

最新参观洛阳桥 洛阳调查报告(优秀5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

参观洛阳桥篇一

从调研情况看，近十几年来，我市的农村饮水工作在各级政府的高度重视下，取得了比较明显的成效，全市大面积的人畜吃水困难问题基本得到了解决，但是由于水源变化、水体污染、水质不达标以及工程老化、病坏等诸多因素的影响，农村群众的饮水安全问题仍然非常突出。截止20xx年底，全市476万农村居民中，有200万人存在饮水不安全问题，其中水质不达标的164.3万人，水量不足、取水不方便以及供水保证率低的35.7万人。在未达标的164.3万人中，饮用氟砷含量超标的86.7万人，饮用苦咸水的52.7万人，饮用水源被严重污染的有24.9万人。高氟、高砷、苦咸、污染等水质问题，严重影响着人民群众的身体健康。长期饮用高氟水，轻者形成氟斑牙，重者造成骨质疏松、骨骼变形，甚至瘫痪，丧失劳动能力。长期饮用砷超标的水，易造成砷中毒，可导致皮肤癌和多种内脏器官癌变。长期饮用苦咸水，会导致肠胃功能紊乱，免疫力下降。这些疾病给群众身体健康造成极大危害，影响了农村人口的整体素质，导致群众医疗费用支出高，生活质量降低，一定程度上影响了农村社会的和谐稳定发展和新农村建设。

参观洛阳桥篇二

旅行是否顺心、消费是否放心、旅游环境是否满意，这些得由游客说了算。市旅游发展委员会5日发布的《第33届中国洛

《洛阳牡丹文化节国内旅游者抽样调查报告》显示，游客对洛阳整体形象的满意度为90.17%。90.84%的游客认为他们在洛阳的旅行很愉快，有意重游洛阳。

市旅游发展委员会相关负责人表示，近两年，我市娱乐产品不断丰富，但旅游消费结构变化不明显，购物和娱乐消费所占比重仍较小，因此调整旅游产业结构迫在眉睫。下一步，市旅游部门将加快休闲度假和体验型旅游项目建设步伐，建设大型旅游购物超市和成熟的独具特色的旅游美食街、风情街，着力打造具有代表性和影响力的旅游手工艺品、纪念品品牌。同时，加大对现有旅游商品和旅游演艺产品的营销力度，培育消费市场。

外地游客来源日趋多元化。

调查显示，牡丹文化节期间来洛旅游的外地游客来源日趋多元化，人数最多的是省内游客，占43.28%。省外游客中，与我省毗邻的山西、陕西、湖北、河北等省的游客最多，分别占游客总数的7.74%、6.82%、5.43%和5.08%。

今年来洛的游客以散客为主，以家庭或亲朋结伴、个人旅行方式出游的人分别占45.69%和40.49%；旅行社组团出游者只占8.95%。在交通方式的选择上，自驾车出行的人占35.11%，乘火车的人占35.91%，乘坐飞机来洛的游客仅占3.98%。

来洛游客以观光游览和休闲度假为主。

调查显示，游客了解洛阳的主要途径是通过历史知识和电视，分别占游客总数的22.88%和21.75%。

游客对我市的文物古迹和山水风光最感兴趣，人数比重分别占35.85%和32.75%。此外，洛阳的文化艺术、民俗风情及饮食文化等，也排在游客感兴趣项目的前几名。游客感兴趣的景区（点）排在前五位的是龙门石窟、白马寺、王城公园、中国

国花园和国家牡丹园。游客最感兴趣的旅游商品主要是具有地方特色的纪念品和工艺品、土特产，分别占23.91%和17.74%。

九成游客满意洛阳之旅。

今年游客在洛平均停留天数为2.98天，平均每名游客在我市参观、游览景区（点）个数为2.8个，较去年均有所提升。其中，43.94%的游客是首次来洛，来洛2次至3次的游客占33.55%，5次及以上的游客占17.87%，重游率明显提升。

