

澳网冲冠，李娜有几道坎

本报记者 朱凯

在墨尔本的热浪中，2013年澳网揭开了面纱。对于李娜而言，冲冠是她毫无疑问的目标。

作为中国金花的绝对领军人物，李娜近来状态不错。轻取哈萨克斯坦选手卡拉坦切娃，李娜的首轮表演在意料之中，不过，比赛才刚刚开始；突围澳网，一切比看上去更艰难。



郑洁： 或成澳网四大黑马之一

本报记者 朱凯

的确，澳网也算是郑洁的一大福地，在2006年她曾在这里拿到过澳网女双冠军，不过随着之后逐步将重心转移到单打项目，郑洁在2010年闯进了澳网女单四强，震惊了世界，因为那时郑洁成为了以非种子选手身份出战，却最终连战胜了24号种子桑切斯、11号种子巴托丽、31号种子邦达连科，并横扫俄罗斯美少女基里连科，最终携手李娜双双杀进澳网四强，虽然在半决赛被前世界网坛一姐海宁横扫，但是这已经称得上是“外卡奇迹”，且郑洁还在2008年的温网创造过同样的“外卡奇迹”，因此郑洁的实力与拼搏还是值得期待。

现年29岁的郑洁世界排名仅仅只是第42位，不过在去年的温网她面对如日中天的小威，却是将小威拖入决胜盘，且最终以7:9惜败。如果说本届澳网能够出黑马，那么郑洁绝对是除了利斯基、斯蒂芬斯与舍夫多娃外，又一匹值得期待的黑马。



中国球童服务澳网

1月14日，受澳网组委会邀请，来自中国的6名中学生球童来到墨尔本，在澳大利亚网球公开赛期间为运动员服务。此前这些球童曾参加过中网的服务工作。图为中学生球童在澳网赛场比赛。

新华社记者 陈晓伟 摄

全国日报奥运好新闻评选揭晓

本报电（记者朱凯）全国日报体育新闻学会与搜狐联合举办的伦敦奥运会报道总结会日前在广州召开。来自中央及地方日报体育部负责人与搜狐体育部负责人就2012年伦敦奥运会报道进行了总结，并就奥运会报道及新媒体与党报在未来体育大赛报道中的合作模式进行了深入探讨。

搜狐·全国日报新闻学会2012年奥运好新闻评选同时揭晓。本报记者朱凯的作品《叶诗文是怎样炼成的》获得二等奖。

中国体育营销论坛年会召开

本报电 2012（第八届）中国体育营销论坛年会在京召开，来自全国各地的600多位城市代表、知名企业和行业专家、媒体记者等参加了本次活动。中国体育营销论坛作为体育行业最具影响力的品牌活动之一，赢得了国际赛事组织、大型赞助商等机构的广泛关注与合作。目前，中国体育营销论坛与各地方体育部门构建了有效联动机制，相继推出中国体育营销论坛足球、篮球、自行车、马拉松、赛艇、帆船、登山、武术等系列主题营销峰会，旨在通过品牌再度延伸，在大范围、广领域和高层次上，推动中国体育乃至世界体育的发展。

在会上，北京大学中国体育产业研究中心执行主任何文代表主办单位宣布了2012“年度体育营销十大城市案例”和“年度企业体育营销十大赞助商案例”，兰州国际马拉松赛、三亚沃尔沃环球帆船赛、宝洁“为母亲喝彩”奥运营销、重庆永川足球运动赛等20个精彩案例获奖。

海拉尔冰雪越野赛将举行

本报电 2013年全国汽车场地越野锦标赛将于1月18日在呼伦贝尔市海拉尔区拉开大幕。中国各路越野精英将齐聚一堂，上演冰雪赛车尖峰对决。

据了解，本次赛事历时3天，以“扬雪原魅力，展汽车风采”为主题，设计距离冰雪越野赛和场地冰雪障碍赛。比赛场地地形复杂，赛道路况多变。沿途风光旖旎，历史文化底蕴厚重，民族民俗风情如诗如画。

