



# 一个月前茶商们的期待，街道安排了

李沧区第十三届茶文化节本周五开幕 围绕三个核心板块开展多元化活动



斗茶大赛，18日组织开展超多福利的“茶情万种”直播活动。

为了打造李沧专业的茶叶市场的整体形象，主办方首次引入茶文化节专属吉祥物——茶仔。“本届茶文化节举办正逢兔年，茶仔以一只萌兔的形象作为基础，作Q版拟人化处理。”吉祥物茶仔的主创作者李炎璐告诉记者。

为了让市民游客从不同维度了解茶文化，本次活动精心设计了四个不同的主题体验区。一是茶道·文化体验区，为茶文化科普区，通过设计精美的茶文化历史展板，游客可以在此了解关于茶的文化和历史。二是墨韵·书法体验区，是两大古韵的碰撞。此体验区为游客准备好笔墨纸砚，游客可尽情发挥，写一幅字带走或送给亲朋，还有书法大师不定时展示，带你进一步了解中华文化的博大精深。三是慢享·品茗体验区，在这里，游客可自己选茶、洗茶、泡茶、品茶，着汉服品茗茶，合影留念。四是画意·手工体验区，吸引更多年轻人的目光，此体验区为茶仔涂鸦区，为大家准备茶仔样式和颜料，可以体验涂鸦乐趣，成品还可以作为纪念品自行带走。

(观海新闻/青岛晚报 首席记者 刘卓毅)



位于李沧区九水东路的天福祥茗茶广场。刘卓毅 摄

## “追风少年”热身赛开门红 青岛足球名宿曲波率新军积极备战新赛季

本报6月14日讯 14日下午，在青岛市民健身中心，青岛追风少年俱乐部一线队迎来备战2023中冠联赛的首场热身赛，对手是同城球队青岛海牛U21。最终，青岛追风少年2:0战胜青岛海牛U21，迎来热身赛开门红。

赛后对于这场比赛，主帅曲波表示满意，“今天这场比赛，场上球员把我们教练组要求的技战术都打了出来。距离新赛季比赛还有不到一个月的时间，我们现在特别需要这样的比赛来检验我们球队的训练成果。”

在场上，记者发现这支追风少年队大多是年轻的面孔，他们在场上表现出的拼劲，让人眼前一亮。另外，这支队伍中也有不少岛城球迷熟悉的老面孔。在场上，高翔等老队员也用一声声呐喊来提醒年轻球员。“我主要起到传帮带的作用，教练也很信任我，希望通过热身赛，及时将自己的身体条件调整到最佳。”赛后，高翔说道。

“希望通过我们教练组跟球员的努力，能尽快完成冲乙的目标。”曲波说。据悉，2016年，曾被誉为国足超白金一代“追风少年”的曲波创立了青岛追风少年足球俱乐部，并邀请国足2002世界杯功勋主帅米卢蒂诺维奇担任总顾问。经过7年的不断努力，俱乐部创始梯队成功迈向中国职业足球舞台，一线队也将参加于7月进行的2023中国足球协会会员协会冠军联赛(山西长治赛区)。

(观海新闻/青岛晚报 记者 栾丕炜)



高翔(中)摆脱防守球员。栾丕炜 摄

讲文明 树新风 公益广告



文明青岛官方微信

# 用心关爱 呵护成长



关心关爱未成年人成长是我们共同的责任



## 创新口味来抢“粽”头戏

岛城街巷市场端午节氛围升温 散粽比礼盒更受青睐

本报6月14日讯 端午临近，佳节氛围渐浓。走在岛城的大街小巷，以粽子、香囊为主题的端午经济提前升温，各种端午元素商品一应俱全。记者走访发现，今年的端午节消费市场花样繁多、更接地气的散粽比礼盒更受青睐，融民俗与时尚于一体的香囊荷包等周边产品也广受欢迎。

日前，记者在香港中路的家乐福超市看到，冰柜前围了不少挑选粽子的客人。“虽然平日里也有粽子售卖，但临近端午节，可供选择的产品更多了。”家住市南区的魏女士说，她和老伴喜欢吃清水粽和豆沙粽，孙女喜欢吃蛋黄肉粽，多选几种口味，可以满足全家人的喜好。

记者近日走访市内几家连锁综超看到，清香软糯、口味多样的粽子都被摆放到了最显眼的位置。散装粽子每个售价低至2.5元，礼盒装售价则从几十元到一两百元不等。“礼盒卖不动，散粽买的人多。”销售人员建议，自己吃的话买散粽比较划算，礼盒粽送礼更合适。

红枣、咸蛋黄、鲜肉、腊肉、坚果、海



市民在某超市内购买粽子。

鲜……市场上的粽子口味越来越多元，但记者在走访中明显感受到，传统口味的粽子仍保留其独有的“热度”，蜜枣粽子配蜂蜜的组合最受欢迎。此外，本地一些商家结合特色农产品在节前推出玫瑰粽、百合粽，为本地粽子市场注入了新的活力。

与此同时，一些商家打出了升职保“粽”、投标定“粽”、相亲看“粽”、彩票必“粽”、早买早“粽”等的营销口号，以“好彩头”吸引顾客。也有一些商家跨界合作，或是整合旗下品牌，在粽子礼盒中加入景区或度假区门票，提高礼盒的“含金量”。

(观海新闻/青岛晚报 记者 薛飞)