



# 高铁直达！ 上海游客一路畅游 NICE 盐城

□记者 赵亮

大洋湾、淮剧小镇、丹顶鹤保护区、中华麋鹿园……7月29日至31日开启的2024暑期“乘着高铁游盐城”系列活动，让从上海搭乘G8288次列车来盐城游玩的40多名上海游客，沉浸式感受“一个让人打开心扉的地方”的独特魅力。

“早就听说，盐城不仅是全国著名的杂技、淮剧、烟花之乡，也是世界自然遗产和国际湿地城市，所以我们对很多景区都蛮期待的。”第一次来盐城玩的上海游客顾先生说。上海和盐城相距300余公里，2020年盐通高铁开通后，结束了两地间不通火车的历史，极大地便利了人员往来和资源流通，有力带动了这座历史文化名城的旅游资源开发和经济社会发展。

去年3月，“乐游长三角”旅游联盟成立以来，市文广旅局与上铁国旅签订战略合作协议，精准定位上海游客个性化多元化旅游需求，全方位整合特色生态和文旅资源，打造旅游全产业链，进而提升盐城旅游城市品牌。

参加本次专列活动的上海游客中，既有大中小学生，也有普通市民。为了给他们提供多元化的出行需求，市文广旅局依托“乐游长三角 上盐城·嗨一夏”主题高铁旅游专列的品牌优势，专门设计了以“高铁+观光+美食+演艺”为主要元素的旅游专列线路，让上海游客真正享受暑假休闲漫游的乐趣和品质。

在三天两夜的行程中，这批上海游客先后游览了国家4A级旅游景区大洋湾，

观看《盐渍往事》及其电影级全场景制作，沉浸式体验民国时期盐渍百姓的生活环境；打卡集淮剧传承、淮剧演出、艺术展览、主题餐饮、咖啡酒吧等多元业态于一体的中国第一座淮剧主题小镇——淮剧小镇，在那里体验品尝非遗藕粉圆，观看《天真之喜》；游览九龙口国家湿地公园，欣赏独有的水乡美景，体验湿地自然风光。

活动期间，游客们还走进丹顶鹤保护区，感受这片太平洋西岸面积最大、生态风貌保持最原始的滩涂湿地；探访全球唯一以“湿地生态、麋鹿文化”为主题的国家5A级旅游景区——中华麋鹿园……通过观赏极具湿地特征的自然景观，参与具有浓郁地方特色的文化场景活动，努力让专列游客感受到盐城的生态之美、文化之美、高质量发展之美。

据悉，随着高铁建设的蓬勃推进和长三角一体化加速发展，上海与盐城在生态旅游方面合作深入推进，每年有数百万上海游客到盐城旅游。今年，上海大都市圈国土空间总体规划扩容到“1+13”备受关注，盐城作为新加入的成员，正积极打造长三角产业发展新空间、保障保供大基地、生态休闲大花园。

“今年暑期，盐城围绕世遗、亲子、研学、美食等热门文旅资源，精心策划6条重点产品线路、150多项文旅活动，20家4A级以上景区面向全国大中小學生推出免门票等优惠措施。同时，暑期还将继续组织上海、杭州来盐的‘嗨玩一夏’旅游专列活动，让游客‘近者悦、远者来’。”市文广旅局相关负责人说。

## 盐城八大碗获“地标”荣誉



盐城八大碗



拆烩清汤甲鱼



红烧糯米肉圆

本报讯(李剑文)近日，由盐城市烹饪行业协会、盐城市优质农产品品牌营销协会联合举办的2024盐城“一县一桌菜”地标美食评选暨“盐之有味”农产品推广活动圆满闭幕。盐城八大碗的拆烩清汤甲鱼、红烧糯米肉圆、盐城鸡蛋饼等20道菜被评为“盐城地标美食”，盐城八大碗等12桌宴席被评为“盐城地标名宴”，八大碗餐饮管理有限公司等23家餐饮单位获“盐城地标美食名店”称号。

此次地标美食评选中，盐城11个县(市、区)及燕舞集团纷纷大显身手，推出各具特色的“一县一桌菜”，色、香、味俱全的各式佳肴令人目不暇接，展现了盐城丰富的美食文化。

“盐城八大碗”是淮扬菜系中的一支流派，盐城民间菜的代表，是盐城人民在长期

的生产活动中，利用当地食材制作的符合本地口味的菜肴总称，具有半汤半水、半荤半素的特点，体现了人文关怀、健康养生的理念。盐城菜传承于淮扬菜系，选料严谨，刀工精细，烹饪考究，因材施艺，四季有别，如炖、焖、蒸、烧、炒、烩、叉烧、醉等烹饪方法，使菜肴酥烂脱骨不失其形，滑嫩爽脆不失其味。重视制汤技艺，荤素搭配得当，以烩为主，烹制海鲜独具特色。

地标美食的产生为盐城餐饮又增一张新名片，为支持餐饮企业规模化、品牌化、连锁化发展，更好发挥餐饮业繁荣市场、拉动消费、扩大就业的重要作用做出了积极贡献。欢迎大家以“食”为“媒”，即刻出发，亲自体验地标美食中的“盐城味”。

运动就能夺“金”

