



# “带动三亿人参与冰雪运动”成为北京冬奥会最大遗产 冰雪运动“迈过”秦岭淮河实现全国覆盖

冬奥特稿

□ 本报记者 侯建斌 蒲晓磊

2月17日,在2022北京新闻中心举行的新闻发布会上,北京市有关负责人透露,根据国家统计局统计结果,从北京冬奥会申办成功至2021年10月,全国参与冰雪运动的人数为3.46亿人,冰雪运动参与率超过24%,“带动三亿人参与冰雪运动”的承诺已经实现。

在国家体育总局宣传司司长涂晓东看来,中国“带动三亿人参与冰雪运动”目标的实现,是北京冬奥会给予全球冬季运动和奥林匹克运动的最重要的遗产,是北京2022年冬奥会的“第一块金牌”。

涂晓东表示,作为全球人口最多的国家,中国开展“带动三亿人参与冰雪运动”的实践,极大推动冰雪运动的跨越式发展。对于世界来讲,“带动三亿人参与冰雪运动”显著壮大了冰雪运动参与人群,为全球冰雪运动、冰雪产业的蓬勃发展提供了广阔空间,也为其他冰雪资源并不丰富的国家创新性发展冰雪运动、推动产业升级提供了可资借鉴的中国实践、中国方案。

## 走出中国特色冰雪运动发展之路

2015年7月31日,在吉隆坡举行的国际奥委会第128次全会上,北京获得2022年冬奥会举办权。在申办冬奥过程中,中国正式向国际社会作出“带动三亿人参与冰雪运动”的庄严承诺。

涂晓东说,“带动三亿人参与冰雪运动”的郑重承诺,既是我国为国际奥林匹克运动作出

重大贡献的大国担当展现,也是根据我国经济水平和全民健身需求作出的群众性运动的战略部署。

不过,我国冰雪资源南北分布不均,冰雪资源多位于高海拔地区,冰雪产业设施和配套服务等并不完善。同时,与其他冰雪强国相比,和我国的夏季项目相比,我国冰雪运动也存在竞技水平不高、群众参与面不广、产业基础薄弱等问题。

涂晓东认为,要想实现“带动三亿人参与冰雪运动”的宏伟目标,就必须创新走出一条中国特色的冰雪运动发展之路。

“坚持以人民为中心,扩大冰雪运动产品和服务供给,着力构建群众身边的冰雪运动服务体系,建立健全群众性冰雪运动发展机制,不断降低参与冰雪运动的门槛,营造人人想参与、能参与、乐于参与的冰雪运动环境。”涂晓东介绍说,我国发挥举国体制的制度优势,积极探索实践,创建起党委领导、政府主导、社会协同、群众参与的推动机制,党中央国务院全面部署,各地、各行业积极响应,迅速行动,陆续形成推动冰雪运动发展的政策文件,建立配套保障机制,形成全国上下一盘棋的良好态势。

实施“南展西扩东进”战略,积极引导不同区域因地制宜、各有侧重开展群众性冰雪运动,宜冰则冰、宜雪则雪,室内室外同步发展;推动冰雪运动“四季拓展”,积极运用新技术、新方法,大力推广仿真冰、仿真雪等新技术,推广建设气膜馆,可移动冰场等简易场馆。

可以说,举办北京2022年冬奥会和冬残奥会,为我国群众性冰雪运动发展赢得了难得的历史发展机遇,同时也掀起了参与冰雪运动的热潮。

## 冰雪运动自发参与率逐步提高

正是在这些努力下,冰雪运动参与人群从小众走向大众,参与空间从地区走向全国,参与时间从冬季变为全年,冰雪运动不仅“走进”山海关,还“迈过”秦岭淮河,实现全国覆盖。据统计,全国已有654块标准冰场,803个室内外各类滑雪场。

涂晓东指出,随着冰雪运动普及程度的提高,冰雪运动文化的广泛传播,大众对冰雪运动的喜爱程度逐步提升,冰雪运动自发参与率也逐步提高。

冬奥会开幕前夕,群众关注、参与冰雪运动等全民健身赛事活动的热情日益高涨。全国各地广泛开展以迎冬奥、助力冬奥为主题的全民健身赛事活动,在重要时间节点,组织冰雪主题赛事,开展系列宣传推广活动,大力推动冰雪运动进校园、进部队、进厂矿、进农村、进社区、进家庭,展现了群众关注冬奥、支持冬奥的热情,营造了喜迎冬奥、企盼冬奥的热烈氛围。

