



# “千里海岸线”搬到泉城会展厅

## “驾游四季 畅享山海”威海自驾之旅引关注

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 李孟霏 于涵 田佳玉

17日上午,在山东国际会展中心,首届中国国际文化旅游博览会精彩亮相。千里海岸线,一幅山水画,一直以来都是威海响当当的名片,此次参展,威海展厅以海洋的蓝、白为色彩基调,整体造型动线清晰,配合现场的灯光效果,仿若把威海的千里海岸线搬到了泉城会展厅,令人耳目一新,而威海千里山海自驾旅游公路更是吸引了观展者不少目光。

威海千里山海自驾旅游公路包括东部环海路和西部环山路两部分,总长1001公里,其中主线长501公里,支线长500公里。串联起全市90%以上的核心旅游度假资源。带动沿线7个乡村振兴样板片区、29个旅游强镇、55个旅游特色村和54家精品民宿。

驾游威海,每个瞬间,都是与风景的美丽邂逅。伫立成山头,迎接中国海上第一缕阳光;驰骋海洋牧场,收获来自海洋的无私馈赠;登顶昆嵛山,领略海上仙山之祖的魅力;入住百年海草房,抚摸吴冠中笔下被松软草质调和的坚硬石头;避暑滨海浴



场,释放海上运动的活力激情;踏浪小石岛,体验赶海拾贝的悠闲时光;相伴高贵天鹅,见证每个冬天不变的约定;品尝养生威海菜,畅享即捞即食的鲜活海味。在威海,从中华最古老的海,遥望甲午风云之变;从遍布城乡的极品温泉,追寻自然康养之道;从滚滚俄流韩风中,品味国际时尚之魅。

“目前,我们的千里山海自驾旅游公路已经完成规划设计,下一步将陆续规范细节,落实具体点位,争取将天然与人文融合到一起,丰富威海的文化内涵,同时让这条线成为威海的新代言。”威海市文化和旅游局四级调研员冷大伟说。

春游初见、夏游热恋、秋游重逢、冬游表白……一道自然之旅风景线,一条滨海自驾体验带,也是一条洗却疲惫与烦恼的治愈之路。“驾游四季 畅享山海”威海千里山海自驾旅游公路将带领四海游客,感受独属于威海的山海气质与情怀,发现威海藏在精致背后的城市性格和文化底蕴。



### 加强扶贫协作 助推文旅发展

#### “万里长江·天生云阳”推介会举行

9月17日,由威海市文化和旅游局与重庆云阳县文化和旅游发展委员会共同组织的“万里长江·天生云阳”山东威海旅游宣传推介会在抱海大酒店举行。威海市近50家旅行社及重点媒体参加了推介会。

现场,通过宣传片、旅游微电影、PPT等多种表现形式,从吃、住、行、游、购、娱六方面,对云阳旅游资源和旅游线路进行推介,吸引更多的威海市民到云阳旅游观光。

据介绍,云阳素有“渝东明珠”之称。境内资源丰富,物产丰饶,人文荟萃,山水隽秀。拥有1个国家5A级景区、两个4A级景区。其中,“天下第一缸”龙缸、巴蜀胜景张飞庙、三峡梯城等景区都深受全国各地游客的喜爱。

此次推荐会,云阳县文旅部门将云阳及其周边的热门景区打包,特别推出适合威海游客的四条线路产品。如云阳+奉节+巫山飞机产品、万州+开州+云阳飞机产品、重庆+恩施高铁产品、重庆都市游飞机产品等。

威海市文化和旅游局副局长张美丽表示,云阳是威海扶贫协作发展城市,两地旅游业具有很强的互补性,合作潜力大。自2017年开始,两地不断加强沟通交流,多次组织旅游企业进行踩线、采风活动,互推旅游产品。2017年至2019年,威海连续三年通过两地旅游协作平台向云阳输送游客。

