香，天下客商自然慕名而来、闻香下马。

至于“腾笼换鸟”，则包括产业转型升级置换和产业人口置换等内容。比如古城区要发展旅游，则该区现状人口结构和产业结构都需要服从和服务于旅游产业需要，从事旅游服务的餐饮、购物、娱乐、演艺等人口应该相应集中进去。腾笼的过程也是硬件环境改善再造的过程，换鸟的过程既需考虑原住民的存在比例以利于文化生态的持续，又需充分考虑旅游服务业态的人口需要。比如云南丽江古城，如今已是如日中天的休闲度假胜地，旅游商气鼎沸，但当地政府还是在大力鼓励纳西族原住民保持在古城内的现身率。任何古城文化旅游的发展都离不开腾笼换鸟的环节，洛阳亦然。只有换，才能焕然一新、焕发生机，换出一个新时代。记：那么，洛阳在打造“国际文化旅游名城”的过程中，该如何运用经营城市的理念呢？王：总的来讲，必须坚持高举高打、纲举目张，在“统一策划、统一规划、统一开发、统一运营、统一营销”的原则指引下，进行开发和运营。

记：具体该怎么做呢？

王：本着长短兼济、虚实相生的原则，洛阳“国际文化旅游名城”战略的实施，既需培育运营主体、完善旅游服务，也须理清开发次序、占据舆论高地。

培育运营主体：“国际文化旅游名城”的“操盘手”

记：“培育运营主体”怎么说？

王：打造“国际文化旅游名城”，洛阳面临一个运营主体不太清晰的问题。我们在洛阳调研时发现，洛阳景点分布零散、互不隶属；相关委局各有职能、缺乏整合，必须强化管理、投资和运营三大功能主体，将洛阳的旅游各方面利益团体有效的整合在一起，形成一股合力，促进文化旅游产业有序健康蓬勃发展。

记：那么，运营主体该怎么培育？

王：在政府层面，应该有一个统筹管理旅游产业的权威机构，建议成立洛阳市旅游发展

管理委员会；在市场层面，应该倾力打造洛阳旅游开发“航母型”企业。

记：您认为，这个旅游发展管理委员会该怎么设立？

王：在我们的设想中，旅游经济发展管理委员会应该是代表市委、市政府负责领导洛阳打造“国际文化旅游名城”的“操盘手”，要由市委、市政府主要领导挂帅，保证其令行禁止的权威性和有效性。这个委员会可以从政策、行政、服务、项目、资金、税收等方面，综合协调解决洛阳旅游发展中涉及的诸如政策条例、旅游资源权属经营、景点景区规划开发、休闲设施建设、经济利益分配、总体旅游营销宣传、旅游企业督导等方面的问题。

记：打造旅游开发“航母型”企业，又是基于什么样的战略考量？

王：大型旅游开发企业，是政府进行旅游产业运营的御林军，主导大型旅游项目的开发。我们建议，设立洛阳文化旅游投资集团，负责主城区重点项目的开发，确保大型文化旅游示范性项目的高水平开发和经营；同时也可以参股或控股县（市）区重大项目的开发。理清开发次序：率先打造“国际文化旅游名城”的“三大支柱”

记：王志纲工作室为洛阳打造“国际文化旅游名城”策划了这么多的项目，从现实操作上讲，恐怕不能遍地开花吧？

王：当然，一定要理清开发次序，把握节奏，有序推进。首先应该集中优势力量精心打造出洛阳城市旅游休闲的门厅和窗口——即名城战略的“三大支柱”。分别是“艺都”山水门户——龙门石窟国际休闲度假区；“帝都”文化客厅——“帝都大观”隋唐古都文化休闲区；“花都”文化窗口——国色天城。

记：为何格外强调这“三大支柱”？

王：因为她们代表着 “东方神都、华夏圣城”洛阳的精、气、神，都是面向世界的城市形象名片。单个讲，每一个都能成为洛阳旅游国际化的新地标，都能为洛阳的古都复兴、旅游振兴提供有力支撑。综合讲，这“三大支柱”之间本身就是互为补充、互为依托，三者相映生辉，足以让中国为之瞩目，让世界为之惊艳！

完善旅游服务：让国内外游客感受到贴心和舒心

记：旅游服务，是旅游业发展必做的功课。过去在做，现在在做，将来还要做。您为什么要突出强调“完善旅游服务”呢？

王：游客外出旅游、休闲、度假，谁都盼着高高兴兴出门、心满意足回家，所以一个城市的旅游要达到国际化的程度，不但需要国际一流的观光景观和休闲平台，更需要细致入微、贴身贴心的国际一流的旅游服务。但是客观地讲，洛阳的旅游服务包括各个景区景点的旅游服务参差不齐，多数档次不高，与打造“国际文化旅游名城”的要求相比，还有很大的提升空间，这也是我们格外强调这一点的原因。

记：那么，怎样才能完善旅游服务，达到国际一流的目标？

王：洛阳市旅游服务体系建设有赖于政府、企业和社会的良性互动和有效配合，在此基础上须建立“四大系统”加以支撑。

记：分别是什么？

王：第一个，是打造洛阳旅游集散与信息服务中心。高铁时代，洛阳龙门站将成为越来越重要的路上门户形象区、交通集散地与旅游信息服务中心，应强化龙门站的旅游化服务功能。同时，应在定鼎门附近设立市内旅游综合服务中心，配合天街中轴线的打通和隋唐古都旅游的开发，树立古都旅游服务形象。