参观洛阳桥篇三

- 1、时尚家居，经典传世。
- 2、筑福未来，人生境界。
- 3、荣耀四海，富达天下。
- 4、开天辟地，创造财富。
- 5、心系筠连，繁荣家园。
- 6、境界生动，康居从容。
- 7、得天独厚，非你莫属。
- 8、耀世杰作，与君子共赢。
- 9、纳天下所有，让生活更美好。
- 10、纳四方贤士，拓筠连繁华。
- 11、富贵繁华，皆居天城。

- 12、情归筠连，共享天伦。
- 13、开放筠连，开创富地。
- 14、富地兴邦，永乐大康。
- 15、富甲一方，嫁置连城。
- 16、金龙银凤，富贵宝盘。
- 17、天天淘宝，安居乐业。
- 18、发展筠连，共创富地。
- 19、众志成城，富地生金。
- 20、财富福地，健康家邸。
- 21、富地常在，共创未来。
- 22、福庭门第，只此富地。
- 23、财富天地，掘金区域。
- 24、凤翥龙翔，泽披后世。
- 25、前缘定今生，今生住前缘。
- 26、情牵筠连人，共兴筠连城。
- 27、富地乐雅居，你值得拥有。
- 28、富居之地，名仕之家。
- 29、金归故里，传承富地。

- 30、领秀之城，卓而不凡。
- 31、富地新坐标，联城新导航。
- 32、富地共赢，价值连城。
- 33、画里心城，梦里安居。
- 34、倾国倾城，天下无双。
- 35、让梦想安居，让心灵靠岸。
- 36、富地又传承，还是家乡好。
- 37、回家的满足，城外的. 诱惑。
- 38、财富新天地，今日尚美城。
- 39、返乡安居置业，推动筠连建设。
- 40、一颗星钻心，光耀筠连城。
- 41、富地锦都，城市新坐标。
- 42、福人居富地，富地筠商居。
- 43、引领高尚消费，乐享休闲安居。
- 44、尊享荣耀人生，尽享优雅生活。
- 45、富地健康城，圆你家园梦。
- 46、富地蓝博湾，商业第一城。
- 47、游子心中梦，富地阳光城。

- 48、居富庶之地，成锦绣人生。
- 49、用脚丈量远方，用心怀想世界。
- 50、筠连新天地，财富尚天城。
- 51、富贵之地，和谐之城。
- 52、高品味生活氛围，高品质生活方式。
- 53、富裕万千百姓，点亮城市未来。
- 54、富裕当地百姓，振兴城市经济。
- 55、筠集天下财富，连接幸福生活。
- 56、筠连新世界，幸福新生活。
- 57、坐拥富地，荣居尚城。
- 58、绿色生活，天然健康。
- 59、财富找筠连，富地有尚滨。
- 60、创业有富地，生活有桃源。
- 61、安定荣华城，享尽乐悠悠。
- 62、广招八方游子，建设家乡福地。
- 63、让梦想投射在现实的阳光中。
- 64、世界在于你，你在富地尊御城。
- 65、大家大宅大风范，尊尚尊贵尊体验。

- 66、富地滨天城，滨天富贵地。
- 67、坐享天伦，唯尔独尊。
- 68、将星及第，闪耀筠城。
- 69、天造地设，润泽乡亲。
- 70、心泊蓝岸，梦栖港湾。
- 71、画里心城，梦里安居。
- 72、引领高尚生活，乐享休闲安居。
- 73、让梦想安居，让心灵靠岸。
- 74、时尚家居，经典传世。
- 75、筠连富地，共商锦城。
- 76、境界生动，康居从容。
- 77、返乡安居置业，推动筠连建设。
- 78、壹品万和城，家和万事兴。
- 79、富地聚灵气，富美优生活。
- 80、衣锦还乡时，安居荣华城。

参观洛阳桥篇四

上周，中国青年报社会调查中心通过问卷网，对人进行的一项调查显示，52.8%的受访者发现近两年返乡就业的年轻人增多了，据受访者观察，返乡年轻人中选择创业的人(60.9%)占

