

相约冬奥

一起向未来



你的冰雪DNA动了么?

本报记者 徐金玉

2021年12月31日,“95后”冉晓从北京飞往吉林,以一种特殊的仪式感迎接新年——和雪友们以一条条美丽而潇洒的弧线,“滑”到2022。

肆意飞扬的雪,呼啸而过的风,零下30多摄氏度的气温……沉浸其中的冉晓,却丝毫感觉不到身体的“冷”,相反,脚踏单板、驰骋雪场的她,内心是如此滚烫。

“滑雪这项运动非常特别,既可以让人享受速度的激情与刺激,也能让人静下心来,沉醉在大自然的宁静与美好中。我们这群小伙伴,选择以滑雪的方式跨年,也是想用自己最喜欢的运动给冬奥会送一份礼物。”冉晓笑着说,出发的前一晚,她兴奋得睡不着觉。到滑雪场的当天,太阳还没升起,她便迫不及待地全副武装,展开了新年第一“滑”。

冉晓在4年前首次“触”雪。“2015年北京冬奥会申办成功以来,全国各地的冰雪运动推广蔚然成风。我时常能刷到和看到滑雪的短视频,那些动作特别炫酷,一下子燃起了我体验的冲动。从起初的新奇与忐忑,到渐渐享受单板滑雪的乐趣,到如今我已经算是超级发烧友了。”冉晓说,现在,随着北京冬奥会和冬残奥会日渐临近,她发现自己身边志同道合的小伙伴已经越来越多。

他们这支跨年滑雪小分队便来自全国各地,有的来自北京,有的来自上海,有的甚至是马来西亚的外国友人。“因为滑雪,我结识了天南海北的朋友,开阔了视野,享受到了更多惊喜和快乐。”

冉晓对于滑雪的喜爱,是冰雪热潮近年来在中国不断升温的缩影。北京冬奥组委发布的《北京2022年冬奥会和冬残奥会遗产报告(2020)》显示,冬奥会的筹办对中国冰雪运动具有巨大的带动作用,“带动三亿人参与冰雪运动”到愿景逐渐走向现实。

对此,世界休闲体育协会轮值主席、南昌工学院体育学院特聘教授李相如也有着亲身体会。“现在周末最热闹的打卡点,是雪场、冰场。那里经常人山人海,有时候人气太火爆,连周边的酒店都订不上。”

李相如认为,以筹办2022年北京冬奥会为契机,各地掀起了发展冰雪运动的热潮,我国冰雪运动快速发展,呈现出良好的态势。在国家的大力倡导下,在老百姓支持冬奥的热度下,中国冰雪运动的热度已经达到了前所未有的高度。

来自国家体育总局冬运中心的数据显示,截至2021年初,中国各地已建成654块

标准冰场,803个室内外各类滑雪场,较2015年的增幅分别达到317%和41%。

与此同时,全国各地的冰雪活动在如火如荼地开展:新年伊始,新疆各地民众用不同方式庆新年迎冬奥,展开多场具有地域特色的冰雪体育活动,在托克逊县雪上叼羊搏斗,在莎车县组织雪地拔河赛、雪地五人足球赛、滑雪圈接力赛,在博斯腾湖开展冬冰活动等,点燃了更多人对冰雪运动的热情,使得长达半年的新疆冬季,满足了爱好者的各种需求;黑龙江省更是冰雪活动开展较为活跃的省份,市民和游客畅玩哈尔滨松花江冰雪嘉年华的各种冰雪娱乐项目,齐齐哈尔市开展“迎冬奥树新风”冰球主题嘉年华活动,市民绘制50米长冰制奥运五环等;江苏省展开了轮冰嘉年华系列活动,包括轮冰进校园、冰雪项目互动体验、迎冬奥专题展览、轮滑冰球培训及邀请赛等,成为青少年与冬奥同行,尽享速度与激情的体验平台……

