

哈尔滨亚冬会

羊城晚报记者 苏荐

第九届亚洲冬季运动会在哈尔滨火热举行,不仅展现了冰雪运动的竞技之美,更以“冰雪+赛事+文旅”的创新模式,为后冬奥时代的冰雪经济转型提供了鲜活样本。这场体育盛会,以冰雪为媒,结合赛事为新的引流点,也为即将到来的第十五届全运会带来多维启示。



冷冰雪热经济 对十五运的多维启示

A 赛事+文旅,催生消费新形态

在哈尔滨冰雪大世界,来自香港的苏氏夫妇的行程颇具代表性。这对资深冰雪爱好者最喜欢的夏季奥运会项目是乒乓球,尤其喜欢孙颖莎和中国香港队的黄镇廷,冬季项目则是短道速滑。原计划观看短道速滑赛事,他

“冰迷”小张
羊城晚报记者 苏荐 摄

们却因门票早早售罄,转而去体验冰壶项目,也体会到了别样的乐趣。这种“赛事主导型”旅游消费模式,正成为冰雪经济的重要增长极。数据显示,亚冬会期间哈尔滨入境游订单同比激增157%,印证了国际赛事的强大引流效应。

赛事经济的溢出效应在甘肃省大学生小张母女的行程中更为显著。因为小张是“冰迷”,她专程规划了母女俩的“赛事+深度游”行程。2月7日、9日的短道速滑赛事门票,是她连续7小时刷新购票系统的“成果”。在她看来,从200元到800元不等的阶梯票价,正印证着冰雪运动的持续升温。这趟行程交通、住宿、餐饮、赛事及旅游景点门票、购物等多重消费,人均消费超万元。

虽然价格不菲,但小张认为“绝对值回票价”。这种从观赛需求延伸出的复合型消费,正是体育旅游经济价值最大化的典型路径。值得关注的是,年轻群体表现出来的“为热爱付费”的意愿,在本届亚冬会并不少见,为冰雪经济注入了可持续的发展动能。

B 以赛事为窗口,展示城市形象

在哈尔滨中央大街,两人高的亚冬会吉祥物成为新的网红打卡点,亚冬会特许商品旗舰店日均客流量更是突破5000人次。吉祥物冰娃、妮妮被套上多种多样诸如花棉袄、军大衣等服饰,冰壶摆件、系列徽章等文创产品的热销,均揭示出赛事IP商业化的巨大潜力。门店负责人告诉羊城晚报记者,此前一名游客一次性买了12个298元一个的冰壶摆件,在她看来,现在的消费者更看重文创产品的创意和文化内涵,在购

买商品的同时,也在收集文化记忆。据当地媒体透露,哈尔滨市文旅局在赛事期间,打造了10条精品旅游线路,串联起500余处文旅场景,形成“冰雪赛事+”的产业矩阵。旅游从业者高先生提供的数据显示,“喜迎亚冬会”相关旅游主题套餐订单量增长达388%。亚冬会的举办,无疑让黑龙江这个冰雪大省的冰雪文旅更上一层楼。

亚冬会期间,冰雪大世界特别设置了亚冬会主题区,内含亚

奥理事会45个成员国的地标冰雕,吸引了大量国际游客。俄罗斯记者阿丽娜在参观完后,对哈尔滨赞不绝口:“这里太震撼了,虽然有点冷,但哈尔滨人的热情让人心里暖暖的。”阿丽娜口中“寒冷中的温暖”,折射出哈尔滨精心打造的城市温度。境外门票预订量翻倍,东南亚客源增长35%的数据背后,也是“冰雪之都”打造和展示城市形象的契机。哈尔滨以亚冬会为窗口,向世界展示了一座城市的多元文化底色。

C 南北对话,亚冬会解码新思路

对于即将举办十五运的粤港澳大湾区,哈尔滨经验也提供了多维度的借鉴样本。亚冬会提倡节俭办赛,哈尔滨赛区5个比赛场馆都由旧馆改造。速度滑冰赛场黑龙江省冰上运动中心速度滑冰馆,已经承载了三十年的冰雪记忆,其中一个冰壶馆由小学冰球场转型而来,通过加装新型保温材料顶棚、优化动线设计等技术革新,既实现节能降耗目标,又赋予老旧场馆新生机。这种“节俭办赛、永续利用”的理念,与粤

港澳大湾区“绿色全运”的办赛方针形成呼应。

在文化价值挖掘层面,赛事IP的深度开发路径更具借鉴意义。当北国通过花袄版吉祥物、冰雕地标群等文化符号构筑城市记忆点时,大湾区同样可依托岭南醒狮、粤剧脸谱、骑楼光影等文化基因,打造具有辨识度的文化体育标识体系。

哈尔滨借亚冬会契机形成的10条文旅黄金线路、500处场景联动的产业矩阵,预示着体育盛事正从单一赛事向“体

育+科技+文旅”的复合生态演进。

数据显示,赛事期间冰雪装备、智能穿戴设备等关联产业订单量显著增长,印证了大型赛事对产业链的催化作用。当哈尔滨以冰雪经济撬动产业转型时,大湾区或可依托数字体育、智能装备制造等新兴产业基础,探索“赛事搭台、产业唱戏”的湾区模式,令十五运成为大湾区向世界展示“中国式现代化”城市群发展范本的重要契机。

