



文化盛宴 彰显城市魅力

洛阳牡丹仙子选拔赛广受好评

□黄晓明

历时一个多月的“牡丹宴之约”2019中国·洛阳牡丹仙子选拔赛,近日圆满落幕。

这场融合牡丹文化和酒文化的活动,在冬季的洛阳引发了一场文化热潮。

1 冬日掀起“牡丹”热潮

“牡丹宴之约”2019中国·洛阳牡丹仙子选拔赛于2018年11月底启动。作为近年来规模较大、覆盖范围较广的一场牡丹仙子选拔赛,这场赛事一开始便受到广泛关注,经过报名、筛选,最终有300多名选手参加海选。

“说到洛阳,很多人首先想到的便是‘洛阳牡丹甲天下’这句话。虽然我不是洛阳人,但是这两年我在洛阳生活,对牡丹有了更深的了解。以前我是学校礼仪队的队员,对这类活动比较感兴趣,看到活动信息后,第一时间报了名。”报名参赛的张女士说,这是她第一次参加此类活动,作为一名身在洛阳的外地人,她希望通过这样的活动让更多的外地人了解洛阳、认识牡丹。

据了解,除了洛阳本地人,不少像张女士这样长期工作、生活在洛阳的外地人也积极报名参加。

本次牡丹仙子选拔赛有海选、复赛、决赛等环节。根据规则,决赛评选阶段增加了网络投票环节,除了现场评委打分,网络投票成绩占决赛成绩的20%。

网络投票的推出,在网络上掀起了一股投票热潮:自2018年12月17日至2019年1月3日,投票系统的访问量已超过50万人次,累计投票量逾24万人次。

2 弘扬洛阳牡丹文化

本次牡丹仙子选拔赛由牡丹宴酒总冠名,洛阳旅游发展集团资产管理有限公司和《洛阳晚报》主办,洛阳报业文化传媒有限公司、洛阳餐旅集团协办,洛阳市人民政府会展办公室、洛阳市文学艺术界联合会指导。

除了在全市范围内引起广泛关注、参与,本次活动也引起了社会各界的热议。

“河南是华夏文明的发源地,以牡丹闻名的洛阳流传着种种关于牡丹的传说,其中牡丹仙子的传说已流传千年。牡丹是洛阳的一张名片,牡丹仙子的传说赋予了牡丹丰富的文化内涵,讲好洛阳故事、讲好牡丹故事,挖掘和传播洛阳牡丹文化是每一个洛阳人的责任。”洛阳市文学艺术界联合会主席王晓辉表示,此次牡丹仙子选拔赛的举办可谓一次很好的探索和尝试。

全国人大代表、市美术家协会名誉主席王绣表示,自唐宋以来,牡丹便有“国色天香”之美誉,牡丹文化在历史的长河中逐渐深入人心,此次牡丹仙子选拔赛及类似活动的开展,可助力文化资源充分“活”起来,让其更具生命力。

3 助力牡丹产业发展

洛阳餐旅集团原本是做餐饮的,以“宴会专家”闻名洛阳、享誉全国。人们常说:“民以食为天,酒以食为本。”去年,该公司根据多元化经营战略需要,决定进军酱香型白酒行业,并以“牡丹宴”作为主推酒的商标。

“洛阳既是一座中外闻名的牡丹花城,又是酒圣杜康最早酿酒的地方。”中国饭店协会副会长、洛阳市餐饮与饭店协会会长、洛阳餐旅集团创始人暨董事长申灵杰说,由牡丹宴酒总冠名的洛阳牡丹仙子选拔赛,是一场牡丹文化与酒文化相融合的盛宴。

据了解,唐代就有了关于牡丹宴酒酿造的记载。去年9月,洛阳餐旅集团将牡丹宴酒生产基地设在贵州省茅台镇,与贵州省知名酱香型白酒酿造企业——仁怀市茅台镇金酱酒业有限公司共同研制开发,推出了首批牡丹宴酒,让古老的名酒焕发生机。

“以悠久的历史文化为依托,有贵州省茅台镇优质的酱香型原酒为后盾,有中原地区广大酱香型酒爱好者作支撑,相信牡丹宴酒会成为中国酱香型白酒百花园里的一朵‘盛世牡丹’。”申灵杰说,洛阳牡丹仙子选拔赛是美人与美酒的邂逅,不仅为牡丹宴酒找到了最佳形象代言人,也进一步提升了这一古老名酒的知名度和影响力。

王绣表示,牡丹产业是一个颇具潜力的产业,但是目前许多企业还不具备明显的品牌价值和品牌效应,文化资源优势还不能真正转化为产业优势和市场优势,此次活动将牡丹文化、酒文化相融合,是相关企业在品牌打造方面的一次有益尝试。



牡丹仙子现场走秀(资料图片)



特别鸣谢

- 上阳宫文化园
- 李学武牡丹瓷
- 金伯利钻石
- 香港磁立瘦华阳形象店
- TVSOP潮男服饰洛阳泉舜店
- 洛阳安心茶坊
- 楚楚美妆婚纱馆
- 唐三菜——零添加剂果蔬零食健康品牌
- 洛阳硕驰商贸有限公司
- 首彩酒业河南运营中心
- 歌迷好声音XV
- 洛阳新都汇店
- 格调网咖