

33对新人举行 中国海岸线海拔最高集体婚礼

◆为2014崂山海誓山盟爱情季系列活动之一 ◆之后还将推出老人崂山蜜月游、婚纱旅游线路等

他山之石

庆尚南道： 工业之城邂逅浪漫

□ 于 鹏

关于韩国，大多数人熟悉的无外乎首尔、济州岛，对于庆尚南道，则是相对陌生的。或许正因为陌生，才更容易发现惊喜。在这里，我认识了一个不一样的韩国。



长蛇岛

即便在最炎热的8月份，气温也只有25摄氏度左右，庆尚南道实在是个令人羡慕的避暑胜地。特殊的地理位置造就了当地发达的工业，造船业尤为突出。位于庆尚南道巨济市的大宇造船海洋公司是世界级的造船厂。

大宇造船海洋公司的钢铁巨船代表着庆尚南道人豪放的一面，另有一处浪漫之地，则反映出当地人性格中的婉约之美。韩剧《来自星星的你》火遍亚洲，带动拍摄地长蛇岛名气大增。第19集中，男主角带着女主角瞬间移动到一座僻静的小岛，那正是长蛇岛。

长蛇岛得名于岛屿形状本身像一条长蛇。数万株郁郁葱葱的百年老树，让这个静美的小岛多了几分神秘。岛上的冬柏花备受当地人喜爱。每年的11月到明年的4月，是冬柏花绽放的季节。漫步于长蛇岛海上公园的代表性景点“冬柏隧道”，不自觉地也对电视剧主人公之间跨越数百年的爱情产生向往。

除了长蛇岛，庆尚南道还有一处因电视剧取景而闻名的地方——东坡壁画村。东坡壁画村紧邻统营中央市场，闹市中的入口颇不起眼，若无向导，恐怕要请当地人指点才能找到。这个村子为了抢救面临拆迁危机的村落而开始绘制壁画，从入口到山顶，每一面外墙、每一条胡同，壁画随处可见，内容与风格更是多变：有童话人物，有漫画故事，有海洋风光，还有立体画。走在壁画村，无论是哪个年龄阶段，都会很容易展现出童真的童心，那些不断变换造型同壁画合影的身姿就是最好的证明。

在庆尚南道，除了那些制作精致的韩国料理大餐，一些美味小食也颇值得一试。忠武紫菜包饭，最初只是渔民们出海打鱼的果腹之物，完全没有影视作品中所呈现出的视觉之美：将白米饭包在紫菜里，吃时配上萝卜泡菜、鱿鱼拌菜和大酱汤，直白与朴素间倒是另有一番滋味。

□记者 白晓 通讯员 战莉莉 报道

本报青岛讯 5月30日，33对来自海内外的新人齐聚青岛崂山风景区巨峰广场，在游客和来宾的见证下，留下爱的誓言。据悉，此次集体婚礼不仅是在中国海岸线上海拔最高的一次集体婚礼，同时也是在中国沿海地区景区举办的规模最大的一次集体婚礼。

此次集体婚礼由崂山风景区与半岛都市报共同主办。据了解，报名参加集体婚礼的33对新人中，有已经领证尚未举办仪式的年轻人，也有准备重温甜蜜、弥补当初遗憾的中老年人，还有专程从法国赶来的“青岛女婿”鲁迪和他的爱人田女士。

上午8点30分，装扮一新的新人乘坐3辆大巴婚车出发，沿青岛海滨前往崂山风景区，一路吸引了不少市民和游客驻足观看。

上午10点30分，在喧天锣鼓和舞狮表演中，新人们来到崂山巨峰广场，广场前方“天地祥和”石牌坊已经装点成了新人举行仪式的红舞台，红毯、彩绸、鲜花、气球把现场气氛烘托得热情、浪漫。33对新人手持彩色气球，一一踏着象征幸福的红毯走上舞台，在现场嘉宾、主持人的祝福当中，经历

了面向山海行新婚大礼，来宾证婚和放飞梦想等环节，接着乘坐巨峰鲜花索道前往崂山山顶。

在崂山巨峰索道上站广场，33对新人在崂山和远处黄海的见证下，留下了“死生契阔，与子相悦；执子之手，与子偕老”的誓言。而作为主办方之一的半岛都市报也为新人们准备了特别的礼物——一份印有新人名字，并可以让新人签名保存的报纸，为新人记录下这一极有纪念意义的时刻。

