



不去远方也能尽享美景

## “微度假”渐成旅行新潮流

□ 记者 赵亮

从喧嚣城市和繁重工作中挣脱出来,在生活与度假之间寻找一个缓冲时间和平台,已经成为越来越多人的共识。为顺应文旅消费时代趋势,助推盐城文旅发展,彰显主流媒体社会责任担当,即日起,盐阜大众报业集团将通过征集度假方案、网络点评等方式,与广大市民一起来寻找大家心目中的“盐城微度假目的地”。

### “微度假”渐成旅行新潮流

近年来,随着盐城文旅持续发力,具有人气、走红网络的景区景点如雨后春笋般涌现出来。旺盛的市场需求推动了盐城文旅蓬勃发展,各大景区配套设施日益完善,旅游服务能力大幅提升,已具备度假条件,深受游客欢迎。与此同时,人们的消费需求与出行需求也发生了一定转变,受疫情影响,国内游、出国游不再像从前那样备受追捧。

相比之下,人们对“微度假”的需求却在日益攀升,其中尤以短时短途无负担的本地度假游新模式深受喜欢与追捧,并逐渐成为年轻消费人群放松、解压的主要方式。由于各大景区景点不断推出方便又舒适的“一站式”服务,且又踩在当代生活节奏鼓点上,都市“微度假”两日游正日渐成为城市消费人群的主流选择和生活方式之一。

### 如何寻找“盐城微度假目的地”

试想一下,慵懒的清晨中在小桥流水的度假地醒来,用一桌农场采摘的有机食材犒赏自己,傍晚与家人相伴漫步在公园、湖边……这样的生活方式,谁不羡慕。可是,太近等于没走出喧嚣,太远又影响工作生活。

在此趋势下,人们开始关注去哪儿度假?“与舟车劳顿的远游相较,短距离、出行方便的‘微度假’也许是个不错选择。”业内人士表示,“微度假”一般以出行者居住的城市为中心,利用周末闲暇时间,以自驾为主要出行方式,寻找周边2小时车程以内的目的地。离开世俗的喧嚣,

融入世外桃源,追求餐饮与住宿等基本需求的精致度,追求家庭全员参与等新业态,从而找到工作与生活的平衡。

那么,我们应该通过什么方式来寻找呢?“可以按城市类和景区类,从盐城各县(市、区)和各景区中寻找。”活动组委会相关负责人表示,“一方面,盐城各县(市、区)和各景区可向我们提供具有当地特色的度假方案,通过主流媒体平台集中展示,供市民挑选;另一方面,广大市民也可通过网络平台点评并推荐适合‘微度假’的目的地。”

### 集体展示量身打造权威度假指南

活动启动后,组委会将在盐阜大众报、盐城晚报、我言客户端、盐城晚报微信微博抖音、盐城文旅、燕舞公众视频号等媒体平台同步发布活动启事。宣传形式上,将运用图文报道、活动海报、视频、新媒体推文、H5、网络投票、网络互动等手段,对活动进行全程宣传。需要提醒的是,报名阶段,盐城各县(市、区)和各景区可自主报名也可以与游客推荐相结合;展示阶段,组委会将在各平台展示活动参与对象的度假方案,同时开展网络投票,充分宣传展示全

市各地各景区的度假方案,提升曝光度和知名度。

组委会有关人士表示,日益受宠的“微度假”考验着景区的综合接待能力,对旅游产品的品质提出了更高要求。作为集中宣传和交流学习的平台,开展本次推选活动既是对盐城各大景区的一次集体亮相,也是为游客提供量身打造的权威度假指南。因此,活动通过全媒体广泛推广,助力景区成为游客争相打卡的度假胜地。

活动热线:13615155092



黄海森林公园



大洋湾



九龙口



东台西溪

(图片由景区提供)

## 江苏淮剧博物馆开展剪纸活动 巧手“剪”出心中梦想

□ 记者 周峰华

11月5日,江苏淮剧博物馆内,20多名盐城市敬贤路实验小学的孩子在家长陪伴下,共同体验淮剧与剪纸相结合的魅力。

一进门,惟妙惟肖的淮剧人物剪纸作品就展现在眼前,孩子们兴趣高涨,积极性立刻被调动起来。讲解员告诉孩子们,了解淮剧后,就可以更好地了解剪纸上的淮剧人物,还可以自己动手剪纸。辗转于博物馆内各个展厅,看着陈列的一个个展品,听着讲解,充满浓浓乡音的淮剧立刻成了孩子们关注的焦点。

从进门开始,男孩沈泽洙就拿着电话手表一直在拍,“我要拍下来回去给爸爸妈妈看。”不光孩子开心,家长也高兴,博物馆回廊里摆放的剪纸作品让家长门大饱眼福,“这个活动真不错。”一位妈妈边给孩子拍照,边笑着对记者说。

一番参观之后,进入到孩子们非常感兴趣的剪纸环节。老师在台前认真讲解,一双巧手、一把剪刀,一件栩栩如生的剪纸作品就出现在了手中。简单讲解之后,老师给每个孩子分发了剪刀和彩纸,现场教学,孩子们跃跃欲试。

“老师,我还没看懂,怎么剪。”“不着急,老师来教你。”现场渐渐安静下来,只听到剪纸声,只看到孩子们认真的样子。“妈妈,看我剪好了,一个小老虎。”片刻之后,仇怡萱举着手中新鲜出炉的老虎剪纸给妈妈看,开心大笑。

江苏淮剧博物馆负责人表示,遵循“非遗保护人人参与、戏曲成果人人共享”的理念,他们组织了这样的别具特色的活动,通过淮剧与剪纸的碰撞,激发戏曲创新活力,诠释淮剧独特魅力,让更多人了解非遗、了解淮剧、了解盐城。