## “高沟运动会夺金添趣味”邀您动起来

四年一度的体育盛宴已在巴黎拉开帷幕。这不仅是运动员们拼搏绽放的世界舞台，也是企业借势营销、提升影响力的绝佳机会。

在这个大背景下，中华老字号品牌高沟借助抖音平台推出了“高沟运动会夺金添趣味”话题活动，试图以短视频形式记录下趣味运动中的每一个精彩瞬间。将充满底蕴与文化品质的白酒与活力拼搏的体育运动所融合，激发那些热爱生活、勇于挑战自我的消费者参与其中，发现生活中的运动趣味，感受快乐运动的浓厚氛围，共享欢笑与热血的盛宴。

你开脑洞，我送金牌：高沟趣味挑战等你来

运动何必设限，挑战无限可能。对于日常“脑洞大开”的当代年轻人来说，运动不必局限于时间、地点和专业装备，在身边的任何空间，一件简单的生活用品也能配合天马行空的创意打造趣味满分的运动形式，轻松愉悦身心，保持健康活力。

本次高沟运动会夺金添趣味活动时间为2024年7月26日至2024年8月30日。参赛者需围绕深蹲、负重、跑步、跳高等轻松运动，发散脑洞，展开创意，拍摄专属于自己的趣味运动视频，将创意视频上传至抖音话题“高沟运动会夺金添趣味”，并带话题“高沟标样同步@高沟·标样”，即可成功参与本次活动。

高沟官方将根据所有参赛视频的热度、内容质量以及趣味程度、点赞量、评论量等评选出30位优秀作品。其中特等奖3名，奖励高沟定制纯金金牌1枚/名；一等奖6名，奖励高沟荣遇1坛/名；二等奖3名，奖励高沟黑标1箱/名；三等奖3名，奖励高沟白标1箱/名；优秀奖15名，奖励高沟周边文创野餐垫1份/名。这些高品质奖品不仅为参与者的快乐加码，也是品牌为了吸引更多用户参与活动所传递出的诚意。

据悉，这并不是高沟第一次发起此类创意活动。自2022年新品上市以来，高沟以“人生起伏，挥酒自如”的品牌主张，不断为品牌传播赋能。本次巴黎盛会的到来，也使高沟在不断升级与年轻化的同时，采用风趣轻松的营销方式融入体育精神，为“更高、更快、更强”的口号赋予更多年轻化的趣味解读。正如本次活动“不论高低，只论高兴”的口号所示，高沟找准了广大受众的情感锚点，将两者巧妙融合，并将品牌传递的悦己精神融入其中。

穿越时光，焕新归来：高沟的创新复兴之旅

回顾高沟这一中华老字号品牌的发展史，其起源可追溯至两汉时期，在明清时期达到鼎盛，酿酒历史可谓源远流长。作为江苏名酒“三沟一河”的杰出代表，高沟自古便享有“高沟美酒自古培，味占东南第一家”的卓著美誉。

迈入新世纪后，品牌也迎来了全新的发展机遇。2022

年，今世缘酒业打响了高沟品牌复兴战。高沟产品焕新上市，以全新理念、全新产品、全新机制开启了高沟品牌的老名酒复兴之路。高沟以代表产品“高沟标样”为载体，完成了新品亮相、成长到爆发的过程，成为光瓶酒品类浪潮中的代表案例。不仅屡屡斩获大奖，更被誉为“黄淮名酒带高端光瓶典范”。

从老字号到新势力，高沟不仅为广大消费者打造了一款好酒，更是以品牌的力量，铸就了一个企业的基石。今世缘酒业党委书记、董事长、总经理顾祥悦曾表示：“高沟品牌是今世缘的根与魂，也是一张有故事、有内涵的飘香名片。”

纵观白酒市场向年轻化、时尚化、国际化的转变历程，不难看出白酒行业的营销趋势也在实现传统到新兴的转变。此次，通过举办“高沟运动会夺金添趣味”话题活动，高沟既是借助巴黎盛会的影响力加强品牌与体育精神的关联，也是从品牌出发“向年轻消费者传递健康、悦己的生活态度”，顺应白酒营销年轻化、时尚化的新趋势，用体育营销的方式拉近品牌与年轻人的距离。

年轻态度，高沟范儿：引领白酒新潮流

如今的白酒行业，城市新中产和年轻群体已逐渐成为消费主力军。面对新的消费趋势，高沟着重打造“高颜值、高品质、高性价比”产品，不仅推出适配年轻人的高品质口粮酒“高沟标样”，同时结合新中产消费观，倡导大众“回归本我、释放



自我、陶醉忘我，了悟大我”。

在品牌推广方面，高沟围绕年轻一代采取了一系列更新、更潮的营销方式。除了推出“高沟运动会夺金添趣味”话题活动外，高沟还曾冠名音乐节，在淮安、徐州等地推出快闪店。这些活动不仅拉近了高沟与年轻一代的距离，其提倡的“人生起伏，挥酒自如”的品牌主张也引起了年轻消费者的广泛共鸣。

荣耀盛宴，高沟同庆：共享巴黎的辉煌时刻

与体育结缘，为健儿喝彩，高沟诚邀广大网友参与#高沟运动会夺金添趣味话题活动，并预祝所有的中国健儿在巴黎奥运会取得佳绩，实现自己的梦想。无论最终成绩如何，我们都将以最热烈的掌声和最真挚的祝福，感谢每一位运动员的辛勤付出和卓越表现。

让我们共同举杯，以一杯高沟美酒预祝中国健儿凯旋而归，共享这份荣耀与喜悦。



风华二十载 携手向未来

# 庆祝国缘品牌创立二十周年