“这些年来,冰雪运动‘南展西扩东进’,已渐渐打破了地域、季节、人群、文化的限制,从小众向‘大众化’方向发展。现在在很多南方地区或是新建了自己的冰场,或是推广旱地冰球、冰壶等运动,甚至塑胶场地、水泥场地等也能成为推广冰雪运动的载体。冰雪运动打开了人们的视野,哪怕资源相对有限,人们也运用自己的聪明才智,增添了新的玩法。”李相如说。

在他看来,“带动三亿人参与冰雪运动”,不仅是申奥成功时的承诺,更是一诺千金,已成为中国推行冰雪运动切实的举措,具有带动全民健身、体育文化普及、产业升级等多维度的意义。

“一方面是我们进一步宣传了冰雪运动对于人们身心健康的益处,让广大民众享受到了运动的快乐,增强了运动技能;一方面,是精神的滋养,让人们在冰雪世界中增进友谊、丰富人生阅历,与大自然和谐相处;再一方面,是通过冰雪运动拉动消费,促进大众产业的发展。冰雪运动的附加值相对较高,器械采买、教练培训以及随之的吃住行等,都进一步促进了大众消费。”李相如说。

2021年,他受邀到全国各地演讲十几场,足迹遍布社区、街道、图书馆等,积极宣传推广冬奥文化。“例如,向居民讲述冬奥会是怎么来的,有哪些项目和特点,对人的身体有哪些好处;在观赛期间有怎样的礼仪,要如何展现良好的风范和修养等。我相信,在冬奥健儿顽强拼搏、勇攀高峰的精神感召和激励下,必将点燃新一轮的全民健身热潮。”李相如说。

期待全球观众体验『中国式浪漫』

本报记者 徐金玉



“有朋自远方来,不亦乐乎。我想先用先哲孔子的话,来表达我们作为东道主开门迎客的喜悦心情。我们真诚希望,全世界的观众在观看北京冬奥会和冬残奥会赛事的时候,能够体验到中国的文化,我们为此做了精心的准备。”在北京冬奥组委新闻发布会上,北京冬奥组委新闻发言人严家蓉说。

北京冬奥会和冬残奥会的很多设计具有典型的中国特色,体现了满满的“中国式浪漫”。比如,北京2022年冬奥会会徽“冬梦”,体现了中国书法与体育运动的结合;冬残奥会会徽“飞跃”,把汉字“飞”巧妙地幻化成向前滑行、冲向胜利的运动员形象;冬奥会吉祥物“冰墩墩”形象来自中国国宝大熊猫,冬残奥会吉祥物的“雪容融”设计灵感就是源于象征团圆喜庆的中国灯笼。

再比如,北京冬奥会和冬残奥会场馆设计纳入了中国文化元素。北京冬奥会的标志性建筑——国家速滑馆被大家亲切地称为“冰丝带”;国家跳台滑雪中心“雪如意”,外形契合中国传统吉祥物如意,运动员从跳台顶端出发时,还透过山谷看到远处的明代长城遗迹;首钢滑雪大跳台,是在首钢原来的工业遗址上进行建造的,这是冬奥历史上第一座与工业遗产再利用直接结合的竞赛场馆,融入了敦煌壁画中“飞天”飘带的元素。

“北京冬奥会赛期恰逢中国传统节日春节,在中国民众欢庆春节的

氛围下,本届冬奥会还将给世界带来丰富的中国春节文化体验。我相信这种体育和文化、东方和西方的融合会给大家带来特别的感受。”严家蓉说。

值得注意的是,北京冬奥会是“更团结”写入奥林匹克格言后的首届冬奥会。

严家蓉介绍,去年7月,为了更好地应对后疫情时代,国际奥委会全会决定在奥林匹克格言“更快、更高、更强”之后再加入“更团结”。这是1894年现代奥林匹克之父顾拜旦提议设立奥林匹克格言后首次更新。“更团结”,寄托了顾拜旦先生的初衷,也体现了奥运的愿景,那就是通过体育建造一个更美好的世界。