## 仁恒置地高质量打造精品人居

本报讯(记者 程兰霞)11月3日,亭湖区高质量发展项目城中片区集中观摩活动圆满举行,仁恒滨河世纪作为城中高端人居优质项目代表,被此次活动列为观摩与检验的住宅项目,获得一致好评。

“企业的价值观引导企业的决策。作为一家坚持以长期主义为价值取向的企业,‘仁恒’坚持以作品而非产品的心态要求自己,投入大量时间、精力与成本打磨和研究每一个项目。”活动中,仁恒置地苏州公司盐城项目负责人辛德国,向观摩团介绍仁恒滨河世纪项目建设实际进展与高质量生活构想。

城市发展,向心更新,城市生活,向心回归。从“历史老城”生长为“生活秀场”,城中区域的更新大幕已经开启,随着更新实践的不断落地,城中将作为新时代盐城卓越人居的集中展现区,展现盐城的全新高度。仁恒滨河世纪肩负与时代共建盐城,探索国际生活落地化

的全新使命。随着滨河世纪实景示范区的超质呈现,滨河世纪所展现出的全新生活方式与生活蓝图,为城市改善置业,也为城中城市界面焕发新颜,成为城市全新地标,共构城市天际线与城市风貌。

“仁恒滨河世纪作为城中片区有机更新进程中的先行表率,如何以更高的标准,站在更高起点创新实践,全力打造能代表盐城高度的全新国际化社区,是仁恒滨河世纪设计之初就在思考的源点问题。滨河世纪的落实与建设,应当是能承载片区焕新的使命,为提升城市国际化程度,增强社区活力做出积极贡献。这是仁恒的决心,也是仁恒基于品牌基因所做出的选择,更是仁恒对于‘善待土地,用心造好房’的郑重承诺。”辛德国表示,明年7月,仁恒滨河世纪陆续交付的实景现房,将以高品质智慧小区为发展目标,沉淀生活的理想与向往,服务业主,服务周边市民,为盐城高端人居展现全新面貌。

## 绿地香港盐城新天地檀宫 打造盐城记忆地标

本报讯(记者 程兰霞)11月3日上午9时,亭湖区组织相关部门负责同志观摩绿地香港盐城新天地檀宫项目以及新天地书局。

绿地香港盐城项目负责人高磊介绍项目建设规模、品牌展示、未来发展思路,五星城市书局的布局和规划理念。他表示要将这一区域打造成盐城

的记忆“地标”——以当代设计观念植入结合“修旧如旧”的手法,创造“新”功能与“旧”用途之间的强烈冲突;基于“老回忆”之上,叠加“新感官”。高磊表示,今年9月,新天地项目对产品进行迭代升级,发布“檀”系新品。同时,通过新天地书局的对外运营,重塑“文化豪宅”新名片。

## 国缘入驻虹桥枢纽 亮相“美好的生活”进博长廊

博览世界品牌,喜迎八方来客,第五届中国国际进口博览会如约而至。本次进博会上,由新华社民族品牌工程打造的“美好的生活”进博长廊入驻上海虹桥交通枢纽,中国新一代高端白酒国缘再度亮相,这是在向世界展示中国名酒的历史传承与创新精神。

作为中国白酒践行者,国缘以酒为媒,与世界结缘,突出展示中国白酒

文化。通过“美好的生活”进博长廊宣传优势,以文化底蕴、品牌赋能向全世界展示了“中国国缘·缘结天下”的独特魅力,自觉承担起讲好中国故事的使命担当,为不同国家开展深度文化交流合作搭建了一条有“缘”之路。

“酿美酒,结善缘”,多年来,国缘走出了一条以“缘”为核心的特色发展道路。“缘”寓意着中国人最美好、最真挚的情感,代表了包容与和谐共生,是中

华民族性格的具体凝结。白酒是中华文化最具代表性的液态符号之一,国缘品牌的创立植根于中国传统文化的厚重熏陶,将“国”之广博与“缘”之包容有机链接,将“国”之至尊与“缘”之至善完美结合,主张国强缘盛、协和万邦,倡导事在缘随、众缘和合,弘扬人本精神。以“成大事,必有缘”的品牌价值主张,推动人心向上,鼓励事业有成,呼唤有缘相助,祝福美好前程。自

2004年创立以来,国缘历经小步快跑、弯道超车、华丽转身、转型升级的发展历程,已成长为中国新一代高端白酒的代表。

此次进博长廊重点宣传的旗舰产品还多了新面孔。“国缘四开”首度亮相进博长廊,凭借过硬的品质和精准的市场定位,上市以来连续畅销18年,并被认定为绿色食品A级产品,突出企业绿色发展的生态理念。作为清雅酱香型

白酒的代表,“国缘V9”再度回归进博视线,以其清雅飘逸的香气、细腻柔滑的口感及饭后舒适的体验赢得了行业内外广泛关注与喜爱。据悉,2022年,“国缘V9”还携手中国国家高尔夫球队,实现美酒与运动结缘,成为品质白酒新的价值典范。

中国白酒凝聚着中国智慧,是民族精神的一张“飘香名片”。国缘以国际化的视野、开放的心态、绿色的理念,让

更多的国际友人喜欢中国白酒,认同中国的“国缘”,诠释着“品牌,让世界更美好”。

据了解,在不断提升白酒品质的同时,国缘注重丰富品牌内涵,以传统文化为底蕴,将“酒”与“缘”紧密结合,通过产品创新,文化赋能,弘扬“成大事,必有缘”的品牌理念,塑造人文化、个性化、差异化白酒品牌。

(纪载)

# 國緣V9 清雅酱香

## 酱香新经典

成大事 必有缘

