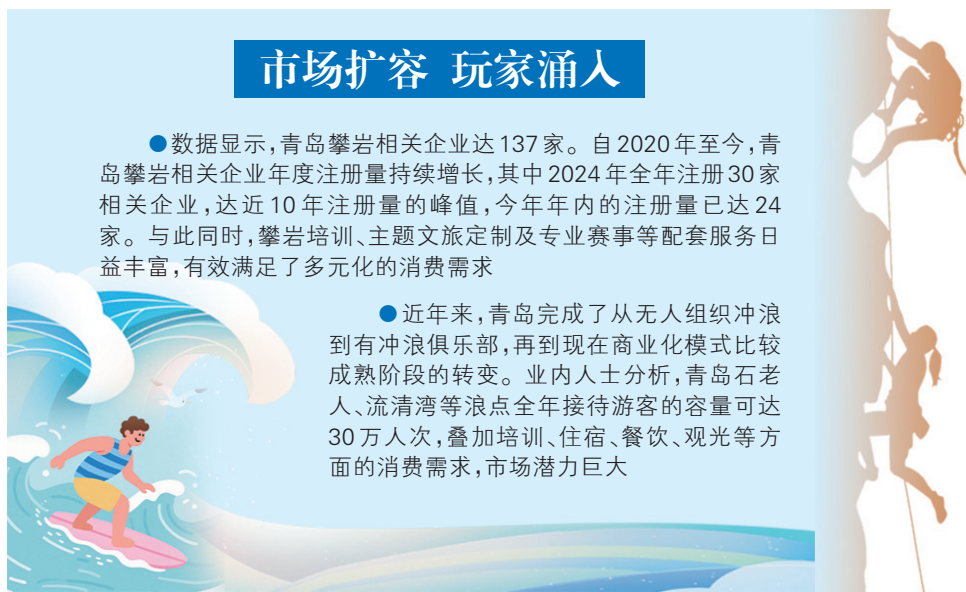


# 攀岩、冲浪：青岛成为重要“目的地”

## 优质山海资源吸引全国爱好者奔赴，消费市场蓬勃发展

□青岛日报/观海新闻记者 丁倩倩



### 市场扩容 玩家涌入

●数据显示，青岛攀岩相关企业达137家。自2020年至今，青岛攀岩相关企业年度注册量持续增长，其中2024年全年注册30家相关企业，达近10年注册量的峰值，今年年内的注册量已达24家。与此同时，攀岩培训、主题文旅定制及专业赛事等配套服务日益丰富，有效满足了多元化的消费需求

●近年来，青岛完成了从无人组织冲浪到有冲浪俱乐部，再到商业化模式比较成熟阶段的转变。业内人士分析，青岛石老人、流清湾等浪点全年接待游客的容量可达30万人次，叠加培训、住宿、餐饮、观光等方面的消费需求，市场潜力巨大

逐渐从野外转向室内岩馆。

岩馆的正常运营需要用户基数的支撑。赵先生较早进入岩馆运营行业，刚开始消费者不认可，他的岩馆根本不赚钱，一年几万块钱的房租都赚不出来，“当时消费者对这项运动普遍存在认知偏差：比如成年人想尝试，同行者可能阻止说这是给小孩子玩的；孩子感兴趣，家长又觉得太危险，最终导致参与者寥寥。”岩馆开了关，关了开，直到2023年左右，赵先生才真正觉得“不一样了”。“如今消费者对这项运动的接受度显著提升，不管大人小孩，过来咨询的不再是能不能爬，而是怎么爬。”赵先生说。

赵先生的感受印证了攀岩运动被大众接受的趋势。近年来，随着奥运会等赛事的“种草”，越来越多的消费者开始接触攀岩。国家体育总局登山运动管理中心公布的数据显示，过去10年间，攀岩爱好者的数量激增了50倍，截至2023年约有50万人，这一数据还在持续增长。

随着攀岩运动的普及，参与者的消费投入也显著增加。中国登山协会官方网站发布的《2023中国攀岩行业分析报告》显示，岩馆门票与装备支出明显增加，近43%的参与者年投入超过5000元。

这期间，青岛攀岩相关的消费场景也迅速增多。企查查数据显示，青岛现存攀岩相关企业137家。自2020年至今，青岛攀岩相关企业

年度注册量持续增长，其中2024年全年注册30家相关企业，达近10年注册量的峰值，今年年内的注册量已达24家。与此同时，攀岩培训、主题文旅定制及专业赛事等配套服务日益丰富，有效满足了多元化的消费需求。

