

2008年9月22日 星期一 编辑：鲍琪斌 组版：张 婧 校对：俞志立

## 每逢中秋 期待商报送惊喜

### 东南商报中秋新闻文化活动深受读者喜爱

本报讯（记者 李臻 卢科霞）前晚，东海之滨的象山皇城沙滩上一片欢腾，东南商报的160余名读者举行联欢，共赏“海上生明月”的壮美景观。而这只是东南商报连续三年举办的中秋新闻文化活动的精彩瞬间。

#### 连续三年中秋办活动

自2006年以来，东南商报已经连续3年举办了以弘扬优秀传统文化、服务广大读者为主旨的中秋新闻文化系列活动。

2006年中秋节，商报首次包了一架专机举办空中赏月，同时举办了游船水上赏月，这种创新的活动载体和独特的形式，受到了读者的极大欢迎，成为当年宁波市中秋节最具创意的新闻文化活动方案之一。

2007年中秋节，商报在举行包机赏月和游船水上赏月活动的同时，更是将包机与空中婚礼结合起来，给了读者一个惊喜。

今年，商报策划了“浪漫金秋海上赏月”活动，以其别样的海派特色再次吸引了大批读者的眼球。

新颖独特的活动形式，使商报中秋新闻文化活动成为了媒体创新的一张名片。

#### 活动备受读者喜爱

一系列中秋新闻文化活动中无意中影响了市民的中秋赏月习惯。记者采访了不少商报读者，他们都对这些活动赞不绝口，有些读者甚至以此作为蓝本，与家人欢度中秋。

“前年，我参加了商报的中秋抽奖活动，成为一名幸运读者。那年的中秋节，我乘坐专机参加了空中赏月活动。我都50多岁了，这样过中秋节还是第一次，真是终身难忘啊。”家住江东的俞女士说起前年的中秋节，兴奋之情溢于言表，“从那年开始，我们全家对中秋节有了一种全新的期待，中秋前的一段时间总是特别关注商报，能有机会参加商报的中秋活动当然更好，如果不能，我们家也会参考商报举办的活动，依样画葫芦自己庆祝。”



▲2008年9月20日，参与商报活动的读者一家三口在帐篷外开心合影。 记者 王增芳 摄



▲2006年10月8日中秋节活动版面



▲2007年9月27日中秋节活动版面

俞女士告诉记者，去年由于名额有限，很遗憾没能参加商报的游船赏月，全家为此在次日晚上，也坐游船玩了一番。今年，商报提前刊登了十大赏月胜地的消息，她们家就以此为参考，选择了其中的月湖，“原来想去海边，因为有台风只好选择就近的景点，明年已经想好了，就去商报提到的中国渔村。”

#### “既有传承更有创新”

“中秋节是中华民族最具代表性的传统佳节之一，中秋众多习俗已成为中华民族文化的象征。中秋经历了从拜月崇月的祭祀到赏月观月的雅趣，再到如今赋予团圆和美的象征涵义，中秋节的演变史更是传统文化的传承史。”宁波市非物质文化遗产保护中心负责人告诉记者。

#### 海上生明月 为何壮观？

很多人都觉得，在海边看月亮从海面上升起时非常壮观。那么，为什么会有这种感觉呢？

首先，海平面非常辽阔，这样就造成了月亮升起的地方非常广阔，营造了一个壮观场面的基础。

其次，由于大海非常宽广，因此在良好的气象环境下（天气晴朗），海面的大气扰动就比较小，海面空气

中的水汽对于月亮光的折射和散射能达到一个比较理想的状态，加之低空光折射效应增强，这样就形成了一个清晰的大月亮从海面升起的特点。

另外，在满月之时，缓缓升起的圆月，在月光照射的海面衬托下，更能展现一种“海上生明月，天涯共此时”的壮观场面。

#### 月亮与潮汐 有何关系？

凡是到过海边的人，都

会看到海水有一种周期性的涨落现象，这种现象就是潮汐。“昼涨称潮，夜涨称汐”，简而言之“潮”指白天海水上涨，“汐”指晚上海水上涨。

潮汐现象是怎样产生的？原来，海水随着地球自转也在旋转，而旋转的物体都受到一种力的作用，使它们有离开旋转中心的倾向，这就好像旋转张开的雨伞，雨伞上水珠将要被甩出去一样。同时海水还要受到月球、太阳及其他天体的吸引力，因为月球离地球最近，

因此月球的吸引力较大。这样海水在这两个力的共同作用下形成了引潮力。由于地球、月球在不断运动，地球、月球与太阳的相对位置在发生周期性变化，因此引潮力也在周期性变化，这就使潮汐现象周期性地发生。一日之内，地球上除南北两极及个别地区外，各处的潮汐均有两次涨落，每次周期12小时25分，一日两次，共24小时50分，所以潮汐涨落的时间每天都要推后50分钟。生活在海边的人，大都能推算出潮汐发生的时间。

