

高门槛是把“双刃剑”

冰雪项目对于技术和场地要求很高,参与者想要熟练掌握的话,自然离不开多加练习,这也让冰雪运动相对具有较高的门槛。张圣亮告诉记者算了一笔账,当时加盟品牌引进设备就花了上百万;聘请的教练都具有国家职业资格证书,月薪也是过万的;室内滑雪因为场地限制,为了保证安全系数,避免出现人多在赛道上冲撞的现象,每堂课最多只能一对二,导致每天的客流量都有限。因此想要维持下去的话,每个人的课时单价自然就高了,“课时费确实挺高,大都在一小时300-500元之间。”在青岛从事冰雪项目教学培训多年的王阳,曾和多个冰场和雪场有合作,对于冰雪运动的高成本深有体会:“现在的滑冰场出租的话都是每小时以千元计,好的滑冰雪装备也动辄数千元,课时费自然也水涨船高,这对于无论是民间的教学机构还是一般的家庭都存在一定的经济压力。对于经营者来说,招的学员少了根本不赚钱,招的人多了场地不够用又影响体验。”

不过,不少从业者认为这是一把双刃剑,虽然挡住了一部分人,但也能筛选出一些真正的冰雪发烧友。

经过多年探索,张圣亮对未来还是有信心的:“去年年初因为疫情影响没法营业,很多孩子只能进行线上学习,恢复营业之后几乎每天下午放学后都有孩子过来练习滑雪,孩子们的兴趣都很高,家长们也给予了很大的支持,每次群里的团课都很受欢迎。加上室内场馆不受天气影响,四季都可以运营。当室外场所受到天气影响的时候,不少滑雪发烧友都会改到室内玩,并且会形成滑雪的社交圈子,互相交流互相促进,吸引更多的年轻人加入进来,因此室内滑雪未来的前景还是很广阔的。”

目前王阳也在探索一条新的道路,他发

现青岛不少孩子通过轮滑项目转到冰雪运动,并且有了一定的成功经验。王阳认为虽然冰雪项目门槛较高,但是可以通过轮滑项目熟悉了一些基础原理之后,再根据孩子的意愿和家庭的实际情况转到冰雪上来,可以扩大冰雪的群众基础范围。

冰雪探索继续加速前进

虽然青岛冰上项目已经有了一定的发展,但是青岛乃至山东省自己培训的专业人员却寥寥无几,大多数雪场的教练员都来自其他省市。张猛说,他们雪场的教练大都是从其他省市借调过来的,雪场一般也只运营三个月,等到冰雪季一过,这些教练和工作人员又会回到原来工作的地方。在融创藏马山雪场,也是同样的情况。

随着2022年北京冬奥会正式进入倒计时,为了落实“三亿人参与冰雪运动”的目标,青岛市在2020年末举办了迎冬奥冰雪节,奥运冠军武大靖带着小选手们冲起来的场景还历历在目,这也预示着青岛冰雪运动还会加速前进。

2021年元旦假期过后,青岛市体育局充分挖掘冰雪运动和体育旅游资源,推出包含5大场景在内的10条时尚冰雪旅游路线,结合了青岛当地特色体育旅游资源,包括购物游场景、亲子游场景、登山游场景、温泉游场景和民俗游场景,满足不同游客动静相宜、前卫与传统、自然和人文、现代与乡村相结合的冰雪体验需求。希望市民在享受冰雪乐趣的同时,还能到周边的特色景点进行游玩和观光,全力打造青岛冬季冰雪运动新名片。

青岛市冰雪运动协会会长刘晓颖作为政协委员在两会上提到了青岛的冰雪运动发展:“青岛现在冰雪项目基础相比前些年已经有了一定的发展,前一阵子青岛举办的冰雪节效果也很好,希望能够引入更多

的社会力量,建设更多专业场馆和培养专业人才,也希望能够通过促进体教融合的方式,在青岛建设更多的冰雪特色学校,让更多的孩子们能够喜欢参与到冰雪运动中。”

