

评选新地标,读者投票忙

幸运读者有机会获得神秘大奖

本报济南12月9日讯(记者 乔昱佳)“齐鲁文化新地标”评选活动得到了读者的积极支持。

本次活动由齐鲁晚报、山东省旅游局、齐鲁文化研究中心联合主办。全省17市近70座建筑、建筑群进入

候选“新地标”序列。本次评选将展示我省城乡日新月异的变化。

9日,济南读者周文斌致电本报读者热线96706,为东荷西柳、省博新馆、青岛奥帆中心、大明湖超然楼、山大知新楼、台儿庄运河古城投票。

另有十几名全省各地读者投票对象倾向本市候选地标,流露出较为浓厚的“家乡情结”。

在网络投票中,截至9日晚8点半,东荷西柳、省博新馆两大济南的候选地标暂时领先,青岛奥林匹克帆船中

心、青岛大剧院紧随其后。

读者可以在12月16日(报纸投票以邮戳为准)前,通过以下四种方式进行投票。

报纸投票:请您将填好的报纸选票剪下来,寄至济南市泺源大街6号山东新闻

大厦12楼,齐鲁文化新地标评选委员会(收)。邮编:250014。

网络投票:登录齐鲁晚报网站,输入http://zt.qlwb.com.cn/201009/xdbpx/,进入投票页面;电话投票:拨打齐鲁晚报读者热

线96706投上您的一票;短信投票:编辑32加候选地标编号,如3201,3204,移动、联通、电信发送至10628787210(每条资费1元,不含通讯费)。

幸运读者将有机会获得神秘大奖。

征集6天,参评作品近百

外省市设计作品占一半

本报济南12月9日讯(记者 乔昱佳)截至9日,“齐鲁文化新地标”形象标识征集已收到应征作品近百份,外省市设计作品占到了一半。

3日至9日,省内外设计师已提供了近百件设计作品,其中省内设计师提供的创意方案约占总数的一半。淄博设计师杜焕春设计的标识,采用三套颜色,呈现出不同的视觉效果。将这些标识应用在讲台、旗帜、茶杯等“模拟环境”,装饰效果令人眼前一亮。

此次征集活动,除得到了省内读者的积极支持外,湖南、湖北、四川、黑龙江、深圳等十几个外省市的设计机构,设计师

也发来作品,使本次标识评选颇具“全国规模”。

江苏省无锡市的设计师韩琪为了设计好标识,对齐鲁文化进行了广泛搜罗、研究,提炼出标识设计语言。来自广东东莞的彦辰品牌设计公司也精心设计了两套独具特色的形象标识参评。

10日,本次标识征集活动将截止。提供两套设计方案参评的山东名城数字科技有限公司总经理王东说,仅从“悬赏”额度来看,3000元的奖励并不高,一部分设计师是出于较浓厚的“山东情结”参赛。“外省设计师的广泛参与则显示了齐鲁文化的广泛影响。”



▲以“QL”为设计元素,经变形组合而成,整个图形象“山”字。
淄博 杜焕春

▲字母“S”与汉字“齐”相交,像现代雕塑,又像抱拳的山东好汉。
扬州 雍自高

小邱逛地标·第二站

老百姓的文化之家

邱志强

开车到桓台,打听文体中心时,指路的市民骄傲地指向西南说:“那片占地500多亩的大场馆就是。”

桓台县文体中心包括体育馆、大剧院楼、图书馆楼、影视城楼,户外还设置了全民健身广场和文体公园。

现在的文体中心已经成为了当地百姓业余时间的主要活动场地,在这里可以打球、听戏、阅读、看大片。一位桓台当地居民说,没有文体

中心的时候,大家指认方向总是以城市主干道为标准,而现在很多人都习惯说“在文体中心的东、南、西或北”。

一位工作人员介绍场馆时说,这是桓台县最大的国有资产管理单位。而老百姓们最看重的则是文体中心给他们的生活带来的实惠——免费开放的场馆让大家业余文化生活得到了很大丰富,桓台百姓和城市变化紧紧地连在了一起。