比最高，从就业意愿来看，创业(52.5%)也是他们最想做的工作。返乡年轻人面临的最大困难是老家就业机会少(54.8%)，其次是自己缺少一技之长(49.9%)。64.9%的受访者希望社会为返乡年轻人创造更多接受技能培训机会。

乡镇和农村受访者对返乡年轻人增多感受最明显

何谦3年前毕业于北京某高校政治经济学系，之后回到了老家河北石家庄，进入了某银行分行做管理。何谦坦言，当时他也想过留京，但权衡利弊之后最终放弃。“以我的专业和实习经验，在北京找一份高收入的工作不难，只是不一定能拿到户口。考虑到房价太高，以后的生活也不够稳定，我还是决定回家就业”。目前，何谦已经在父母支持下在老家结婚买房。在他看来，自己当时的选择还是很明智的，“和我一起毕业的同学，很多还在一线城市打拼，人生的其他阶段都要延后”。

今年28岁的张媛媛刚刚结束了在上海的9年打工生涯，回到老家山东淄博某县待产。张媛媛已经有一个女儿，生完第一胎不久，她就回上海继续工作。这次，她打算留在家里。“在上海时，我跟老板卖童装，积累下不少经验，也掌握一些好货源，这次打算在家开个童装店。”张媛媛说，虽然老家也有不少童装店，但是她感觉自己的货款式漂亮，进价也相对低。“现在的父母都喜欢把孩子打扮得漂漂亮亮，也舍得花钱，童装生意应该有前景”。

调查中，52.8%的受访者发现近两年返乡就业的年轻人增多了，30.0%的受访者感觉没变化，7.8%的受访者感觉减少了，9.4%的受访者表示不好说。

进一步调查显示，来自乡镇和农村的受访者对返乡年轻人增多的感受相对最明显，占59.2%，其次是县级市，占55.9%。

关于返乡年轻人的就业方向，据受访者观察，返乡年轻人中

选择创业的人(60.9%)占比最高，其次是去私企或合资企业(53.7%)，其他依次是去事业单位(29.7%)、去国企(21.2%)、去行政机关(18.7%)等。

从返乡年轻人从业意愿来看，创业(52.5%)也是他们最想做的工作，其次是去事业单位(40.3%)，接下来依次是去私企或合资企业(32.4%)，去国企(31.9%)，种地或养殖(30.7%)，去行政机关(27.5%)排在最后。

张媛媛告诉记者，和她年龄相仿的朋友，在老家的，基本都已经成家立业。“家里有生意的大都子承父业，其他人大多去了私企打工，还有比较少的人考公务员或者当了教师”。

在山西省某县政府工作的蔡志东(化名)告诉记者，现在公务员已经不像以前那么吃香了。“反腐以来，灰色收入减少，基层干部工作还很辛苦，我们单位有几个来了几天就辞职了，有一个在家里帮助下创业了。现在做公务员的年轻人主要想图个稳定”。

调查中，25.3%的受访者发现不少返乡年轻人在待业。进一步调查显示，乡镇和农村待业的年轻人(36.4%)相对最多，其次是县级市(30.6%)。从就业意愿来看，5.8%的受访者发现返乡年轻人宁可待业也不愿意工作。

另外，值得注意的是，地级市和县级市中，愿意从事种植和养殖业的返乡年轻人超过愿意去企业工作的人。

返乡年轻人面临的最大困难是老家就业机会少

目前，一线城市人口政策不断收紧，回到家乡的年轻人虽然有心长期留在家乡安家立业，也面临不少困难。调查中，41.5%的受访者表示自己家乡目前生意不好做，51.8%的受访者回答一般或不好说，仅6.7%的受访者回答好做。

