

编辑:梁蛟龙
校对:江涛
组版:祖威

——热烈庆祝第40届中国洛阳牡丹文化节开幕

2023年4月11日 星期二

洛报融媒“移动端、视频化、交互性”传播助力牡丹“香飘”世界 洛阳牡丹短视频亮相纽约时报广场大屏

本报讯(洛报融媒记者 李东慧 李雅君)北京时间10日晨,洛阳在晨光中苏醒,盛开的牡丹花吸引着各地宾客。此时,远在大洋彼岸的纽约时报广场霓虹璀璨,洛阳牡丹正在广场内的大屏上“绽放”,吸引众多路人驻足观看。(如图)

纽约时报广场大屏上的牡丹,来自“洛阳日报”抖音号主播“洛小城”拍摄的一条短视频,展示了牡丹文化节期间王城公园盛开的牡丹和营造的沉浸式体验场景。

恰逢第40届中国洛阳牡丹文化节开幕不久,为何洛阳牡丹此次登上了纽约时报广场大屏?这还要从今年洛阳市委着力创新的牡丹文化节宣传推介理念说起。

市委高度重视今年牡丹文化节筹备工作,提出要打破惯性思维,更加突出网上传播效果,把内容创意与网上传播结合起来,善于运用青年话语体系和短视频等新媒体手段,形成热点话题,打造一届精彩出圈、全民狂欢、提振消



(受访者供图)

费的牡丹盛会,真正把洛阳城市魅力传播出去。

按照“移动端、视频化、交互性”互联网传播理念,洛阳日报积极发挥主流媒体影响力,着力创新牡丹文化节宣传方式,积极打造传播爆款,努力吸引更多网络关注。其中,洛报融媒旗下

“洛阳日报”抖音号与王城公园、隋唐城遗址植物园、中国国花园等牡丹观赏园合作,推出了赏花直播活动,每天上午在抖音平台连续直播。

该系列直播从4月1日推出以来,累计播放量已达数百万次。其中,就有许多世界各地网友的关注、

观看。此次洛阳牡丹短视频亮相纽约时报广场,正是关注了“洛阳日报”抖音号直播节目的洛阳老乡杨涛所为。

“我想让全世界的人一起欣赏洛阳牡丹的雍容华贵,了解洛阳人民的热情好客。”杨涛表示,自己是一名旅游业从业者,多年来虽然在洛阳生活,但始终关注着家乡变化。恰逢牡丹花开正盛,杨涛就想通过自己的方式为宣传家乡作一些贡献。

4月8日,杨涛通过抖音平台,与主播“洛小城”取得联系,提出了在号称“世界十字路口”的纽约时报广场投放广告,宣传洛阳牡丹的想法。

于是,在纽约时报广场大屏上,出现了“洛小城”身穿汉服,沉浸式观赏王城公园内的各色牡丹的短视频。

“视频投放效果不错,现场有不少人拍照。”杨涛说,他计划在今年牡丹文化节期间,在纽约时报广场大屏上循环播放这条短视频,助力洛阳牡丹“香飘”世界。

15个省份牡丹画爱好者来洛切磋技艺



交流牡丹画创作技艺



牡丹剑表演

“唯有牡丹真国色,花开时节动京城。我们喜欢洛阳牡丹,愿为洛阳代言……”昨日,在西工区凯旋东路43号院的文化活动室内,由洛阳市武术协会牡丹剑委员会武墨书画院举办的《花开洛阳》公益书画展吸引了来自15个省份牡丹画爱好者的关注。

“洛阳牡丹雍容华贵,令人沉醉。我这几天参观了隋唐城遗址植物园、中国国花园和王城公园,收获不少。”书画展现场,来自深圳的刘巧玲女士兴致勃勃地欣赏了洛阳牡丹剑传承人马翠霞的精彩表演,对洛阳的牡丹文化由衷佩服。

“我是来洛阳采风的,主要是汲取创作灵感、积累素材。”中国女子书画院副院长、国家一级美术师熊玉红来自广东惠州,多年专注于牡丹国画创作。她有很多学员在网上跟她学画牡丹,他们获悉她来洛阳采风,不约而同从天津、上海、北京、重庆等地赶来。这两天,来自北京、上海、天津、重庆等15个省份的30多名学员陆续抵达洛阳,游园赏花,切磋牡丹画创作技艺。

书画展主办方介绍,举办书画展是为了庆祝第40届中国洛阳牡丹文化节,将持续至4月28日,每周一至周五上午免费向公众开放。

洛报融媒记者 孟山 文/图

“志愿红”为文明洛阳“代言”

