

中国男篮短训营在青集训收获大：下一次还来

# “灌篮高手”完成集训 姚明考察点赞青岛

□青岛日报/观海新闻记者 许 诺

为期十天的中国男篮短训营，日前在青岛国信篮球训练基地顺利结束。“感谢青岛，感谢国信，为国家队创造了这么好的训练条件。”无论是中国篮协主席姚明，还是男篮主帅乔尔杰维奇，对青岛方面表示由衷感谢的同时，也将下一期的国家队集训敲定在了青岛。

一个国内一流水平的篮球基地，让青岛第一次承接了中国男篮国家队集训；一批年轻才俊迅速成长，让青岛男篮在国内赛场摘金夺银……正如姚明所言，青岛与中国篮协已经建立了深厚友谊，希望双方加强交流合作，期待着青岛能够为中国篮球贡献更多的“青岛力量”，共同推动中国篮球健康发展。

## 筑巢引凤 中国男篮首次来青集训

5月1日至9日，中国男篮在乔尔杰维奇的带领下，在国信篮球训练基地顺利完成集训。更多年轻队员入选国家集训队，在乔尔杰维奇看来，他们才是中国篮球的未来。

“他们都是上赛季表现出色的队员，能够进入国家集训队，也是对他们努力付出的最好回报。”对于这次集训，乔尔杰维奇解释说，“中国不缺乏有天赋的球员，他们的身体条件很出色，但我们更强调他们要有为国效力的决心。当穿上国家队的战袍，他们就不仅仅仅代表个人，而是代表中国。我也希望用这样集训营的形式，让更多年轻球员进入国家队集训体系中。”

这是中国男篮第一次来到青岛集训，而地点选择在了去年刚落成的国信篮球训练基地。在这次集训前，乔尔杰维奇曾亲自到训练基地考察，并最终确定将这次集训放在青岛。“这里的场馆条件是国内顶级的，上次来考察时，就感受到了青岛的热情，所以我们才选择把集训放在这里。”

在参训球员中，周琦无疑是最耀眼的明星。“第一次来青岛集训，这里的条件绝对是国内顶级的。”对于国信训练基地，周琦竖起大拇指，“训练场馆非常棒，而且配套设施也很全，无论是住宿还是餐饮，都非常到位。”

中国篮协主席姚明，在此次集训期间特意来到“一直想来看看”的国信篮球训练基地考察。对于这样一个包括了8片标准篮球训练场地、健身房、游泳池等训练场馆，配备运动员公寓的篮球基地，姚明赞不绝口。担任中国篮协青训总监的张斌，此次重回青岛也颇为感慨，“这个基地的硬件设施绝对是国内最好的。下一步，我也会带领国青队来这里集训，备战今年的亚青赛。”



■中国男篮队员在青岛集训。 王 雷 摄

## 深耕青训 青岛篮球未来可期

“再需要三年时间，青岛男篮一定能够成为国内一支强队。”国信集团党委书记、董事长王建辉在与姚明交流时如此表示。多年深耕青训终于有所收获，这也是国信打造“王者之师”的底气所在。

青训，永远都是竞技体育的根本。但青训

投入大、周期长、见效慢，在复杂的职业联赛中，往往被投资人抛诸脑后。即便是联盟出台了工资帽等相关政策，但依旧难以有效遏制高薪抢人的恶性竞争。

作为青岛男篮的投资方，国信集团领导显示出了与众不同的气魄和战略眼光，把青训放在了俱乐部可持续发展的战略地位。俱乐部制定了五年战略发展规划，目的就是为中国篮球、青岛篮球储备人才，培养属于球队自己的优秀球员，形成不断支撑球队的内生力量，进而成长

创新文旅场景丰富供给，新产品折射消费万花筒

# 提档升级，青岛全域文旅蜕变进行时

□青岛日报/观海新闻记者 马晓婷

“五一”过后，随着气温升高的，还有青岛全域文旅持续攀升的热度。历史城区内，年轻游客从全国各地赶来，一睹青岛百年风貌；海滨一线，以文化旅游作为主要载体的夜经济活力十足；在周边乡村，樱桃季的到来，开启了乡村旅游全年的高峰期。以省旅发大会成功召开为契机，在全市旅游品质提升的全力推动下，各主体正铆足干劲开辟文旅细分赛道，以活跃的文旅创新，展现城区风貌和发展品质。在这其中，文旅新消费的活跃成为一大亮点。