如今，攀岩正快速向低龄化演进，赵先生介绍，自己俱乐部长期上课的青少年就有四五十人，针对青少年的培训成为岩馆重要、稳定的收入来源。

在逐渐升温的消费热情中，这个暑期，赵先生的室内攀岩馆迎来了客流小高峰，“今年收益还不错，虽然受场地限制，岩馆规模不大，但预计一年的流水也能有30到40万元，可以把岩馆的投资成本赚回来，与往年相比有了不小的提升。”赵先生说。

此外，青岛近年来积极打造攀岩硬件设施，在全国中脱颖而出，成为重要攀岩赛事的承办城市，推动从赛事到消费的流量转化。日前，第21届中国大学生攀岩锦标赛在莱西市体育中心攀岩场开赛，作为全国著名的攀岩三大赛事之一，本次大赛吸引包括参赛选手在内的客流1500余人次，拉动酒店餐饮、购物休闲旅游、出租物流等行业消费100万余元。据悉，作为全国规模居前的攀岩基地，莱西已先后承办了中国攀岩速度系列赛、山东省攀岩锦标赛等国家、省级攀岩赛事10余场。

### 冲浪“冲”出新流量

和攀岩一样，得天独厚的海洋资源，让青岛站在了冲浪运动的风口之上。

在业内人士看来，青岛拥有优质的沙滩和适宜的潮间带，浪的高度比较稳定，天然浪场就可以同时满足竞技和教学需求。“而且石老人海水浴场是国内唯一地铁直达的浪点，其他城市的浪点，位置都比较偏僻，交通也不便利，对消费者而言，时间和金钱成本都要高一些。”

自2022年以来，来青逐浪的爱好者明显增多。据冲浪俱乐部经营者王天祥观察，今年该运动参与热度持续攀升，其所经营的流清湾冲浪俱乐部目前接待的消费者数量已比去年同期多出一倍。另一位在崂山经营冲浪俱乐部的负责人也表示，近几年，学员数量平均以每年30%的速度在增长。

在快速升温的消费热情中，来自外地的流量占据“大头”。“俱乐部接待的外地消费者占比超过80%，主要来自北京、天津以及部分南方城市。一个武汉的女孩从端午节至今已来了三次，几乎有长假必来，一待就是三五天。”王天祥表示。据有关方面统计，今年上半年，流清湾已接待游客12万人次，其中冲浪爱好者比例明显增加。

不仅冲浪的人群在扩大，参与者的人均支出也在增多。“以前大家学习冲浪普遍选择3至6节的入门级课程，费用多在3000多元。现在普遍选择5至10节的进阶课程，带动培训客单价实现翻倍。”王天祥介绍说，“暑期期间我们还推出针对青少年的夏令营，人均收费在7000元左右，今年已经办了两期了，非常受欢迎。”

冲浪运动的快速普及和爱好者消费意愿的持续提升，推动相关消费市场蓬勃发展。据悉，近四五年间，青岛完成了从无人组织冲浪到有冲浪俱乐部，再到商业化模式比较成熟阶段的转变。截至目前，全青岛至少有20家冲浪俱乐部，今年上半年的增长水平已追平去年全年。

冲浪运动正逐步成为青岛滨海旅游消费的新增长点。目前，青岛条件比较成熟的浪场主要在石老人、流清湾、金银沙滩等地。据业内人士分析，保守估计，青岛浪点全年接待游客的容量可以达到30万人次，叠加培训、住宿、餐饮、观光等方面的消费需求，市场潜力巨大。

## 全市法院院长会议召开

□青岛日报/观海新闻记者 戴 谦 通讯员 时鑫鑫

本报8月13日讯 13日下午，全市法院院长会议暨重点工作推进会议召开。市中级人民法院党组书记、院长张正智出席会议并讲话。

会议强调，全市法院要全面贯彻《中共中央关于加强新时代审判工作的意见》，全面履职尽责，严格公正司法，严明纪律作风，推动新时代法院工作高质量发展。要坚持党对法院工作的绝对领导，深入学习贯彻习近平法治思想，把理念引领办案、政治融入业务做得更实。要深化司法体制改革，健全行政争议预防化解机制，狠抓执法办案主责主业，推动健全公正司法体制机制落地落实。要加强审判工作支撑保障，深入开展“改进司法作风、提升队伍素质”专项行动，抓实代表委员联络和意见建议办理，切实把全过程人民民主落实到司法工作各环节。