记者 程鑫 整理

#### 合作单位感言

上海大众汽车浙闽销售服务中心大众品牌营销事业部副总经理曲晶鑫：

#### 留给大家一段美好记忆

上海大众很荣幸能成为东南商报这次“携手奥运功臣相约金秋海滩”活动的合作伙伴，并借此良机来展现我们的品牌和产品的新颖性。作为一个汽车品牌，我们非常希望能得到更广大消费者的肯定，因此上海大众投入了百分百的热情参与本次活动，希望通过活动的形式，增进与客户之间的交流。长期以来，客户的需求对我们来说就是一种创新的动力，这一直激励着我们不断开发新产品，创造新科技，不断研发出迎合时代需求的车型以投入市场。

在与东南商报的合作过程中，我们选择了旅游与自驾游理念的融合。这次活动的地点是象山皇城沙滩，当地不仅拥有令人陶醉的自然风景，同时汽车露营地等旅游配套设施也相

当符合自驾游的需求。驾车心爱的私家车，到一个遍地是风景的优美小城轻松地享受完美假期，这些都与我们企业的产品和产品形象相符合。

此外，上海大众一直都没有停止过对美的追求。在本次活动中，上海大众 LAVIDA 朗逸的亮丽身影出现在大家眼前。作为专为中国消费者度身打造的一款新车，LAVIDA 朗逸既保持了德国设计的优秀品质，又融入了很多体现中国传统文化的审美观念以及站在时代前沿的设计元素。朗逸用充满前瞻性的设计语言为 A 级车注入了更多的豪华大气感，满足了消费者更为本土化的需求。因此在充满明月、海水、沙滩等元素的浪漫金秋中，希望朗逸，希望上海大众能留给大家一段美好的记忆。

#### 象山县风景旅游管理局局长助理纪云飞： 美丽滨海小城敞开怀抱

近年来，象山旅游业紧紧围绕“东方不老岛 海上仙子国”的旅游主题形象，立足沪杭甬，拓展长三角，取得长足发展。象山是一个年轻、充满活力的滨海小城，适宜各个年龄层次的人来此旅游度假。这里有美丽的沙滩，有地道的海鲜，有原汁原味的民风民俗……开发建设十年来，截至今年7月共接待游客1519.42万人次，累计实现旅游经济总收入92.56亿元，年均增速超过30%，已成为象山经济新的增长点。

为进一步发展旅游业，象山还编制完成了有关规划，明确了旅游发展的目标定位和发展方向，确立了“一带四区”的区域功能定位。除了松兰山海滨度假区、环石浦港区域、大塘港区域、环象山港区域、海洋旅游目的地等专项规划，

又编制了海钓、游艇、滨海高尔夫、影视文化产业、乡村旅游等特色产品规划，不断加快高端旅游产品开发。通过几年来的努力，基本形成了具有象山特色的滨海旅游规划体系。

本次象山县风景旅游管理局与商报合作开展“携手奥运功臣 相约金秋海滩”活动，并将地点放在了渔村，这是我县四大品牌景区之一。中国渔村内部的汽车露营地于今年海钓节期间正式对外开放，同时也是长三角最大的汽车露营地之一，同时也是一种旅游新业态项目。我们有信心把象山打造成为长三角重要的滨海旅游目的地。现在象山正在努力争取创建浙江省旅游强县，并已通过由市旅游局组成的创建省旅游经济强县初审评定，接下来将等待省检查组验收。

#### 中国渔村总经理徐盟： 携手商报提升企业形象

这是中国渔村与东南商报第二次联合举办大型活动。去年景区就与东南商报合作举办了“浪漫七夕 情定渔村”活动，不仅取得了良好的社会反响，还提升了企业的自身形象。

中国渔村分为阳光海岸和渔山岛两大景区。作为中国最大的综合性海洋文化休闲度假胜地，它具备了一流的软硬件设施，有地中海式的别墅建筑和加勒比海风格的娱乐区，有优质的海滨沙滩、地道美味的渔村海鲜小吃以及青翠的岛屿和森林资源，景区内涵盖了“吃、住、行、游、购、娱”全部旅游休闲要素，更应和了

国际最流行的海滨旅游五大要点——海洋、沙滩、空气、阳光、绿色。与此同时，中国渔村紧紧围绕丰富的海洋旅游资源和深厚的渔文化内涵，无论是主题公园配套主楼、渔村主题别墅、三桅式古船、渔家排档、帐篷村，还是高挂的渔村风向标、渔家小船、桅灯等，都全方位展示了渔区的生活氛围。

中国渔村，以其浓郁的渔区风情和丰富的海洋文化，成为宁波旅游的一大品牌，并被评为了“浙江省十大避暑休闲胜地”，成为中国滨海旅游项目中一张精美的名片。

记者 周雁

#### 延伸阅读