香飘四月,洛阳牡丹吸引全国各地众多游客前来观赏。在游客沉浸式欣赏美景的同时,热情的洛城志愿者也共筑着城市的文明风景线。

“买票窗口在这里,游览完后您可以再回到这里坐车。”昨日,在白马寺景区附近,来自瀍河区的机关党员志愿者李铭身穿红马甲,正在为游客提供咨询服务。记者从瀍河区文明办了解到,今年牡丹文化节期间,像李铭一样来自文明单位的“志愿红”还有很多。

“截至目前,我们联合全区25家文明单位160多名志愿者,在白马寺及神州牡丹园附近,集中开展志愿服务活动。”瀍河区文明办相关负责人介绍,此次集中开展的新时代文明实践主题活动包括“文明礼仪树形象”“文明迎宾展风采”“文明交通我先行”等,希望借此行动让更多游客了解洛阳、



爱上洛阳。

在龙门高铁站,同样闪耀着“志愿红”。“你好,我想问一下去应天门该怎么坐车?”“您可以从龙门高铁站搭乘地铁1号线,在解放路站转2号线应天门站下车。”“谢谢你!洛阳人真热情!”……连日来,洛阳铁路信息工程学校的大学生志愿者集中在龙门高铁站开展志愿服务,助力城市为众多来洛游客留下美好“第一印象”。

记者从伊滨区创建办了解到,今年牡丹文化节期间,伊滨区多所高校组建大学生志愿服务队,在景区、车站、公园等人流量较大的公共场所,常态化提供

行李搬运、引导问询等志愿服务。以洛阳铁路信息工程学校为例,4月1日至5月5日,该校将组织60余名大学生志愿者,持续开展共计35天近200个小时的志愿服务。

文明交通是城市的流动风景线。记者从洛阳公交集团获悉,自4月1日起,公交集团在龙门高铁站、洛阳站、青年宫、王城公园、牡丹广场等人流密集区域设立学雷锋志愿服务站,同时“上线”多组志愿者服务队,向乘客提供线路咨询、引导排队、热水提供等志愿服务,用实际行动为乘客营造安全畅通、文明有序、和谐礼让的乘车环境,争当

文明使者,增辉牡丹花城。

“一花独放不是春,百花齐放春满园。随着大学生志愿者、社区志愿者、公交志愿者等群体的不断壮大,在这个春天,‘奉献、友爱、互助、进步’的志愿故事不断在洛城大地生动书写,‘志愿红’精神也在人们心中生根发芽。”

据了解,为进一步弘扬志愿服务精神,牡丹文化节期间,市文明办将重点开展“文明礼仪树形象”“文明迎宾展风采”“文明交通我先行”“文明讲解显关怀”“文明劝导倡新风”“清洁家园焕新颜”“爱满洛阳奏新曲”“共建平安促和谐”8项志愿服务,截至目前,已有上万名志愿者积极报名参与,接下来,随着牡丹文化节各项活动的推进,预计还会有更多人加入“志愿红”队伍。

洛报融媒首席记者 王若馨 通讯员 董玉婕

曾经在知乎上有这么一个关于海碧的问答——

“洛阳人吃‘三皮一线’要配海碧,喝牛肉汤、羊肉汤要喝海碧,吃烧烤也要喝海碧,为什么洛阳人只爱本地生产的玻璃瓶装海碧?”

下面的留言众说纷纭——

“它和洛阳的种种美食搭配起来才够洛阳呀!”

“大概是一种习惯,虽然几十年来都只有三种口味,但依然让洛阳人深深迷恋”;“洛阳的‘80后’都是喝着它长大的,海碧的质量和价格也一直如既往亲民。”

洛阳人非常喜欢喝本地生产的玻璃瓶装海碧汽水,这是不争的事实。40年来,海碧经久不衰,陪伴一代又一代的洛阳人成长,其中更多的是一种情怀。



产品生产线

走进新安县石寺镇磨房村,一座座种植大棚整齐划一,棚内一朵朵羊肚菌破土而出,像一把把“小伞”错落有致地盛开在菌垄上,工人们正忙着采收,一派丰收景象。



羊肚菌粗加工

40年来,海碧经久不衰,陪伴了一代又一代的洛阳人 海碧 洛阳人忘不了的味道

情怀,在于洛阳人熟悉的味道——

从无线电二厂转型后的洛阳康乐食品厂(海碧前身),为开发出拳头产品,企业领导和技术人员跑遍大江南北请教专家,最终在上海正广和汽水厂的技术指导下,高起点开发了橘子味汽水。为了适应北方人的口味,海碧公司又经千百次配方试验,经众多消费者品尝评论,独特的汽水口感让洛阳人乃至周边的山西、陕西人都喝过瘾。

