

村里有了专业棒球场,还有棒球队

浙江体育的城乡差距越来越小,今年全国级棒球赛也将在嘉兴平湖林埭镇徐家埭村举行

本报记者 李颖 通讯员 叶琛欣

投球、击球、跑垒……大多数人只在电视上见过的棒球运动,在嘉兴平湖的林埭镇,却已经不稀奇。

去年年底,嘉兴平湖林埭镇徐家埭村,建成了全省唯一符合国际级青少年棒球赛规格的专业棒球场。林埭镇中心小学的两个校区,还组起了两支二三十人的青少年棒球队。城里孩子还觉得新鲜的棒球,乡村里的孩子们提前玩上了。

全国的棒球冠军赛 将在平湖村里的棒球场上演

徐家埭的棒球场从建成起,就一直在平湖人的朋友圈刷屏。大多数人的评价都是:真羡慕!

棒球基地位于林埭镇下属的徐家埭村,面积大约2.4万平方米,按照青少年比赛的国际标准建设,有入口景观区、练习准备区、比赛球台区、滨水休憩区、棒球文化展示区等功能区。

棒球基地2018年上半年开始建设,去年底通过一场江浙沪青少年棒球联赛正式亮相。目前,这是全省唯一符合国际级青少年棒球赛规格的棒球场。

采访中,林埭镇党委委员凤豪鹏告诉记者,搞这么一个棒球场,就是让大家因此记住林埭镇:“‘美丽乡村’建设,我们想在其中加入一些体育元素。徐家埭村风景很美,建运动场地绝对可以提高人气。选择棒球,就是为了错位发展,做出特色。棒球虽然相对小众,但平湖有不少光学、机械、电子行业的台资、日资企业,他们本来就有打棒球的习惯。平湖临近上海,我们有机会接触到了上海、北京的一些棒球俱乐部,觉得可以合作。”

“目前棒球场对本地孩子的免费开放培训。棒球场建成后人气不错,上海的棒球俱乐部过来玩,我们本地的外资企业员工也会经常来打球。”凤豪鹏还告诉记者,今年七八月,这块棒球场将举办全国大赛,目前基本确定下来的有U9、U10、U12(9、10、12岁以下)全国冠军赛。

北京教练来村里当教头 想带村里的孩子走上全国赛场

除了棒球场,同时被大家关注的还有镇里的两支棒球队。这两支棒球队的成员来自林埭镇中心小学的两个校区,徐家埭校区队员有21个人,清溪校区大约有30个人,都是男孩子。

凤豪鹏说:“棒球队取得好成绩,就能扩大棒球的影响力,另外还能通过棒球带动旅游,发展地方经济。”

镇里还请来了专业的棒球教练给孩子们训练。

李雪成是徐家埭校区棒球队的教练,来林埭之前,他是北京一家专业棒球俱乐部的棒球运动员,打棒球已经11年。他告诉记者,棒球在北京、上海发展比较好,但在其他地方,城里和农村孩子的差距并不大。

镇里要建棒球队,孩子们的热情出乎意料地高。李教练说,报名的光他这个校区就有40人,“根据身体条件做了筛选,现在有21个队员,基本是一到四年级的孩子。”

“训练我们是认真的!今年过完年,从正月十一开始我们就每天都训练了。开学之后,周一到周五放学后练大约三个小时,休息时间会有老师辅导作业,周六周日也还要练。”李教练说,他非常希望这支来自农村的棒球队,获得大型比赛的机会,这样才能让更多乡村里的孩子接触和爱上棒球。

和教练的“大目标”不同,吸引家长和孩子们的更多的是新鲜。

四年级的范家丰说:“以前只在动画片里看到过棒球,听说学校里要建棒球队,我有点不敢相信,然后就立马去报名了,我觉得棒球很酷。”

“新鲜劲一过,毕竟训练就是辛苦的。过完年练了两天回来就哭了,说腿很痛。我就故意问他,‘要不你不要学了’,没想到他说‘不要,我要学的,我还要去参加比赛!’”小队员曹宇航的妈妈,在家门口的这块场地参加一场正式的比赛,成了孩子心里的梦。



江浙沪青少年棒球联赛在徐家埭棒球场举行。李翔 孙潇娜 刘方 摄



浙江24小时APP
扫一扫,看嘉兴平湖林埭镇的棒球场和棒球队视频。

记者手记

动感乡村更美丽

一枚小小的棒球,一块高大上的棒球场,折射出浙江城市和乡村的运动差距越缩越小。

杭州仓前举父棒球场正在建设中,在杭州市区,目前还真找不到一块专业的棒球场。最近几年,棒球培训在杭州逐渐展开。除了高校棒球队,一些俱乐部和中小学合作开设了棒球课,总的来说尚属稀罕物。

而嘉兴平湖林埭镇徐家埭村的村民和孩子们,已经兴奋地开始享受起了家门口的棒球生活。真的叫人羡慕!

一种运动文化的影响,没什么比一块可以随时用的场地,以及时不时就有自家小孩参与的比赛更具感染力。在经济上,浙江是全国城乡差距最小的省。记者感受到,浙江体育的城乡差



林埭镇棒球队的孩子在训练。

距也在越变越小。乡村里的灯光篮球场、网球场、足球场已经不稀奇,台州仙居官路镇把废弃木柴集市改造成了1万多平方米的洋气体育公园;宁波鄞州邱隘镇回龙村建成了24小时恒温游泳池;杭州萧山所前镇祥里王村建起了6000多平方米的“高架公园”;温州泰顺百丈镇有全省唯一的曲棍球场……

浙江的美丽乡村,真正动感了起来。

去村里看风景,去村里看民俗……将来我们还会习惯,去村里,运动去! 李颖

让传统文化火起来 王老吉借吉祥文化实现高质量发展 塑造传统文化时代新内涵 王老吉借吉祥文化唱响“中国梦”

让传统文化火起来,在今天焕发出新的生命力,就要寻求文化传播新的出口。从持续创新开发新产品,到打造吉祥文化撬动春节消费市场,到入驻年轻人聚集的社交平台,再到凉茶博物馆和现泡凉茶店,中国凉茶巨头王老吉的每一次创意策划都相当“会玩儿”。

他们不是简单地堆砌元素或生搬硬套情怀,而是选择更受年轻人欢迎的传播内容和形式,在“讨好”年轻人的过程中拉近了与他们的距离,同时也为大众了解传统文化的精华提供了更多元化的途径。传统文化也由此摇身一变,成了具有青春活力的“网红”,极大程度上发掘了我国丰富的历史文化资源优势,展现了中华民族传统文化的魅力。

作为拥有超过190年历史的中华老字号,王老吉红色的外包装,吉祥的品牌名,加上健康饮料的属性,可谓自带“吉祥”属性,是不可浪费的品牌资产。而其倡导的防上火的健康养生理念,产品形态不断演变,更让王老吉成为“时尚凉茶”的先锋。



王老吉将“吉祥文化”传递到世界各地

立足于健康养生文化的独特定位,凉茶行业在中国饮料市场异军突起,王老吉走出了一条民族特色饮料之路。

目前王老吉凉茶已经在全球60个国家和地区有销售,年销量超过200亿元。去年是王老吉品牌190周年,在“190年创新发展大会”上,王老吉提出“为了下一个190年”的战略目标,并公布了“1136”战略。“1136”战略的核心,就是围绕着“让世界更吉祥”的品牌理念,打造全球一流品牌。

“从民族品牌到世界品牌的目标已在征途,把产品做好,把文化传承好,中国品牌大有可为。”广州王老吉大健康产业有限公司董事长徐文流说道。