U20男足亚洲杯·前瞻

剑指四强 中国队欲破20年魔咒

2月12日,第42届亚足联U20亚洲杯足球赛即将在深圳点燃战火,中国国青队将在深圳市青少年足球训练基地体育场与卡塔尔U20上演揭幕战。塞尔维亚籍主帅久尔杰维奇肩负着挺进四强的艰巨任务,这支被誉为过去10年最强的中国U20男足,承载了点燃中国足球希望之火的重任,中国国青队期待借助主场之利时隔20年重返世青赛。

中国男足从1975年开始征战亚青赛,此前曾获得1次冠军、3次亚军,10次杀入八强,5次获得世青赛参赛资格,6次折戟小组赛,最好成绩为1985年的U20亚洲杯战绩为2胜1平,力压沙特夺得冠军。中国男足最近一次参加世青赛为2005年,德国人克劳琛率队在芬兰大放异彩,此后20年均缺席世界青年顶级赛事,其间只有3次打进亚青赛八强。

本次U20亚洲杯,中国国青以东道主身份在深圳设擂,期待在家门口打破20年难登世青赛舞台的“魔咒”。根据赛制,本届U20亚洲杯共有16支球队参赛,共分4个小组,每组前两名晋级淘汰赛,前四名将代表亚洲征战2025年智利世青赛。中国国青与卡塔尔、澳大利亚、吉尔吉斯斯坦分在A组,成功避开日本、韩国、沙特、伊朗、乌兹别克斯坦等传统强队,上上签、主场之利、高质量的热身赛等利好因素叠加之下,球队将目标直指四强。

在经历足球反腐和扫黑工作后,中国足球迎来全面复苏,最直观的体现是国字号球队从成人国家队到U20、U17队无论是在竞技成绩还是精神面貌均焕然一新,本次中国国青以东道主身份出战,前景被普遍看好。

中国国青队由久尔杰维奇领军,阵中

拥有王钰栋、刘诚宇、蒯纪闻、毛伟杰、张志雄等能力和潜力出众的新星,他们在各自联赛均有不俗表现,杜月徵等留洋球员的加入,也为国青带来更多的战术选择和实力提升。

自组建以来,国青队一直通过高水平的热身赛以赛代练保持状态、磨合技术打法。去年的熊猫杯友谊赛,国青队曾1比1战平澳大利亚,去年的渭南四国赛曾0比0战平乌兹别克斯坦队,2比0战胜韩国队。在与亚洲传统强队的对话中,国青队有来有回不落下风,这些年轻人积累了经验,收获了信心。今年1月至今,中国国青开启海外拉练,在7场热身赛取得4胜1平2负的不俗战绩,球队的阵型打法已逐渐成形,并以积极的态度和坚定的信念,向目标全力冲刺。

尽管外界对中国国青本次U20亚洲杯的前景持乐观态度,但青少年赛事有着太多的未知数和变数。缺少大赛经验是这支国青队的硬伤,球队唯有放低姿态、调整心态,一场场去死磕对手,首先要确保小组赛出线,正如主帅久尔杰维奇所言:“我们要一步一步来,相信离目标会越来越近!”而首战对垒卡塔尔能否如愿取得开门红,将直接决定中国国青队的出线命运。

羊城晚报记者 柴智



中国队主教练久尔杰维奇 新华社发

科幻

水滴汤圆

□严奇

日落黄昏,风声渐重,木星居住区的气压更低了,天空染上了一抹淡淡的紫罗兰色。振福窝在安全屋角盯着观测屏,千里之外的三艘巨型商船被卷进气旋大红斑,一艘被刮向木卫一,一艘被吹向木卫三,还有一艘被撕扯粉碎。振福不由叹息:“幸好……我做的汤圆不好吃。”

振福是第一批来木星的移民者,亦是为数不多的一位糖水师傅,他在木星的大气层区域开了一家糖水店。振福一直坚持选用地球上食材,搭配木星上的轻质原料来制作汤圆。振福仍坚持按老方法制作汤圆,先用食指与拇指扣成环状,捏好一层馅皮铺上,再放一勺馅料,捏进去,最后捏紧封口。由于木星的重力是地球的2.33倍,馅料因重力牵引往下降,却被馅皮紧紧包裹,于是当汤圆放进强磁场烹饪锅里煮熟时,便形成了水滴形状。他做的“水滴汤圆”由此闻名。

“水滴汤圆中看不中吃。可为什么来店里的街坊从不少见?”振福热爱汤圆,却不喜欢汤圆,他总觉得木星上的原料做成汤圆,吃起来总有一股难消散的土气味,可地球本土食材珍贵,他又不得不加入些木星原料。

妻子说:“可能是因为木星上

重力大、气压高、磁场厚重,大家的体力和脑力消耗都不少,对碳水化合物的需求自然也很高。”振福也明白,汤圆的软糯口感确实能刺激人类大脑分泌多巴胺,无论是在地球还是在木星都一样。

移民开发已十年了,到木星上的人类仍不多,各自的家乡也不同,因此有人喜欢吃甜汤圆,有人喜欢吃咸汤圆,还有人喜欢吃辣汤圆,对此振福从不二话,一一满足。久而久之,店里的熟客也多了起来。

振福注意到,新移民抵达木星后,刚下飞船,都会找到他这家店来“打卡”。他倒不觉得这是因为他的汤圆好吃,只认为是他在飞船上了广告的原因。