下午，33对新人又来到风景如画的崂山太平广场，登上停泊在太平湾的豪华游艇，向爱的海洋驶去，并在海天之际把装有爱的誓言的漂流瓶扔向大海，让大海见证这一浩瀚如海的深情。

崂山素有“海上第一名山”之称，且自古有“牢山”、“鳌山”的说法，寓意“天长地久”、“生生不息”。据悉，此次“中国海岸线海拔最高集体婚礼”是2014崂山海誓山盟爱情季系列活动之一。为打造富有崂山特色的旅游品牌，崂山风景区管理局还将陆续推出重游崂山·重温浪漫——老人崂山蜜月游以及“海誓山盟青岛游”婚纱旅游线路推广活动等一系列大型爱情主题活动，向市民及海内外游客展示崂山风景区作为“爱情名山”的优美风景和古老传说。



一对老夫妇在集体婚礼上重温甜蜜，弥补当初的遗憾。



红毯上，一位小伙子在向自己的爱人献花。



新人们在崂山和黄海的见证下，留下爱的誓言。

看景识天下

■好客山东·品牌汇

泉城济南：泉甲天下 润泽民生

□ 刘 英

经过多次反复推敲修改，省会济南的旅游形象口号最终选定“泉城济南”四字，大道至简，正是“泉”与“城”的完美共融，成就了今天的泉水之都——济南。

有泉水，有生活，才是真泉城

很多人对济南的向往，源于老舍的《济南的冬天》。济南市旅游局局长王志铁用其中的一段话向游客介绍：“请闭上眼睛想：一个老城，有山有水，全在蓝天底下，很暖和安适地睡着，只等春风来把它们唤醒，这是不是个理想的境界？”

泉是济南的特色。山是泉之源，河是泉之脉，湖是泉之汇，城是泉之生，山泉湖河城共同孕育出了辉煌灿烂的泉水文化、齐鲁文化、名士文化、民俗文化和现代都市文化。旅游、文化相得益彰、熠熠生辉，令人心驰神往、回味无穷。

济南有泉水，有文化，更有生活。拿着所有能够装水的家什，在几大泉群汲水，是济南的一大景观。10年里，不管雨打风吹，每天早晚提着四个大水桶去黑虎泉打水，是济南市民老赵每天的必修课。喝一口泉水泡的茶，那是他一天里最好的享受。刚到5月，五龙潭公园里已经挤满了光着脚丫把水踩得啪啪响的孩子们，小伙伴拎上水枪打一场淋漓的水仗，更是夏天必不可少的天然娱乐项目。

亲泉水，享天伦，这是大自然赐予济南人的独特礼物。为了守护这份天赐的礼物，济南人也付出了艰辛的努力。济南市政府先后投资20多亿元，建成卧虎山水库和玉清湖水库蓄水工程，设计日供水能力80万立方米，通过调整采水布局，大大减少了地下水开采量。目前公共管网中地表水与地下水的比例基本达到9:1。封井保泉并实施人工增雨保泉，在枯水期采取回灌补源，通过卧虎山水库每年放水近1000万立方米，涵养地下水源。每到枯水期，济南市民的心都半悬着，随着泉水的涨落而波动。济南市制定的保泉应急预案显示，当趵突泉地下水水位降至28.15米保泉警戒线时，启动紧急保泉应急预案；28米时发布橙色预警；27.6米时发布红色预警，采取所有必要手段保持泉水持续喷涌。

泉涌不息，代表济南城市的活力，也是市民生活不可分割的企盼。正是通过政府决策引导和全民的不懈努力，济南泉水已经保持持续喷涌10年不断流，书写着济南市民与泉水的生动故事。



“天下第一泉”5A级景区之五龙潭

有特色，有人情味，才有真品牌

有很长一段时间，济南都被当作“过客城市”，“济南泰山曲阜”的经典线路，不仅被旅行社一带而过，也被自由行的游客边缘化了。去济南玩什么？游客在等待一个能让他们留下来的答案。

从2009年开始，济南的城市建设每年都在发生巨大变化，奥体中心、西部新城、省会艺术中心拔地而起，几大城市综合体构成都市新商圈，经十路、高架路贯通东西南北……此时，济南的旅游业，特别是以休闲为主的业态开始顺势而为。