桓台县文体中心

黄金酒·商务型新品上市

黄金酒 不仅仅是送长辈

作为有远见的白酒行业老大,五粮液对白酒行业的发展方向不断研究,正引导白酒行业健康创新发展。

历经十年时间,五粮液集团研发推出了功能白酒黄金酒,好喝又大补的35度送长辈型黄金酒,市场反应良好,几度出现断货。

近日稳居送长辈市场的黄金酒,又成功推出了黄金酒·商务型,引起了业界一片惊叹,黄金酒再次成为关注的焦点。

高屋建瓴

推出黄金酒·商务型

在五粮液集团黄金酒总结大会上,董事长王长信指出,功能白酒比纯粹白酒更具潜力,白酒只是满足精神上的需求,功能白酒在满足精神需求的基础上,还有利于身体健康。

进一步,王长信就功能白酒做了详细阐述:“只有在感官上让消费者喝得舒服,而且营养、健康,才能称之为功能白酒”。

当整个白酒行业沉陷于业内硝烟弥漫的战火中时,作为白酒行业老大的五粮液高屋建瓴,凭借敏锐独到的眼光,将视角投向功能白酒这片蓝海,在35度黄金酒成功上市后,又研发推出黄金酒·商务型,为白酒行业开辟一块全新的领域。

黄金酒 不仅仅是送长辈

为了让消费者喝到一款既好喝又健康的白酒,五粮液集团从10年



前就开始了功能白酒项目的研究。

五粮液百年的酿造工艺和雄厚资本的结合,研发推出了“好喝又健康”的黄金酒,35度黄金酒,好喝又大补,解除了儿女担心长辈喝酒伤身的顾虑,满足了儿女的孝心及长辈健康饮酒的需求,因而快速稳健地成长为“送长辈”市场的领袖品牌。

在与顾客的持续沟通过程中,一些商务人士反映饮酒量大,频次高,担心“身体受不了”,根据市场需求,五粮液集团又研发推出了黄金酒·商务型,好喝不伤身。

五粮液表示,集团正深度开发黄金酒系列产品,在黄金酒大品牌下,将会陆续开发出送长辈系列、

商务系列、餐饮系列、定制系列等功能白酒。

黄金酒,不再仅仅是送长辈。

商政饮酒 渴求健康白酒

中华饮酒文化盛行千年,生活中各种场合总离不开酒的身影,尤其是商务场合,酒能渲染气氛,酒能表达情感,酒能增加谈判成功率,甚至在一些国际商务活动中也常见喝酒博弈的场景。

作为社会主流的商务精英,为了事业,应酬频繁,总免不了多喝几杯,据资料显示,近几年越来越多的商务人士加入到亚健康行列中来,因此,由于担心对身体的伤害,

健康饮酒观念逐渐深入人心,依健康酒的理念正是借此契机进入国内各社交场合。

黄金酒·商务型好喝不伤身

众所周知,酒精进入人体后主要在肝脏进行分解代谢,酒精对肝脏的危害随着量的增加和饮用时间的延长而加重,而且酒精刺激胃肠,因此喝酒可说是“伤肝伤胃”。

黄金酒·商务型以名扬天下的五粮液优质浓香型白酒为基酒,完美地传承了五粮液的风格,融入蛹虫草、葛根、枳椇子、青果、山楂、山药等六味中药,

其中蛹虫草补元气,抗疲劳,有

补肺益肾的作用;葛根具清热、降火、排毒等功效;枳椇子解酒毒,除烦渴,利小便;青果清热、解毒、利咽生津;山楂健胃脾,助消化;山药补脾气,益胃阴,以上六种中药可减轻酒精对人体的伤害,起到“养肝护胃”的作用。

业内人士称,黄金酒·商务型的出品,不但满足了市场对度数、档次、价格等的不同需求,而且满足了商务人士健康饮酒的需求,非常适合商务宴请,朋友聚会等。

黄金酒·商务型让饮酒成为生活享受,即使应酬频繁,觥筹交错也不用担心身体受不了,因而市场表现极佳。

五粮液黄金酒

高端品鉴会优雅开启

近日,黄金酒·商务型高端品鉴会优雅开启,美丽的岛城青岛成为了第一站,来自国内高端学府——长江商学院的100多位EMBA精英们,沉醉在黄金玉液的美妙中,探寻其深厚的历史内涵,品味其美酒之旅。

品鉴者杨总给予这样的评价:“黄金酒有着令人舒适的魅力,真乃琼浆玉液,伴随着五粮的香气,弥漫着尊贵的气息,品味健康的生活。”

黄金酒高端品鉴会将在齐鲁陆续开启,品尝五粮液般的黄金品质,尊享健康财富人生,尽显成功的风范与气度,您品鉴到的,不仅是一杯酒,更是一种独特的精神,一种生活的态度,以及成功者的品位与智慧。

黄金酒,引领商政健康饮酒新风尚。

五粮液黄金品质 尊享健康财富人生!

黄金热线:400-811-9179