“希望两地旅游企业能更进一步加强合作,创新互助推介、互送客源方式,谋求合作共赢,实现共同发展。我们也盛情邀请云阳的朋友,带着家人到威海体验不一样的滨海旅游城市度假魅力,感受威海人民的朴实好客与热情。”张美丽说。

在威期间,两地旅游企业进行了交流座谈,点对点洽谈威海至云阳旅游线路产品相关事宜。

(齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 连宁燕 通讯员 黎晓倩)

### 探索胶东文旅一体化 青威两城旅游协会拉手

17日,青岛市旅游协会与威海市旅游行业协会在文登倪氏海泰大酒店举行对接交流座谈,落实胶东文旅一体化发展战略部署,互推旅游产品,探讨两地协会交流合作新路径。青岛市旅游协会会长、银海集团董事长辛华龙,威海市旅游行业协会党委书记高胜武出席活动。两市文旅集团、景区、饭店、旅行社、交通、航空、金融、商购等业界代表近40人参会。

在胶东经济圈文化和旅游一体化高质量发展背景下,随着胶东经济圈文化旅游协会联盟成立,青岛作为首任轮值单位,由青岛市旅游协会组织访问交流团,启动胶东文旅一体化交流活动。威海是青岛市旅游协会胶东之行的第二站,继访问威海、烟台后,交流团还将继续走进潍坊、日照,推动建立五市行业协会互动交流新机制,谋求合作共赢新发展。

会上,青岛、威海两地旅游行业协会就协会运营模式、特色经验、发展计划等进行了交流。

(齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 连宁燕 通讯员 黎晓倩)



## “秦权小子”亮相国际舞台 威海打造“有面又有里”的卡通新IP

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 李孟霏 于涵 田佳玉

在首届中国国际文化旅游博览会威海展厅中,“秦权小子”的文化产品占据了展厅一整个墙面,以秦权小子的卡通形象为基础设计的手办摆件摆满了展台,不仅如此,它还出现在手机壳、钥匙链、帆布袋等文创产品上。这个作品不久前在2020年中国(威海)城市礼物文创产品设计大赛上获得一等奖。

“秦权”是秦始皇统一货币的象征,1973年在威海市文登区尚山镇新权村出土的秦代铁权是全国仅存两枚之一,是国家稀有文物。联系秦始皇东巡等威海本地历史典故,设计师从秦权的造型出发把它设计成一顶帽子,并赋予它卡通特点,命名为“秦权小子”,通过卡通的设计手法再现秦权所代表的历史文化。

“秦权小子”IP具备唯一性,既易于识别,对威海厚重的文化而言又是一个独特的符号。而且作为IP而言,它的成长性好,具备多轮开发的潜在性,成果转换、市场操作可行性强,可产业化程度高。

“秦权小子的未来发展要摆脱单一的布局,向着系统化发展。”深圳大芬文创投资管



理有限公司董事长栾立银这样介绍“秦权小子”开发的后续规划,“除了文化与产品的结合,我们也正在探索文化和科技的接轨,‘秦权小子’可以变成表情包,也可能化身为家庭中的一个科技助手。同时,随着系统化程度的提高,未来80、90后都能买得起我们的产品,也会爱上我们的产品,爱上它所代表的文化,这是文化市场消费、引导和开拓市场的一个大方向。”

除此之外,利用‘秦权小子’的文化内涵为基础研学活动也在筹备开展,通过这样一个动漫IP,中国古代的历史、度量制度的变迁以及文物保护相关的知识将通过更轻松更有趣味的方式,被更多人所了解。这样,在文化事业、文化产业发展的双轨中,“秦权小子”都可以扮演重要角色。

“‘秦权小子’有很高的文化价值、文物价值和历史价值以及作为传统价值时尚化的传播价值,希望通过大家的共同努力,能让这个品牌通过威海、通过山东走向全国,得到更多人的喜欢。”栾立银说,