“奥林匹克宪章指出,奥林匹克精神是‘以友谊、团结和公平竞争精神相互理解’。秉持这一精神,奥林匹克运动向来是促进人类相互交流、相互理解的推动力之一。在这个过程中,奥林匹克运动始终在努力排除政治化的干扰。奥林匹克运动和体育不应被当作政治工具,这是体育界的共同心声和国际社会的普遍共识。当前,人类面临诸多全球性挑战,国际社会比以往任何时候更需要坚持奥林匹克精神,比任何时候都更需要团结,因为各国唯有本着命运共同体的情怀团结协作,才能破解各种世纪性难题和挑战。”严家蓉说,北京冬奥会提出“一起向未来”的口号,正是中国践行奥林匹克新格言、促进世界更团结的行动方案。大道不孤,成功筹办北京冬奥会和冬残奥会,是“和平与发展之道”,是“团结与友谊之道”。少数杂音,丝毫阻碍不了北京冬奥会和冬残奥会的成功举办,也无法阻挡世界人民团结起来,共同建设一个更美好的世界。

澳门《七子之歌》演唱者龙紫岚:

在澳门送上冬奥祝福

本报讯(记者 刘圆圆)在北京2022年冬奥会举行倒计时30天之际,澳门《七子之歌》演唱者龙紫岚为冬奥献上祝福,一首《相聚 Beijing》,唱出全国人民的心声。

一直以来,龙紫岚用自己独特的方式,宣传冬奥,并带动澳门孩子,关心以及支持国家举办冬奥。北京是冬奥之城,冬奥火炬塔将再度点亮,歌曲《相聚 Beijing》正是表达冬奥的钟声再次被敲响,举国一起编出

五色的梦,北京是打造着神奇的地方,让世界各国的运动员能再次赴京,一起完成梦想,见证力量,让爱蔓延世界。

作为主唱的龙紫岚说:“虽然澳门没有冬季运动,离北京也很远,但是我能身在澳门,能用我的歌声,向北京2022年冬奥会送上祝福,我感到十分荣幸。希望北京冬奥会取得圆满成功,希望运动员们取得优异的成绩。”



一起向未来

Together for a Shared Future



北京冬奥会和冬残奥会主题口号“一起向未来”

新华社发

冬奥倒计时30天

“双奥之城 城市之光”系列宣传短视频继续助力北京冬奥

本报讯(记者 刘圆圆)在北京冬奥会倒计时30天之际,由北京冬奥组委新闻宣传部策划推出的“双奥之城 城市之光”冬奥会主办城市系列宣传短视频之《潮见八方客》在全球主要互联网平台发布。该片通过戏曲化呈现、艺术化表达,集中展示冬奥之城的时尚潮流、人文历史、城市风光和场馆风貌,让世界目光聚焦北京,为即将召开的冬奥盛会加油助力。

据悉,该系列宣传短视频首发预告片《你好,双奥之城》自去年10月发布以来,冬奥组委新闻宣传部持续联合北京日报客户端北京号及市、区相关宣传部门,不断整合传播推广、创意策划、制作拍摄等资源,在主要互联网平台又陆续推出《冰雪聚热爱》《碧波展灵韵》《穿越中轴线》等多部正片,引发广泛关注和网民热议。“双奥之城 城市之光”“北京中轴线的序列之美”等多个话题词登上微博热

搜,话题累计阅读量超过9.2亿次。

同时,相关短视频已在北京地铁1号、2号、八号线,地铁大兴机场线,北京规划展览馆、751时尚设计广场等多个点位超过1万个数字广告屏播出,赛时期间也将在比赛场馆屏幕滚动播放。通过线上线下立体传播,将其打造成精品冬奥网络宣传项目,为北京冬奥会和冬残奥会如期安全顺利举办营造良好的城市氛围。