第二个，是建立健全洛阳的旅游咨询与投诉系统。应考虑成立由洛阳市旅游局牵头，工商、交通、消协、食品药品监督等部门参与的洛阳旅游服务办公室，专门处理游客信息咨询与消费投诉事宜，确保游客满意度。

第三个，是旅游形象标志及导视系统。应设计统一的旅游形象标志，完善在通往各旅游景区景点、休闲娱乐场所等地的统一导视标志，确保外来游客便捷地达到目的地。

第四个，是建立旅游快速通道系统。可以考虑在洛阳主城区主要景区景点之间、主城区与南北区县的主要旅游景区之间，建立旅游绿色快速通道。

占据舆论高地：围绕“名城战略”营造浓郁氛围

记：现代社会，处在一个资讯高度发达、网络互动热络的时代。舆论，是一个城市快速崛起必不可少的推手。

王：是的。现在这个时代，是注意力经济时代，引导舆论至为关键。舆论造势是为了让中国关注洛阳，让世界聚焦洛阳。应围绕洛阳提出的打造“国际文化旅游名城”战略，通过媒体、网络、杂志等传播渠道，形成好戏连台、热点不断的舆论话题，让世界和中国发现一个新洛阳，认识一个新洛阳，为洛阳“名城战略”的实施运营营造舆论氛围。

记：您希望围绕哪些话题，展开洛阳“名城战略”的宣传，才能起到事半功倍的效果？王：要动员报纸、电视、网络等多种媒介广泛宣传，至少形成四大舆论话题。

话题一，古都复兴看洛阳。在风起云涌的古都复兴浪潮中，抛出“古都复兴看洛阳”的话题，重点阐述洛阳在历史上的地位和洛阳古都复兴的价值，让洛阳成为古都复兴的引领者。话题二，“国际文化旅游名城”创建之路。通过组织专家研讨会、网络讨论、论坛等形式，广泛传播、广求建议，在社会上引起关注和讨论，达到既宣传推介洛阳，又征求意见和建议的目的。

话题三，聚焦河洛之间，探索华夏之源。主要内容包括黄帝密都、石窟艺都、牡丹花都、白马佛都和中原夏都等文化渊源；洛阳是儒释道三教滥觞地、中华古老文化的根脉所在，等

等。

话题四，一心两翼构筑洛阳新格局。主要宣传洛阳未来将形成的以帝都名城为中心，以南北伏牛山山水度假区和黄河文化旅游区为两翼的新格局，以及洛阳市区作为“国际文化旅游名城”的中心载体，未来将形成“一核、一轴、两带、四引擎”的战略新格局。

记：这四大舆论话题，关注的人群主要在国内。从追求国际化效果的角度，您认为我们该怎样吸引世界各地游客的目光？

王：一语中的，洛阳的确需要吸引全球关注的目光。根据“四大引擎”和“三大支柱”的现实进展，我认为，洛阳可以把“帝都大观”的世界古都博览园和“国色天城”的万国国花园作为两大抓手，来吸引全球关注的目光。

衷心祝愿：“国际文化旅游名城”早日实现

记：洛阳“国际文化旅游名城”战略策划独家访谈，到此就告一段落了。作为一名洛阳人，我非常感谢您和王志纲工作室所有创作人员，对洛阳打造“国际文化旅游名城”的精心策划。如果其他洛阳市民在场，相信他们也会和我一样表达这一心情的。

王：谢谢！在洛阳调研的三个多月中，很多县（市）区、职能委局、文化旅游景点、文化文物场所，还有许多洛阳的专家学者，给我们提供了翔实资料和独特见解；洛阳日报报业集团也为我们的调研工作，提供了细致入微的协调服务。因此，王志纲工作室也希望借贵报一角，表达我们对洛阳市委、市政府、相关单位和广大市民最诚挚的谢意。

记：好的。《洛阳日报》、《洛阳晚报》都会把您的这番话转告给广大市民。

王：古都洛阳，人文渊薮，国色天香，物华天宝，人杰地灵。尤其是洛阳城内，有一大批以洛阳发展为己任、视弘扬河洛文化为终生事业的有识之士，热情洋溢、斗志十足，他们是洛阳打造“国际文化旅游名城”的生力军，潜力无穷、精彩可期。作为以东方智慧为根基和特色的战略策划机构，王志纲工作室的目标是“打造中国最好的战略思想库”，我们也非常愿意为洛阳的崛起竭心尽智。具体观点和做法，大家也许各有不同，可以切磋，也可以争论，我们也将积极吸纳借鉴，并对策划方案进行调整和完善。

记：对于“国际文化旅游名城”这一千秋大业，您的希望是什么？

王：我们衷心祝愿，“国际文化旅游名城”能够早日实现！我们也相信，在洛阳市委、市政府的正确领导下，全市上下心往一处想，劲往一处使，必能为世界奉献一座国色天香的东方文化古都！

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找