在北京打工6年的陆佳回到内蒙古老家后，用过各种方法创业。“我做过网店、微商、代理过化妆品，甚至摆过地摊，遇到什么流行就做什么。刚开始时，觉得自己毕竟在大城市工作了那么多年，见多识广，回老家一定能发现很多商机，但是忙活了一年，至今没有能找到一条靠谱的路子。”陆佳对记者感叹，在老家做生意不比大城市，进货没有那么方便，人们的消费能力也差很多。“线上的网店，现在如果不花钱刷信誉，很难做起来。而线下个人的店都有自己的熟客，与人家竞争起来也很难。在小城市，人们也比较认老品牌，接受新东西速度慢，代理小品牌的话打不开市场，代理大品牌的话又赚不了多少钱”。

调查显示，在就业方面，返乡年轻人面临的最大困难是老家就业机会少(54.8%)，其次是自己缺少一技之长(49.9%)。其他困难还包括就业环境欠公平(44.4%)、基础设施不完善(41.5%)、对老家就业环境不熟悉(40.6%)、信息相对闭塞(37.1%)、人际关系复杂(27.1%)等。

陆佳说，现在父母对于科学养育孩子越来越重视，她想参加培训做个育婴师，感觉比保姆体面，但是一时半会难以找到合适的培训机构。

据受访者观察，除了就业，返乡年轻人面临的其他困难还包括老家社保不完善(59.3%)、与老家人观念差异大(52.6%)、物价贵(46.2%)、教育环境差(40.4%)房价高(39.4%)、文化娱乐生活不丰富(35.7%)和生活没有目标(25.5%)等。

张媛媛对记者说，他们夫妻两人长期异地分居不是办法，现在她的丈夫也打算回老家，但又觉得老家收入太低。“孩子爸爸做汽车修理，在上海已经是公司的区域经理，每月可以赚1万多元，现在回来根本找不到这样的工作，而且有些公司连社保都上不齐”。

64.9%受访者希望返乡年轻人获得更多技能培训机会

一筹莫展的陆佳正为了一个消息激动不已。“老家出台了政策支持年轻人创业，对于符合条件的给予资金支持，我正忙着打听具体政策。”陆佳说，如果能把这笔钱拿到手，她打算把家里毛线厂的生意重新做起来。“工厂已经开了几年网店，但是之前家人没有经营意识，而且也没有钱聘请会计，账目一塌糊涂。如果有一些资金支持，说不定会慢慢好起来”。

如何帮助返乡年轻人更好地就业?调查中，64.9%的受访者希望社会为返乡年轻人创造更多接受技能培训机会，56.8%的受访者期待社保、教育等公共服务均等化，57.6%的受访者期待政府加大对二三四线城市的政策和资金投入，55.4%的受访者建议丰富二三四线城市产业结构，41.0%的受访者建议当地政府向返乡年轻人介绍家乡优惠政策。

蔡志东认为，虽然返乡年轻人还面临各种困难，但是老家的就业和生活环境确实比以往有了很大改善。“尤其是目前基层反腐倡廉和简政放权很见成效，为年轻人的发展创造了越来越公平的环境，群众办事也越来越容易，相信未来基层会越来越好，吸引更多年轻人回来安家置业”。

受访者中，26.0%的人来自北上广深，31.0%的人来自其他省会城市或直辖市，20.3%的人来自其他地级市，12.2%的人来自县级市，10.3%的人来自乡镇和农村，0.2%的人来自其他地区。

参观洛阳桥篇五

腾讯房产厦门站返乡置业执行计划

一、活动简介

二、宣传计划排期1、腾讯房产中心统一规划部署，联动全国百大城市，掀起一股返乡置业的潮流。

2、pc端移动端同步推动

3、数百万优势广告资源推广本活动、腾讯新闻迷你首页客户端、腾讯房产首页、看房app等优势资源宣传（广告推广如下），覆盖全国百万网友。

三、线下活动配合

1、新年礼包派送

腾讯房产厦门站将在厦门各大热门商圈及车站派送红包。

你都将收到一封来自腾讯房产及合作项目的问候红包（含元现金、置业手册、qq团购房券、项目礼品）

活动时间：.2.6-2015.2.13

活动规则：只要扫腾讯房产官方微信及项目微信即可获得红包一个

红包个数：20万个（红包外壳体现开发商logo）

活动区域

2、返乡看房团