## 单日客流量达213.71万人次 青岛地铁线网旅游旺季客运量再创新高



■进入暑期，青岛地铁不断创下客流量新高。

□青岛日报/观海新闻记者 周建亮 文/图 本报8月13日讯 青岛进入旅游旺季以来，山海美景、啤酒节等文旅热点持续升温，众多游客将地铁作为高效出行的首选，推动地铁客流量强劲增长。

8月12日，青岛地铁线网单日客流量今年第二次刷新非节假日及旅游旺季单日客流量双项历史纪录，达213.71万人次。一线（4号线）七站（泰山路、昌乐路、安子、沧安路、四川路（轮渡）、小港、埠西）客运量同步刷新历史纪录。其中，当日4号线以25.47万人次创该线路单日客流量历史新高。

旅游旺季期间，单日客流近200万人次已成为“新常态”。这一数据的背后，是市民游客对地铁出行的信赖，更是青岛城市活力与吸引力的生动写照。

今年旅游旺季，青岛地铁线网全天运营时间延长至18小时46分钟，每日可额外服务1万余名乘客，服务人数高于去年同期。同时，今年也是地铁全覆盖海陆空各类交通方式的首个旅游旺季，延时运营后，地铁与国铁换乘衔接覆盖率99.68%，实现沿线火车站夜间国铁列车全覆盖，与机场换乘衔接覆盖率达90.27%，主要枢纽站点每日运送乘客约30万人次，达历年最优水平。

## 青岛市民中心统一战线工作站启动运行

常态化开展专题议政建言、民主监督、实践教育等主题活动

□青岛日报/观海新闻记者 蔺君妍

本报8月13日讯 近日，青岛市民中心统一战线工作站启动运行。

青岛市民中心统一战线工作站由市委统战部、市行政审批局联合打造。作为统战成员政治引领的生动课堂、服务中心大局的有效平台、成长锻炼的实训基地，工作站将充分发挥青岛市民中心的平台优势与全市统一战线的资源优势，常态化开展专题议政建言、民主监督、实践教育、政企座谈、营商问策等主题活动，引导党外人士积极履职尽责，为青岛打造市场化、法治化、国际化一流营商环境贡献力量。

当日，党外人士意见建议办理反馈座谈会举行，市直有关部门负责同志逐一反馈党外人士提出的涉企行政执法重大案件提前介入监督、提升行政处罚信用修复效率、支持民营中小企业“走出去”、打造“一区域一品、一产业一生态”差异化营商环境体系等23条意见建议采纳办理情况，介绍落实的具体措施、阶段性成效及后续工作计划。

## 青岛三节联动 “端上”美食盛宴

第二十六届中国美食节、第三届中国海洋美食文化节、2025民族美食文化节9月举办

□青岛日报/观海新闻记者 王 凯

本报8月13日讯 记者13日从新闻发布会上获悉，9月12日至14日，第二十六届中国美食节、第三届中国海洋美食文化节、2025民族美食文化节将在西海岸新区青岛嘉年华举办。

本届美食节是商务部2025“中华美食荟”、工信部2025“吃货季”系列促消费活动之一，以“中国味道、海洋产业、民族特色、百姓节日”为主题，涵盖开闭幕式、美食展示、供应链展览等九大板块。

本届美食节创新打造“四大平台+五大展区+精准对接+十大论坛+千款美食”立体化活动体系。重点设置地标美食与地方特色宴席展、优质食材展、智能厨房科技展、海鲜进出口贸易展以及美食嘉年华惠民展销五大特色展区。其间，还将发布《2025餐饮业年度报告》、餐饮业领跑者TOP100榜单，多场对接洽谈、10余场论坛赛事活动也将同期举办。

### 青岛消费新场景观察

喜欢攀岩的人越来越多了。

今年6月，中国选手在国际攀联(IFSC)世界杯攀岩男子攀石赛上实现了中国在世界杯攀石项目上金牌零的突破。在青岛的资深岩友看来，这个奖杯的含金量不仅证明了中国攀岩培训体系的成熟，也折射出攀岩运动在中国日益壮大的群众基础。