这是一次新需求的集中释放，更是一次新考验的集中解題。转折点上着发展，只有源源不断为旅游业高质量发展注入新动能，才能在战略机遇期内实现高质量提档升级，以旅游业活力为城市经济发展澎湃新力量。

## 以“流量”转化消费习惯

“五一”过后，位于市南区老城的小红楼美术馆依旧保持着高位的客流量，即便天气不好的日子，这里的客流量依然让很多店铺羡慕。在美术馆主理人孟繁荣看来，这其中的核心密码，正是自己和团队2年来线上线下持续性的宣传引导。“五一”假期，小红楼美术馆单日最高客流量达到6000人，单日最高营业额接近10万元，几乎达到了同体量商业的“天花板”级别。

在社交媒体平台和年轻人的口碑相传中，小红楼美术馆被很多游客看作青岛旅行的最佳拍照打卡地。美术馆院子里，设置了近20个网红打卡点。用孟繁荣的话来说，朋友圈发三组“九宫格”都够了。“假期里，我自己到店几乎都挤不进去。我们的服务流程经过不断的优化，饮品和文创的选择上都非常丰富，文创产品高峰期一天能卖出1000多套，供不应求。9.9元的门票，主要是为了优化美术馆的秩序，提升游客的体验感。如果在美术馆买饮品、文创等，都可以抵扣，相当于门票没有花钱。”孟繁荣说。

谈及为何能在老城区众多店铺中拥有如此大的客流，孟繁荣介绍，开业2年多时间来，小红楼美术馆在线上新媒体营销上下足功夫，在各大平台运营的自媒体账号达到十几个，在宣传推介青岛旅游的同时，也加大对自身产品的推

介。“仅去年围绕青岛风光的视频播放量，在抖音系就有10亿次。”孟繁荣坦言，注意力经济下，正是这种持续不断地推广吸引着客人到店，完成商业转化。

目前，孟繁荣在老城经营着三个空间，除小红楼美术馆外，还有里院书房和小岛日记，新的业态也正在筹备中。“如果没有商业变现，所有形态都无法长期持续发展。一定要有自己清晰的商业逻辑，才能不断创新迭代。现在的创业环境比以前好了很多，政府打造了街区，而且不定期举办活动引流，配套宣传，文旅企业更应该借力做事。”孟繁荣说。

## 以时尚场景培育消费风尚

海滨城市的旖旎风情，是吸引游客将青岛作为旅游目的地的重要原因。如何使这条动感海岸线更具活力，是青岛多年来一直在尝试破解的难题。今年以来，在青岛奥帆海洋文化旅游区创建5A级景区的过程中，一些变化正悄然发生。

走进青岛奥帆海洋文化旅游区，从日到夜的精彩，装点着市民游客的美好生活。今天，这个“城市会客厅”的内涵不断丰富。在这里，可以乘船体验海上旅游线路，可以到青岛国际会议中心品尝精致美食，也可以在奥帆中心内听音乐看表演。“五一”假日期间，青岛奥帆海洋文化旅游区接待游客共计45.68万余人，其中奥帆中心接待34.31万余人，海底世界接待11.37万余人，海上航线接待3.8万余人，发船350次，实现收入突破2000万元，各项指标均创历史最好水平。

青岛旅游集团正通过打造一批沉浸式演出的新消费场景，带来歌手驻唱、特色表演、潮玩集市等沉浸式体验，让市民游客重新“发现奥帆”，为景区带来了旅游新看点。其中，“奥帆LIFE移动购物车街区”项目是青岛旅游集团重点打造的旅游新场景、拉长夜经济的重点项目之一，街区从游客角度出发，通过高标准建设、高质量招商、高水平运营等，全面为游客与市民打造一个集旅游、消费、休闲的好去处，拟集结40余辆MOSHOP移动商业车，目前已顺利入驻16家国内优质品牌商户，丰富了景区的业态，得到游客的一致好评。

