

读者纷纷给老家的地标投票

选地标勾起市民故乡情结

本报济南12月13日讯(记者 乔昱佳) 正在进行投票的“齐鲁文化新地标”评选活动得到了读者的积极支持。他们纷纷拿起电话、点击鼠标,支持自己家乡的候选地标。

12日下午4点,枣庄市市中区孟庄镇计生办机关干部王艺成通过晚报读者热线96706咨询:“我9日那天买了7份齐鲁晚报,给你们

打电话就是想问一下我一个人能不能投7张票。如果不能,我就发动全家网络投票。”王艺成说,他投票的原因是“台儿庄古城建得很漂亮,作为枣庄市民,我觉得应该为它投一票。”

13日下午,山东中青旅枣庄分社负责人席福侠也为台儿庄古城投票。席福侠告诉记者:“作为枣庄人,为台儿庄古城投上一票

是必须的。”

记者注意到,“齐鲁文化新地标”投票或多或少折射出一座城市的向心力,反映出候选地标在市民心中的认可度。此前名不见经传的单县湖西人民广场以3671票(截至13日晚8点)暂时在文化广场类中领先,似乎就印证了这一点。

随着“齐鲁文化新地

标”评选活动的开展,“地标”话题也越来越热。枣庄市旅游和服务业发展委员会主任刘中波说,“齐鲁文化新地标”评选活动是在山东文化旅游大发展的背景下进行,具有时代新意。

有市民提出,地标作为城市的名片,其存在应该体现城市的个性和发展诉求,“文化内涵”应该是衡量它的重要标

准之一。外形好比“岛城东部一团星云”的青岛大剧院,正是从崂山、大海、浮云中得到创意灵感,成为2000年后岛城一座个性化的地标性建筑。青岛国信大剧院有限公司总经理牟东明说,大剧院的落成,将在某种程度上改变岛城市民在高雅艺术方面的接受现状和欣赏品位。

看黄河入海上“生态之盒”



第三站 小邱逛地标

邱志强

在东营市黄河入海处的滩涂湿地,芦苇丛中“长”出了一座盒子形状的建筑,这就是今年刚刚建成的黄河口游客综合服务中心。

站在这个被称为“生态之盒”的观景平台上,不仅能看到一望无际的芦苇和柳林,还能远眺黄河入海时的胜景。

“生态之盒”两个透明的玻璃体由四个核心筒支撑,远观给人以强烈的视觉震撼。如果说“不到长城非好汉”的话,那么看黄河入海,不到“生态之盒”真是遗憾。

在东营不仅有壮美的“生态之盒”,还有很有“文化”的文化公园:未来之桥、黄河魂广场、月湖……清新淡雅也可,气势凌云也可,雄伟是它,婉约也是它。在这个免费向市民开放的大型公园里,东营人找到了一个属于自己的后花园。



▲登上“生态之盒”观黄河入海已成一景。

网络票数(截至13日21时):4549

◀免费开放的文化公园是东营市民休闲娱乐的好去处。

网络票数(截至13日21时):5244

排行榜

截至13日晚8点,“齐鲁文化新地标”投票活动已进行了4天,景观设施类的网络投票中已出现超过2万票的候选地标,远超其他“对手”。下面是各类地标中排名暂时处于前三的候选地标及网络票数。

文体场馆类	
中国运河文化博物馆	4219
菏泽大剧院	2475
济宁奥体中心	2457
文化广场类	
单县湖西人民广场	3671
潍坊风筝广场	2780
烟台市银河广场	2192
景观设施类	
台儿庄古城	24968
日照潮汐塔	7481
山大知新楼	7352
公共设施类	
青岛火车站	3084
济南西客站	2892
潍坊火车站	2870

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,董事长王莉指出: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,王莉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,生活当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,酒能增加谈判成功几率,甚至在一些国际商务活动中也常见喝酒博奕的场景。

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,健康饮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,因此喝酒可谓是“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100多位在长江商学院就读EMBA课程的各大企业老板们,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! 团购热线:400-911-9179