据不完全统计,自2021年11月以来,各地共举办线上线下与冬奥相关的群众性赛事活动近3000场次,参与人数超过1亿人次。

涂晓东透露,其中,既有群众性冰雪运动挑战赛等比赛,也有冰雪运动欣赏与趣味体验活动,以及冬奥文化普及主题展、知识培训等,此外还举办了丰富多彩的迎冬奥、支持冬奥为主题的非冰雪项目群众性赛事活动,增加群众通过冰雪运动、体育健身带来幸福快乐的获得感。

## 冰雪装备国产化技术明显提升

虽然我国冰雪产业起步晚,起点低,但在北京冬奥会强力带动下,我国冰雪相关产业进

入快速发展阶段。

“冰雪旅游发展势头迅猛,装备制造增长迅速,竞赛表演、专业培训、场地设施建设运营等产业不断壮大,冰雪产业链条不断完善。”涂晓东举例说,冰雪旅游产业已形成全国分布,东北地区和京津冀地区成为全国冰雪旅游发展的重点区域,新疆、内蒙古、湖北、贵州、山西等地区把民族风情、自然风光与冰雪旅游相融合,成为全国冰雪旅游典型代表;广州、上海、昆明、杭州等南方城市打造冰雪商业综合体、室内外戏雪休闲乐园多样化产品,成为全国冰雪旅游业的新亮点。

根据文化和旅游部相关调查数据显示,全国冰雪休闲旅游人数从2016-2017年冰雪季的1.7亿人次增加到2020-2021年冰雪季的2.54亿人次,预计2021-2022年冰雪季我国冰雪休闲旅游人数有望达到3.05亿人次,我国冰雪休闲旅游收入有望达到3233亿元。

涂晓东表示,冰雪运动在推动乡村振兴、地方经济转型,实现经济可持续和高质量发展中发挥着越来越重要的作用。

值得一提的是,我国将冰雪经济与乡村振兴有效结合,比如新疆阿勒泰地区以冰雪旅游重点景区为依托,打造阿勒泰市冰雪扶贫综合体,两个贫困县2020年3月摘帽,107个贫困村退出。河北崇礼借助冬奥契机,大力发展冰雪旅游产业,2019年5月彻底脱贫摘帽,冰雪装备产业实现创新发展。

涂晓东透露,在各方共同努力下,北京冬奥会周期,集中力量重点攻克雪蜡车、雪车等高端冰雪设备,实现从“0”到“1”的突破,形成一批拥有完整自主知识产权的首创产品,冰雪装备国产化发展与技术明显提升。

本报北京2月17日讯



图为李智勇(左二)在海淀区冬奥文化广场指导市民体验桌上冰壶。

## 双奥人物

□ 本报记者 黄洁 本报见习记者 白楚玄 文/图

“燃烧的雪花,梦想照亮天地,勇敢地出发……”最近,为冬奥会志愿者谱写的歌曲《燃烧的雪花》被广泛传唱,伴随这歌声,冬奥会志愿者在赛场内坚守,引导观众、维持秩序,在闭环驻地悉心接待、热情服务。赛场外,来自各行各业的冬奥会志愿者们同样在为赛事成功举办贡献自己的力量。他们共同打造了北京冬奥会一道亮丽的“蓝色风景线”。

李智勇就是北京冬奥会“蓝色团队”中的一员,而且他还是名副其实的“双奥”志愿者。《法治日报》记者见到他时,他正在海淀区冬奥文化广场冰雪运动体验馆服务,为来到这里的市民介绍迷你冰壶的比赛规则。“把冰壶放在START位置,在出球端H线之前将球掷出,然后把冰壶投到圆形区内,每局比赛中,圆圈内比对方更接近圆心的所有球计分。”这句话,李智勇一天要重复上百遍。

14年前,李智勇成为了2008年北京奥运会的“鸟巢一代”,这是媒体当时送给年轻中国志愿者的称号。如今,他已是一名走上工作岗位的文物工作者,谈到自己的“双奥”志愿者经历,李智勇的话语中充满自豪。

“2008年时我20岁,得知申奥成功后,就一直想参与奥运,最终如愿以偿地以志愿者身份成为国家体育场‘鸟巢’的指引志愿者,真的非常开心。”李智勇说,他一直保留着一张与俄罗斯记者朋友的合影。那是2008年8月8日北京奥运会开幕式前,一位因迷路走到“鸟巢”内媒体中心的俄罗斯记者向他求助,在语言不通的情况下,他借助翻译软件与对方沟通,最终顺利将记者带到了其要去的国家游泳中心内媒体中心。