此外，景区内还开展了“星姿模特大会”、OH·FUN PARK多元空间文化节、青岛奥帆冰雪嘉年华、奥帆好秀、无人机表演等等一系列潮

玩活动。与此同时，由青岛旅游集团旗下奥帆博物馆和山海精怪品牌管理有限公司联合策划的“嗨帆生活节”，结合了40多个摊位，将一直持续至10月7日。

据悉，5月至6月上旬，活动将以“周末市集”形式运营，游客可以在周末前来打卡体验。6月中旬至国庆节假期，市集将全面升级为“第三届山海精怪潮玩节”，并进行常态化运营，打造青岛以山海经为主题的时尚潮流文化IP街区。

结合全年不同时段，提供文旅消费的弹性供给，不仅为市民游客打造了更贴近实际的消费场景，也实现了市场主体管理手段的创新提升。正是在这样不断地创新驱动下，新的精彩才能持续与游客见面。

## 以文旅融合丰富消费选择

五月樱桃红，正是青岛乡村旅游的旺季。由一颗小樱桃所引发的文旅涟漪，正在多个区

夜市、星级酒店等进行有机串联，为市民游客营造出丰富的文旅体验。

以樱桃为媒，特色的文旅活动正在青岛乡村绽放。5月6日，第21届杨家山里樱桃采摘节在青岛西海岸新区铁山街道正式开幕，拉开了这里五月樱桃采摘的序幕。开幕式现场发布了“原山原水 樱有尽游”旅游线路，向来自各行各业的文旅推介官授牌，助推杨家山里打造“春观樱山、夏游花海、秋尝百果、冬享雪趣”全季旅游的乡村目的地；同一天，青岛2023樱桃节暨第二十八届北宅樱桃节在大嶗樱桃谷开幕，将持续至6月2日。以山景为舞台，以樱桃树为幕，山间实景沉浸式演出《樱桃红了》，成为本届樱桃节的一大亮点。

在青岛乡村旅游场景中，文化和风景皆为原动力。如今，吃樱桃、品农家宴、住酒店民宿、逛博物馆等体验链条正在青岛乡村逐渐成形。旅游业发展进入新阶段，不仅城市旅游在变化，乡村旅游也酝酿着崭新的机遇。在乡村旅游这



■在碧草间支起帐篷，放松休闲。露营旅游深得市民与游客喜爱。 王 雷 摄

市蔓延。在各业态、场景的积极融合下，乡村旅游的热度产生了前所未有的带动力。

连日来，在城阳区惜福镇街道、夏庄街道，各大樱桃采摘园迎来了首批采摘游客。城阳的樱桃大多分布在东部山区，樱桃采摘持续时间长，以夏庄街道峭峪社区、惜福镇街道棉花村、霞沟村、超然村等最为著名，预计到5月中旬上旬达到盛果期。结合品樱桃、城阳区文化和旅游局推出多条城阳“樱桃采摘”乡村一日游线路，将东嶗茶园、百福香园、毛公山、乡慢草莓乐园、青岛奥林匹克雕塑文化园等景区，以及吕家庄

## 城市俱乐部 国际帆船赛收帆

■本报讯 2023“中体产业”城市俱乐部国际帆船赛（CCOR）日前在奥帆中心鸣金收帆，来自33支船队的230余名水手相聚“帆船之都”，一起乘风破浪。

CCOR始于青岛，笃于青岛。作为中国航海界旗帜性赛事之一，CCOR始终主动对标青岛建设国际化大都市的战略方向，充分调动自身广泛的航海体育资源，倾心倾力投身到“活力海洋之都 精彩宜人之城”的建设当中，不断深度挖掘品牌价值，提升在国内乃至世界航海界的专业影响力。