济南国信旅行社的张晓国一直守护着心中对济南老城厢的浓重情结，十年前，他潜心策划编制的步游泉城线路，如今已经不是一两个小时能说完的产品了，随着泉水风貌带环

境的优化，步游泉城逐渐演变成今天的慢游泉城一日游、二日游，范围也扩大至去年正式挂牌的济南首个5A级、天下第一泉旅游区。“目前在全国能叫‘天下第一’的还真没几个景区，这是个大品牌，一定得叫响亮。”张晓国说，大品牌需要文化底蕴为依托，济南绝无仅有的老城，不仅有家家泉水，还与各界名流生发出取之不竭用之不尽的故事情节，让那些老屋、老泉、老街巷，至今都永葆生命力，这也是旅游的生命力。需要深入挖掘，开发适合出深度泉水休闲的精品体验之旅。

从解放阁台阶上走下来到黑虎泉，就这20几个台阶却是另一个世界，这是张晓国经常向外人推荐的一处景致。他说，济南不止是“家家泉水，户户垂杨”之美，人情味也是千金难买的资源。特殊的地理环境和人文积淀，培育了济南人淳朴、平和、极富同情和包容的品性，他们古道热肠，不媚上，不欺下。人情

美，还体现在人文美。济南的人文历史源远流长，千百年厚重的人文积淀滋养着一代代的济南人，代代延续，示范效法，始成暖暖的温厚世风。

城市旅游需要政府主导，城市营销是旅游发展的重要手段。近几年，济南市不断强化对“泉城济南”城市旅游形象品牌的立体式宣传营销，成功策划推出泉城新年祈福会、泉城泉水休闲节、国际泉水冬泳节、旅交会等节会活动，吸引了大批游客参与。济南市政府牵头成立京沪高铁旅游联盟、省会城市群旅游联盟，在政企合作、区域联合、市场互动、管理协调等方面发挥了重要作用。通过主流媒体宣传、网络营销、重点客源地促销等方式，开展点对点精准营销。城市旅游品牌形象的影响力和吸引力进一步增强，境内外客源市场不断扩大。

2013年，济南市接待游客5127万人次，实现旅游总收入529亿元，同比分别增长9.8%、

14.5%。旅游业总收入相当于全市GDP的10.1%，相当于全市服务业增加值的18.3%。

有远见，够时尚，追求国际范儿

如今，立足发展省会经济的定位，济南旅游正着眼“大”处，向国际水准看齐。

2014年伊始，济南市召开了一次高规格的旅游“誓师大会”，提出全面加快建设国际旅游名城的总体目标，重点实施“旅游产业促进10大工程”。

据会议要求，济南市旅游业将从发展实际出发，科学研判未来发展趋势，从产业定位、战略布局和发展目标三方面，提出了以下目标：一是将旅游业建成济南增量发展的战略性主导产业。二是全力构建以“一核两圈”为主体的大济南旅游区。打造“天下第一泉中央游憩区”、“济南休闲度假圈”和“省会城市群旅游经济圈”。三是建设国际旅游名城。力争到2017年，全市游客接待量达到9000万人次；旅游总收入比2012年翻一番，达到950亿元；五星级酒店达到8-10个；建成国家级风景名胜区1个，省级以上旅游度假区3个。充分发挥核心集聚和辐射带动作用，将济南建设成为山水圣人旅游线龙头城市、省会城市群旅游经济圈核心城市、京沪高铁旅游黄金线上重要节点城市，成为具有较强综合竞争力的国际旅游名城。

泉水核心区要保护利用，城市外围地带要科学利用。未来三年，是济南旅游大项目建设的三年，政府将重点推进兴隆都市泛旅游综合体、济西湿地公园、非物质文化遗产博览园、小清河旅游带、鹊山龙湖、华山历史文化公园、五峰山省级旅游度假区、泉城农业公园、绣源河风景区、朱家峪景区、白云湖景区、神洲生态乐园(野生动物世界)、龙凤梦幻景区、玫瑰湖湿地公园、黄河古镇、澄波湖风景区、海棠湾温泉度假区、温泉国际旅游综合体、大沙河乡村旅游片区等项目建设。推动南部乡村休闲旅游度假区、槐荫旅游度假区创建省级旅游度假区。这些经过高端规划、综合开发的旅游大项目，将构建起支撑济南旅游度假市场的中坚力量，解决吃住行游购娱一站实现的问题。

我们期待，再过三年，济南将以古朴与时尚并存的“国际范儿”示人。



“天下第一泉”5A级景区之大明湖