《青岛市人民政府办公厅关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的实施意见》(青政办发〔2021〕1号),多次提到包括壮大冰雪在内的体育休闲健身产业,推动冰雪在内的体育项目进校园活动,打造冰雪等产业聚集区等相关目标和要求,对社会力量举办的赛事给予数额不等的资金扶持。青岛市体育局局长车景华曾在多次会议上提到,将会把冰雪等时尚体育运动作为未来重点发展的项目之一。



孩子们学习滑雪的热情很高。

临近春节,青岛范儿文创礼受关注

春节不远行
本地过大年

□半岛全媒体记者 刘红

文博文创,是青岛市文化惠民消费促进工作主要的补贴领域,现博物馆超过100家,博物馆深度挖掘各自馆藏的文化资源,发展文创开发文创产品,风景、历史、建筑、名人……这些拥有青岛味道的文创各具匠心,超具青岛范儿的文创礼品,各有千秋,把这些文创产品带



回家作为贺年礼,也是别具用心。

青岛德国总督楼旧址博物馆的总督楼故事手绘插画笔记本、实木手绘玻璃台屏、总督楼特色手工笔筒、折叠团扇等等,以青岛建筑元素为题材,“把博物馆带回家”。

青岛奥帆博物馆(资料图)

青岛若七珠宝文化艺术博物馆以五月的风、海鸥、珍珠、贝壳、帆船等青岛元素开发了青岛印象系列,今年还推出“牛转乾坤”陶针,借助牛夯沉稳的力量和无畏无惧的勇气,开创新气冲天的2021年。

青岛国际会议中心、青岛奥帆博物馆文创产品不仅海洋元素十足,“上合元素”更是闪亮,有元首笔、瓷器、领带、多功能电源笔记本等,“花开上合系列”夫人礼,还有中国邮政特色邮品首日封、明信片等等。

青岛啤酒博物馆推出了很多新年专属定制的文创产品,这些青岛特色产品不仅寓意着吉祥如意,也都充满着青岛独特的文化魅力。不仅有牛年定制版的“鸿运当头”,还有啤酒伴侣礼盒,里面有高品质的坚果,还有1903面包坊推出“开门红”礼盒,不仅新推出有青岛城市特色的点心,还有福字、对联等。

同时,青岛市博物馆推出牛年金银币;贝林博物馆毛绒纪念品、工艺品和礼品、水晶石,更有珍贵昆虫标本;崂山书房的“道士下山”系列,可谓别具匠心,作为贺年礼精致遂心。

就地过大年,“年味私家团”受推崇

□半岛全媒体记者 刘红

近日,疫情防控形势严峻复杂,全国多个省区市先后提出了春节期间“就地过年”的倡议。记者采访了解到,本地化产品、周边游受推崇,旅企为这个特别的春节推出各类活动和补贴政策,并有当地独立成团的“年味私家团”“年夜饭私家团”产品。

马蜂窝旅游大数据显示,今年1月

以来,关键词“周边游”的旅游搜索热度上涨71%,众多一线和新一线城市都成为人们关注的周边游热门目的地。

携程积极响应“原地过年”倡议,并为这个特别的春节推出各类活动和补贴政策,引导、鼓励消费者留在所奋斗的城市,在春节之际,与家人朋友驻足欣赏本地之美。近期推出了当地独立成团的“年味私家团”“年夜饭私家团”产品,避免了跨省乘坐飞机火车的风险,在本地与家人朋友独立

成团,独立用车,私享专属司机导游,既可以在旅程中放松过年,还可以满足与家人团员吃年夜饭,红红火火过大年的需求。

主题游充分利用自身在户外徒步、登山、滑雪、越野自驾、骑行等主题类旅游的优势,将今年春节的产品重心转移到本地周边主题游上,计划在春节前期推出全国周边主题旅游合集,主打租车+精选酒店+户外活动。为消费者提供更多“畅享自然,运动过年”的主题类春节

旅游产品。携程门票玩乐在今天的春节活动中主打本地周边游,为游客提供更多周边出游的场景和选择,并且针对本地门票、一日游等产品进行各类补贴优惠,鼓励消费者探索发掘本地之美。

据悉,“就地过年”以来,同程集团积极调整产品策略,推出多款本地化产品和补贴措施。住宿业务针对寒假推出了“本地玩”和“周边玩”的玩法,并有0.88元限时秒杀和亿元红包雨等多种福利。