攀岩爱好者的增长，岩馆经营者的感受最明显。“最初几乎都是贴钱干，”在青岛经营岩馆多年的赵先生说，“今年流水大概能有30到40万元，可以说是创了新高。”

攀岩热不是凭空而来。由上海体育大学和京东消费及产业发展研究院联合发布的《2024年体育消费报告》显示，飞盘、射箭、攀岩、桨板等上手快、趣味性强，同时具有较强社交属性的运动项目，逐步从所谓的小众、新型运动发展成为大众、普及的运动项目，有效拓展了体育消费领域。

在这波消费热潮中，青岛凭借优质的山、海资源，在攀岩、冲浪等消费场景的构建上崭露头角，成为国内重要的“目的地城市”，吸引八方来客，并以运动项目为原点，带动消费实现裂变。

### 攀岩攀上“小高峰”

青岛的攀岩文化起步较早，公开信息显示，早在20多年前，民间就聚集了一批攀岩“发烧友”。而这主要得益于青岛数量丰富的天然岩场。

“仅岩壁攀岩，青岛就至少有四五百条路线，在全国都数一数二，如果算上抱石，数量更是惊人。”“攀龄”超过20年的赵先生回忆，他在10年前，几乎每到周五晚上都要接待一波从北京、上海来的攀岩爱好者，为他们定制攀岩、爬山路线，周日晚上再送他们去机场。一位来自外地的攀岩爱好者表示，曾在青岛待了5个攀爬日，完成了很多线路，但更多来不及涉足的线路让他倍感遗憾。

大约在2018年前后，出于生态保护和森林防火等考虑，青岛周边的野外攀岩区域受到一定限制。在此背景下，攀岩爱好者的活动重心



啤酒节崂山会场巧妙融合啤酒文化、节庆文化和城市文化，给市民游客带来沉浸式文旅体验

## 多元场景联动，文化味融入“游娱购”

□青岛日报/观海新闻记者 周伟

间名为“崂山礼物”的文创店吸引了不少市民游客，负责人周玉金边招呼着客人边介绍，“销售最多的就是冰箱贴，再就是布偶，这些都融合了满满的青岛元素、崂山元素。”

记者在现场看到，店内的“青岛印象·城市珠宝”系列中，金属条纹勾勒出了青岛栈桥的栏杆、五四广场的风帆、崂山景区的祥云；“崂山十二景”中，崂山的云海、奇石都化作文化符号，融入冰箱贴、茶杯、书签等日常用品中。店内共展出了代表青岛特色及崂山文化的文创精品超过300款，每一款都有着匠心技艺的巧思，其中包含40余款首次发售的崂山主题文创。从实用贴心的冰箱贴、书签、打卡本、开瓶器，到充满趣味的盲盒、布偶玩具，商品兼顾功能与美学，覆盖游客多元需求。

“这些文创产品里出现的青岛地标，这几天我都去过，如栈桥、大学路、五月的风等，带几个冰箱贴回去，送给朋友，很有纪念意义。”从西安来青岛旅游的白先生说。

为满足年轻群体的个性化需求，崂山会场还推出“山情海韵·造物雅集”文创展，汇集“崂山十二景”衍生品、啤酒节主题周边、非遗手造精品等近百种特色商品，并融入崂山特色及非遗技艺，从历史、艺术、文创等多维度串联山海

美学与节庆基因。

美食为媒，特色产品触达更多消费者

热气腾腾的港式茶点、清凉爽口的澳门珍珠奶茶、金黄酥脆的葡式蛋挞……作为啤酒节崂山会场的主题活动之一，“青港澳美食文创嘉年华”活动吸引以港企和港澳品牌为主的39家参展企业，为市民游客带来130种美食、64种文创产品和16种酒类。

在现场，不少市民游客穿梭于展位间，或驻足品尝，或拍照打卡，沉浸式感受啤酒节现场的港澳风情。“这种节庆联动模式非常新颖，刚看完啤酒节演出，走几步路就能来尝尝港澳小吃，特别方便，我还给家人朋友挑选了几件伴手礼。”游客王先生说。

此次活动以“美食文化+文创体验”为主题，既让市民游客在畅饮啤酒之余享受多元美食、选购特色文创，也借助啤酒节的庞大客流与品牌影响力，推动港澳特色产品触达更多消费者。同时，活动也是拉动消费、激发旅游市场活力的有益举措，将助推青岛与香港、澳门在文旅、餐饮、经贸等领域合作再上新台阶。