“第一次做志愿者时还不是很熟练,总有些意想不到的情况发生,有时挺懵的,好在,最后都想出各种方法顺利解决了。”李智勇笑着说。

从北京夏奥会到北京冬奥会,14年的时间,无数人见证了北京这座“双奥之城”的惊人变化,但是像李智勇这样的“鸟巢一代”对奥运的情怀却始终如一。

从1月开始,李智勇便作为冬奥会志愿者在海淀区冬奥文化广场试运营期间提供志愿服务。记者了解到,为参与此次冬奥志愿服务,李智勇参加了线上线下多轮培训,了解自己的岗位职责,熟悉志愿服务内容,并认真学习冬奥知识。投入工作后,他和其他志愿者们从每天早上9点到下午5点,一直坚持在海淀区冬奥文化广场,为前来游玩的市民宣传冬奥知识,发放宣传资料,并开展秩序维护、文明乘车指引、语言服务、疫情防控提醒等一系列服务。

这一次,李智勇的岗位在赛场之外,但他觉得自己有了“更大的舞台”。“在赛场外做好冬奥服务,通过我们志愿者的努力,让大家都能参与冬奥、了解冬奥,实现‘带动三亿人参与冰雪运动’的目标,是我此次志愿服务的愿望。”不仅如此,在这次志愿服务中,李智勇更多了几分思考,“如何更好地为残障人士服务,这里面有很多学问”,李智勇告诉记者,对待残障人士要热情、细心、周到,更要尊重对方。试运行期间,一名坐着轮椅的儿童在父母陪伴下来到冰雪运动体验馆,在李智勇和其他志愿者的指导下,成功将冰壶投掷出去,看到孩子和父母喜悦的表情,李智勇比他们还开心。

李智勇对记者说,相比2008年北京夏奥会,疫情期间的冬奥服务工作更加不易,每天的游客都很多,要让游客在玩得尽兴的同时,时刻注意好疫情防控,就需要志愿者反复提醒游客戴好口罩,注意保持人与人之间的距离等。

凭借出色的志愿服务,李智勇成为海淀区冬奥文化广场文化志愿者的领队,也成为其他志愿者的榜样。

据了解,在此次北京冬奥会和冬残奥会中,北京市累计上岗的志愿者将达20万人次。冬奥会开幕式上,国际奥委会主席巴赫在致辞中对志愿者们的工作给予高度评价:“我们要特别感谢全体志愿者,从我们抵达的第一刻起,你们就使我们感觉到宾至如归。你们眼中的微笑温暖着我们的心,谢谢所有志愿者!”

## 延庆赛区火炬台吸引众多市民打卡

冬奥一线

□ 本报记者 黄洁 □ 本报见习记者 白楚玄

妙川积雪还未散,在北京市延庆区冬奥文化广场,一片美丽晶莹的“大雪花”也在安然绽放,这就是北京冬奥会延庆赛区火炬台“长城之光”。

延庆区冬奥文化广场占地1万多平方米,由外广场和演出展示馆内外两个部分构成。火炬台之外,广场上设置了中心舞台、展览展示、运动体验、志愿服务和冬奥特许产品专卖五大功能区域,广场西侧的4K大屏幕实时转播冬奥赛事,让市民享受到身临其境的冰雪赛事观看体验。

冬奥会期间,广场还在陆续开展“文化大集”,持续举办79场专场文艺演出,将传统文化、地域文化和冬奥元素巧妙融合,让广大群众在家门口就能享受“冬奥文化大餐”。

“开幕式上第一眼看到,就觉得这个‘雪花’火炬台太梦幻了。奥森的火炬在闭环内,我们进不去,这是唯一能近距离接触的奥运圣火。”近日,带着两个孩子专程从昌平赶来观看“长城之光”的李先生告诉《法治日报》记者。

据了解,为了让市民能近距离观赏奥运火炬,北京奥组委分别在北京、延庆、张家口3个赛区设置了3个场外火炬台。2月4日晚,位于北京国家体育场内的主火炬台被两位00后中国运动员点亮时,“长城之光”也在延庆区冬奥文化广场同步点燃,这也标志着延庆区冬奥文化广场正式启用。

在2月15日召开的冬奥会上,延庆赛区赛时第二场新闻发布会,延庆区委宣

冬奥发布

本报讯 记者侯建斌

加强北京2022年冬奥会和冬残奥会奥林匹克知识产权保护,是中国政府全面加强知识产权保护的重要举措。在2022北京新闻中心近日举办的新闻发布会上,国家市场监督管理总局副局长王松林透露,“下一步,我们将持续推进奥林匹克标志知识产权保护专项行动,着力提高执法效能,保持对侵权违法行为的严厉打击态势。”

