

# 想看极光又怕扑空 今年追光游,挪威罗弗敦群岛胜出



本报记者 郑剑瑾/文 视觉中国供图

“越漂亮,越无常,美景良辰未细赏,我已为你着凉。”——莫文蔚《北极光》  
作为地球上最神秘的现象之一,极光一直被许多人视为人生梦想。

除了大家熟知的芬兰,其实瑞典、加拿大、挪威、俄罗斯都是看极光不错的选择。不过今年“极光游”胜出地却是挪威的罗弗敦群岛,虽然不知名,但是因此地从9月开始就能看到,而且成功率极高,成为游客追捧的新热点。

## 几乎百分百狩猎成功 挪威群岛成今年追光新宠

散落在挪威海中的罗弗敦群岛你可能很陌生,但是对于追逐极光的游客来说,它却成了今年的“高频词”。因为进入十月可以迎来几乎百分百能看到极光的大概率旺季,这片岛屿成了今年极光游的新宠。

杭州海外旅游有限公司负责人金岚告诉钱报记者,极光游从十几年前开始出现,最早的费用高达十几万元一个人,而且看到的概率不高。随着旅游开发深入,前年开始,极光游的产品越来越丰富,北欧、加拿大、俄罗斯、北极都成为目的地,价格也越来越丰富,从普通到高端都有,既可以全程跟团,还有灵活度更高的半自由行。

不过,极光游产品向来属于概率型产品,也就是说,到了目的地,是否看得到极光全凭“缘分”。

而今年挪威罗弗敦群岛是个“另类”。金岚介绍,这个群岛处于北极圈以北,位于极光椭圆区之下,因此观看到北极光的概率较大。这里既有崇山峻岭,又有深不见底的峡湾,还有延绵无尽、海浪滔天的海滩。而且它属于挪威北部的希尔克内斯,是不可错过的帝王蟹捕捞地点。

“在罗弗敦群岛,一般9月1日-10月27日,晚上9点是极光狩猎时间;10月28日开始到3月31日,晚上8点是极光狩猎时间。只是这款产品和其他相比,价格略贵些,人均近5万元。”

## 想要拍摄极光 最好在少云寒冷的夜晚

极光,这种出现在高磁纬地区上空的绚丽多彩的发光现象,被人们赋予更多的神话色彩。每年体验极光游的客人,去俄罗斯的可以体验莫斯科和圣彼得堡之间的高速火车和俄式桑拿;去芬兰的可以欣赏传统烟熏桑拿房、餐厅与酒吧、冰雪教堂等,还能试试拉普兰的驯鹿肉大餐,但是更多的是扛着“长枪短炮”的“追光者”。

钱报记者特意请教了摄影专家老林。他表示想要拍摄极光,最好在少云寒冷的夜晚,而且最好不要满月。

不过,想要拍出完美的极光效果,除了需要高端的相机外,拍摄技巧也很重要。老林说:“极光属于弱光。拍摄时,最好把光圈调到2.8到4.5。另外由于极光较暗,需要较长的曝光时间,所以一定要准备一个稳定的三脚架。”



## 万元奖金 请你为衢州民宿想一条有温度的口号



常山-村上酒舍



柯城区-溢舍

万元征集一句有温度的宣传口号!近期,衢州市文化广电旅游局面向全国正式发起“衢州民宿区域公共品牌口号征集”活动。

## 民宿产业高速发展 但各自为战、缺乏统一口号

被称为“南孔圣地”的衢州,有令人赞叹的秀丽山水,是浙江省大花园建设的核心区之一。围绕国家提出的乡村振兴战略,衢州正在积极吸纳返乡人才、吸引乡村投资、活跃乡村经济,全力打造“美丽大花园”,民宿产业正发挥着越来越重要的抓手作用。

常山县的村上酒舍,地处交通不便的泰安村。当地大量村民外迁,很多老宅或废弃或失修。2016年,返乡青年余家富、唐陈飞从古建商人和施工队的手上“抢”到了一栋完好的当地古民居,既保留传统建筑风貌,又加入部分现代化配套,同时还注入了酿酒主题文化,吸引了大批游客前来观光住宿。

以村上酒舍等民宿为代表,近年来围舍·缘溪、溢舍、竹栖谷民宿、村上酒舍等一批精品民宿逐步落地,大批青年返乡参与乡村建设。这批民宿不仅带动了当地村民的就业、经济的发展,更通过热情的服务、精巧的设计向游客展现“南孔圣地·衢州有礼”城市品牌的魅力。同时,衢州也陆续出台了《衢州市民宿提升发展三年行动计划》、《衢州市民宿提升发展扶持奖励办法》等相关政策,并联合浙江日报报业集团成功举办多届衢州优秀民宿评选、衢州民宿设计国际大赛、民宿与乡村相关主题论坛等活动,为衢州民宿的发展提供了政策、资金、理论、人才等方面的扶持。

“长久以来,衢州的民宿产业始终缺乏一个统一的区域公共品牌口号,更好地传递当地民宿的设计之美、服务之美和文化之美。”

衢州希望以本次活动为契机,为当地民宿挑选一个具有代表性的创意宣传口号,同时也向游客进一步推荐呼吸山水、吐纳文化的精品民宿。

## 想为衢州民宿发展贡献一份力 请看这些活动信息

假如你去过衢州、住过那里的民宿,不妨结合你的所见所闻,来用一句口号提炼它们的特色吧。

### 征集时间

2019年10月23日—11月13日

### 奖项及奖金设置

中选主题(口号):1项 10000元  
入围主题(口号):9项 1000元  
(注:所有奖金均为税前金额)

### 口号征集活动参与要求

- ①10个字以内,形式不限;
- ②要求能反映衢州民宿的定位和特色,体现衢州城市品牌者优先;
- ③参赛者不仅要想出口号,还需在报名文档中阐述提出这个口号的原因;
- ④参赛者须留下真实的参赛者姓名(或团队名称)、联系人、联系方式。

(注:如因信息缺失造成无法联系上参赛者的,视作弃权)

### 口号征集报名渠道

请将口号、参赛者/团队姓名、联系方式等信息发送至征集邮箱:QZMSKH2019@163.com

本报记者 叶晨