体育赛事，点燃夏夜动感节拍

山海之间，啤酒飘香，跳绳的声音与观众的呐喊声交织成夏夜动感的节拍……这是2025年“奔跑吧·少年”全国跳绳段位挑战赛（青岛崂山站）在啤酒节崂山会场激情开赛的一幕。

本次赛事共吸引全国32支队伍、近300人参与角逐。作为赛事核心亮点，“九段王争霸赛”采取30秒单摇跳无差别PK，16强小组赛、4强突围赛、终极决战层层淘汰，“电光火石”之间决出速度之王。获得“九段王”荣誉的参赛选手将获得专属分站“九段王”称号和丰厚奖学金，以及通往2025年“奔跑吧·少年”全国跳绳段位挑战赛总决赛的参赛资格。赛事同期还举办了冠军公益课，世界跳绳锦标赛金牌得主现场与市民游客分享实战技巧和宝贵经验。

从非遗文创，到“青港澳美食文创嘉年华”，再到体育赛事……市民游客从啤酒节崂山会场品味出的不仅是啤酒的醇香，更是国际化节庆的多元魅力，进一步擦亮青岛夏日的“醉”强IP。

## 王军光：不畏强敌，血战花园头

□青岛日报/观海新闻记者 余 博

1933年夏，因团结进步青年从事革命活动，王军光被开除学籍。此后，党组织安排他去青岛，以小学教员身份为掩护，从事党的地下工作。1935年，王军光受党组织派遣到济南从事党的地下工作。1937年抗日战争爆发，王军光回到家乡开展抗日救亡运动，发展民先队，组织农民抗日武装。

1938年1月，日军侵占整个胶济铁路线。2月，日军沿青烟公路占领了烟台、福山。3月16日，日军占领平度县东部重镇古观后，由平度沿莱平公路东犯。中共莱阳县委获悉后，立即派县委委员王军光协同民先第九区队，在小清河东岸开展阻击。当天，王军光和九区区委书记兼民先区队长王子阳，组织花园头、七发等十余村的党员、民先队员和群众500余人修

筑防御工事，严阵以待。

3月17日拂晓，大雾弥漫，日军汽车向小清河河口开来，抗日军民立即做好战斗准备。日军汽车接近桥头时，发现桥梁已被拆毁，遂涉水东渡。此时，王军光一声令下，土炮、土枪一齐开火，把猝不及防的日军打得丢盔弃甲，狼狽逃回河西岸。

面对敌人即将展开的报复，王军光一边组织老弱妇孺向村北转移，一边组织青壮年做战斗准备。3月17日上午9时许，300多名日军兵分三路，向花园头齐攻而来。村里土围子上的我方军民早有准备，一齐开火，与敌激烈交战。

将近中午，我方弹药减少，伤员增多。面对冲进村子的日军，在王军光带领下，我方军民手拿铁锹、铡刀片、粪叉、棍棒奋勇杀敌，不

断击退立足未稳的敌军。午后，更多日军攻进村子，为避免更大伤亡，王军光指挥我方军民向村北撤去。

此次战斗共歼日军75人，击毁日军汽车2辆，沉重打击了日军嚣张气焰。日军为泄愤烧毁半数村庄，随后与进犯渭田的日军会合，经店埠、张官寨撤回青岛。

1939年冬，王军光奉党组织之命率大泽山游击队参加掖县河南村战斗，不幸被捕，囚禁在青岛监狱。1940年3月，王军光被党组织营救出狱，任中共东海县委统战部部长，5月回到家乡治病从事抗日工作，中旬被捕。在狱中，王军光虽遭受酷刑，但始终英勇不屈，严守机密。5月20日，王军光英勇就义，年仅29岁。

## 铭记历史 缅怀先烈 抗日英雄

在莱西市院上镇花园头村，花园头抗日纪念碑静静矗立，碑文以凝练的语言，生动再现了1938年花园头村血战的壮烈场景。这场战斗，粉碎了日军妄想轻易夺取莱阳、进而侵占全胶东的美梦。抗日英烈王军光就是这场战斗的主要指挥者之一。

王军光，原名王炳辉，1911年5月23日出生于莱西市院上镇花园头村。1932年考入掖县省立第九中学，在积极参加了救亡活动，1933年加入中国共产党。