本届赛事共设FE28R、J80两个龙骨船级别和IOM公开级、F5-550青少年级两个遥控船级别，选手来自北京、上海、湖北、福建、江苏等10余个省市。赛事继续秉承“国际标准、开放办赛”的初心理念，引进多名具有奥运会执裁经验的国际顶级裁判组建仲裁团队；面向大众开放并提供便利亲民的赛船租赁服务；全程网络直播满足广大帆船爱好者的观赛体验。

经过四天紧张激烈的角逐，各奖项各归其主。其中，厦门城市职业学院队包揽了FE28R组别海岸赛和场地赛的冠军，J80组别中，首次组队参赛的帆船之都·青岛女子帆船队获得海岸赛冠军，视联天下队则在场地赛中实现卫冕。

本届赛事由国家体育总局水上运动管理中心、中国帆船帆板运动协会、青岛市体育局、青岛市重大国际帆船赛事（节庆）活动组委会主办。（张 羽）

## 健身教练比拼职业技能

■本报讯 历时两天的第一届山东省职业技能大赛青岛市选拔赛社会体育指导员（健身）赛项比赛，日前在青岛职业技术学院黄岛校区体育馆落下帷幕。

本次比赛参照全国第一届职业技能大赛“国赛”的规则和标准，设置六个独立的模块，包括体能比拼、职业素养、动作纠错、知识竞答、小团课教学和运动处方，共有来自7支队伍의22名体育行业从业者报名参赛。最终青职院体育健康学院队夺得一等奖和团体总分第一名。

据了解，为保障比赛顺利进行，青职院联手英派斯成立了以健身指导与管理专业校企教师融合的竞赛工作委员会，组建了技术组、设备组、专家组、接待组、宣传组、后勤保障组、安全保卫组和志愿服务组等专业工作组，制定多项工作方案和应急预案，多次召开推进会议并进行模拟演练，以确保赛事平稳运行。

本次比赛由市委组织部、市委宣传部、市人力资源和社会保障局、市发展改革委、市工业和信息化局、市教育局、市财政局、市总工会、共青团青岛市委和市妇联等十个部门共同主办。（张 羽 陈 曌）

6周10万人，这个雕塑展创青岛美术馆参观人数之最

## 韩美林向青岛市捐赠雕塑



■韩美林向青岛市捐赠的雕塑作品《母与子》。

■本报讯 开展6周多时间，有10万人参观了“韩美林生肖艺术展”，创造了青岛美术馆历史上参观人数之最。近日，在青岛市美术馆举行的韩美林作品《母与子》捐赠仪式，再次将展览推向一个高潮。为满足观众的观展需求，该展览的展出时间将延至5月14日。

捐赠仪式上，青岛市文化和旅游局局长潘峰从韩美林艺术基金会秘书长周建萍手中接过捐赠证书。这件珍贵的青铜雕塑作品《母与子》将永久坐落在青岛美术馆的展厅内。

艺术家韩美林以视频的形式向青岛观众，也向青岛市文化和旅游局和青岛市美术馆表达了感谢之情。他说：“青岛人民对我太好了。尤其这次生肖展观众如织，大家这样喜欢我的作品，我也很感动。生肖艺术展的闭幕只是暂时告一段落，希望除了生肖题材以外的作品今后也能来青岛跟大家见面。”

“艺术城市的内涵必须要有艺术作品的支撑，希望韩美林先生的艺术作品能够更多地岛城展现。”潘峰在捐赠仪式上表示，《母与子》雕塑将被青岛市美术馆列入馆藏作品名录，“韩美林生肖艺术展”后在展厅长期展示，向整个城市宣传艺术之美，传递大爱无疆。

据介绍，《母与子》系列雕塑是韩美林创作的重要题材之一，他把人性中最伟大的爱——“母爱”表现得淋漓尽致，每一件作品都在述说着一个温馨的故事，让观众深情注目，并被母子间的天性之爱所感动。这正如韩美林曾说：“母爱，是跨越国籍，跨越人种，甚至跨越物种而普遍存在的一种本能情感，是真正的大爱无疆。”以这样的情感为依托诞生的艺术作品，也必将是人类共赏的艺术佳作。将这份大爱留给山东家乡，也是韩美林对故里最深沉的爱。（崔 燕）