从奥运场馆到5A景区

奥林匹克公园华丽转身

本报记者 罗俊

水立方的驻场演出热闹非凡，鸟巢里的冰雪欢乐季一如往年那般吸引着游人，国家会议中心里各类论坛会展络绎不绝，森林公园里成为踏青锻炼人群的绝好去处……如果不去刻意记忆，可能有些人会忽略这些地方在五年前举办过轰轰烈烈的北京奥运会。如今，包括鸟巢、水立方在内的整个奥林匹克公园园区已经华丽转身，成为国家级5A旅游景区，用奥林匹克公园管委会副主任田巨清的话说，“算得上是国际奥林匹克运动会赛后事业可持续发展的典范”。

为什么要创建5A景区

中国的旅游景区质量等级划分为五级，从高到低依次为AAAAA、AAAA、AAA、AA、A级旅游景区。5A是一套规范性标准化的质量等级评定体系，是全国旅游景区（点）最高等级荣誉，代表了世界级旅游品质和中国旅游精品景区的标杆。此次包括鸟巢、水立方、国家体育馆、国家会议中心、奥林匹克森林公园、中国科技馆在内的多家业主单位联合多家优势资源共同打造国家5A级旅游景区，也开创了多家单位联合创建国家5A级旅游景区的先河。

为什么要把一片奥运场馆功能区，打造成5A景区呢？田巨清表示，鸟巢、水立方、国家体育馆、国家会议中心这些奥运

场馆，在奥运会时围绕竞赛为中心，更多的设施是围绕比赛进行设计的。后奥运时期在转型过程中，经过高密度游客量考验，园区设施显示出人性化服务方面的不够完善。比如，饮水难、如厕难、休息难。这么大的园区加上森林公园，12平方公里内，聚集这么多游客，服务设施凸显不足。

“我们决定以创建5A景区为契机，进一步提升园区的综合服务水平。通过近一年的创建过程，明显感觉到服务设施大幅改善，游客满意率也大幅提升。”田巨清说。

场馆如何变成旅游景区

创建5A景区并不是一件容易的事情。要通过旅游交通、游览区域、旅游安全、接待能力等12道坎，其评选难度系数不亚于申报世界遗产。由于奥林匹克公园园区内业主众多，既有中央机构的，也有北京市的，还有区属的，要把这些业主拧成一股绳，分别让其完成成为创建5A景区所做的标准，并不是一件容易的事情。

水立方在保留原有竞赛功能前提下，对其他辅助区域进行了转型和改造，新配备的设施有亚洲最大的嬉水乐园，有利于游客参观购物的区域，也有水吧餐吧，还有网球场，以及对一般游泳爱好者开放的游泳池，变成复合型的多种功能区域；国家体育馆每年的演出都有100多场，利用



率不是很低，但也在积极转型，在保留了竞赛和文艺演出的基本职能外，赋予很多新的内涵：国家会议中心比赛的时候是击剑和现代五项，现在是我们国内会议中心的佼佼者，每年承接各种会议上万次，创下会展中心当年盈利的新纪录。

田巨清表示：“我们认为5A级景区和奥园的这些场馆密不可分。来自世界各地的游客在欣赏现代建筑的同时，又感受到这个园区给中外游客提供的人性化服务，这个才是奥运功能区的一个特殊功能。”

奥运后景区时代之路

据不完全统计，自2008年奥运会后对公众开放以来，奥林匹克公园已接待游客1.2亿人次，平均每天13万人次，成为重要的体育、文化、休闲会展和奥运标志的旅游地，奥运遗产得到有效保护和利用，为国际奥林匹克事业的可持续发展起

到了良好的示范作用。园区也成为继故宫博物院、天坛公园、颐和园等著名景区之后，北京第7家5A级国家旅游景区，除了可以把奥林匹克公园放在国际旅游的平台上进行开发之外，数以千万计的游客也能享受到更加人性化的服务。

在北京朝阳区副区长王春看来，把奥林匹克公园建成一个旅游景区，也为世界奥运城市探索了一条新路，因为目前世界上还没有哪座奥运城市把奥运场馆作为旅游景区来创建的。“目前北京正在建设世界城市，一个城市要想成为世界城市，就必须要在世界有影响。”王春说，“我们现在总体宏观的远景思路是：这个区域是通过奥运会向世界展示中国实力形成的平台，奥运会无与伦比地展示了中国政治、经济、文化等多方面的实力，更展示了中国人的能力和风貌，形成奥运大平台和继续向世界展示中国文化软实力的平台。”