他们又根据企业“要生产出让人健康快乐食品”的宗旨,为它起了个动听的名字——“Happy·海碧”,在首届牡丹花会期间推出并引起轰动。而从最初的橘子味汽水到现在的三种口味,海碧更懂洛阳人的口味。

情怀,在于不随波逐流的大众定价——

从最初的0.3元一瓶,到后

来很长时间保持零售价1元一瓶,再到如今无论物价如何上涨,海碧的零售价都维持在2元一瓶。海碧汽水从它诞生那天起,就把自己定位于洛阳人的大众饮品。

也正因为如此,在洛阳,无论是早晨去喝汤,还是中午简单的一碗“三皮一线”,又或是在深夜的街头撸串儿,最好的饮料搭配正是这“三彩”的海碧汽水。

情怀,在于洛阳人骨子里的骄傲——

正是老百姓的口碑,使海碧汽水成为洛阳人心中喜爱的品牌,在洛阳乃至豫西地区国产瓶装汽水中取得了一枝独秀的市场地位。

虽然自20世纪90年代以来,雪碧、可口可乐、健力宝等许多国际国内品牌饮料对市场有一定影响,饮品企业竞争激烈,但在洛阳,海碧汽水如今仍牢牢地占有80%以上的饮料市场份额,而且远销周边,年销售量突破8000万瓶。海碧,已经成为洛阳人引以自豪

的本土品牌。

情怀,还在于海碧品牌的传承发展——

“一个优秀的本土品牌,如果要永远传承下去,成为百年品牌,除了依靠企业自身的努力,更重要的是能够得到各级政府的大力扶持和关心,得到全社会的广泛关注和鼎力支持。”洛阳海碧饮品有限责任公司董事长、总经理郭耀理说。

多年来,海碧公司坚持经济效益和社会效益并重的原则,积极投身公益事业,资助贫困学生,为贫困县捐生产设备,为地震、洪涝灾区献爱心。2018年、2019年连续两年,海碧公司在洛阳市八大商圈同步开展“爱心冰箱”免费送清凉活动,让高温下的劳动者免费喝汽水。

就像北京有北冰洋,西安有冰峰,我们洛阳有海碧。每个城市都有各自的情怀,它们见证了城市



海碧深受消费者喜爱

的发展变迁,也见证了一代又一代人的成长!业内人士这样评价,喝海碧不仅成了洛阳人的情结,更升华为一种大众文化,一种和汤类、浆面条、凉皮等一同代表了大众的小吃文化,让人从内心喜欢,成为人们餐食的伴侣。

如今,海碧公司正利用品牌优势持续做精做强市场,加快创新发展,为传承洛阳的地域文化和彰显老字号地方特色贡献力量。而洛阳人无论走多远,在内心深处,海碧都将代表着“洛阳味道”成为永远的挂念。

莹波 梅朝霞 文/图

揭秘海碧高质量发展 系列报道②

新安县石寺镇: “乡贤回归”促产业发展 “引雁归巢”助乡村振兴

“我们去年12月种植了4亩羊肚菌,共7个大棚,现在正是羊肚菌成熟上市的季节,亩产1200斤左右,平均每公斤八九十块钱。”石寺镇乡贤郭雷高兴地向记者介绍。

2016年开始接触食用菌行业的郭雷了解到羊肚菌的广阔市场前景后,便潜心钻研学习羊肚菌种植技术,迄今他从事羊肚菌种

植及相关工作已有六七年时间。2019年,郭雷成立洛阳众益农业有限公司,在得知家乡鼓励返乡创业的消息后,他深受鼓舞,于2022年回到石寺镇采取“公司+基地+农户”的模式发展羊肚菌种植。据初步统计,该项目可实现年收益19万元,带动当地20名群众就近务工。

乡贤反哺桑梓,乡村振兴加速跑。下一步,石寺镇将认真贯彻落实市委乡村振兴“151”工作举措,找准乡贤返乡创业切入点,把乡贤资源“聚起来”,创新发展思路,优化产业布局,全力促进产业发展,持续带动群众增收致富,进一步助推乡村全面振兴。李娟 孔飞飞 文/图



羊肚菌种植大棚