加大执法检查力度。采取“双随机、一公开”与专项检查相结合的方式,加大对食品饮料、文体用品、服装鞋帽等重点商品以及生产集中地、销售集散地的检查,充分发挥12315举报投诉平台作用,鼓励社会公众举报侵权违法行为,对违法行为发现一起、查处一起,提高精准打击能力。适时公布典型案例,以案释法,以案普法,发挥警示震慑效应,强化社会监督。

“与此同时,加强区域执法协作。”王松林介绍,当前,随着电

子商务迅猛发展,侵权行为呈现出一些新特点,表现为产销跨区域、购销点多面广。执法办案必须适应这些新情况,在执法方式和机制方面积极创新。去年,市场监管总局印发《市场监管执法稽查案件协助调查管理规定》,就新形势下加强跨区域执法协作提出了具体措施。下一步,将推动落实这些措施,积极完善全链条执法新模式,一旦发现侵犯奥林匹克标志专有权行为,要追查销售网络,深挖生产源头,切实铲除违法链条。

此外,发挥综合执法优势。从前期查办的案件来看,有些违法主体不仅仅侵犯奥林匹克标志专有权,而且还存在虚假宣传、刷单等行为。下一步,将继续发挥市场监管综合执法的优势,对同一主体存在多个违法行为的,从不同法律角度综合分析,依法准确定性处罚,切实加大违法成本,让违法者付出沉重代价。通过持续不断的严厉打击,让市场主体知敬畏、敬效尤,营造全社会尊重奥林匹克标志等知识产权的良好氛围。

冬奥瞬间



2月17日,北京2022年冬奥会自由式滑雪女子U型场地技巧资格赛在张家口云顶滑雪公园举行。图为中国队选手张可欣在比赛中。

新华社记者 薛玉斌 摄



2月17日,北京2022年冬奥会高山滑雪女子全能比赛在延庆国家高山滑雪中心举行。图为中国队选手孔凡影在滑降比赛中。

CFP供图



2月17日,北京2022年冬奥会速度滑冰女子1000米比赛在国家速滑馆举行。图为中国队选手李奇时在比赛中。

CFP供图

## 首钢园晋级为世界级“网红地”

北京石景山谋划冬奥片区赛后利用

本报讯 记者侯建斌 北京2022年冬奥会期间,中国选手谷爱凌在首钢滑雪大跳台一飞冲天,夺得金牌,成为全世界的焦点,首钢园也晋级为世界级“网红地”。北京市石景山区委常委、副区长李先侠近日对外透露,以北京冬奥会为契机,石景山区正在前瞻性谋划大跳台、冬奥组委“四块冰”三大片区的赛后利用,赋予其体育休闲街区、单板与空中技巧研发中心及冬季运动展示等功能。

“在北京新版总体规划发展的大前提下,如何传承保护和利用好冬奥遗产,是一个非常重要的问题。”李先侠认为,这考验着城市规划建设、管理和治理水平,也考验着石景山区推

进城市更新和产业转型发展战略的决心和实践。

李先侠介绍说,石景山将制定北京冬奥会首钢工业遗产保护名录,研究工业遗产再利用模式与方案,培育“体育+”产业生态,重点发展体育商贸、体育会展、康体休闲、文化演艺、体育旅游等多元业态。

同时,继续挖掘首钢工业文化内涵,重点实施高炉、焦炉、转运站等工业遗产改造工程,建设首钢工业遗址公园,打造首都近现代钢铁产业历史纪念地和特色工业遗产体验场所,建设大尺度、开放型特色公共空间。规划科技首钢、网红首钢、夜游首钢等特色文旅

线路。

此外,石景山区将在首钢园重点发展科幻产业,推动科幻产业集聚区建设。目前,集聚区已吸引中国科幻研究中心、腾讯、当红齐天等10余家科幻企业入驻及相关项目落地。其中,当红齐天集团利用首钢1号高炉打造的“超体空间”项目,不仅定位于华北最大虚拟现实体验中心,也是全球第一个将VR/AR技术和工业遗产结合的国际化科技乐园,项目包含虚拟现实博物馆、沉浸式剧场、VR电竞、智能体育、奥运项目体验中心、未来光影互动餐厅及全息酒吧等新消费、新业态,为游客提供沉浸式潮流科幻产品。