

冰雪同梦 闪耀亚冬会



哈尔滨亚冬会奖牌榜

代表团	金牌	银牌	铜牌	总计
中国	32	27	26	85
韩国	16	15	14	45
日本	10	12	15	37
哈萨克斯坦	4	9	7	20
菲律宾	1	0	0	1
乌兹别克斯坦	1	0	0	1
朝鲜	0	1	0	1
中国台北	0	0	1	1
泰国	0	0	1	1

亚冬会频创历史 9代表团获奖牌

新华社哈尔滨2月14日电(记者 王恒志 王君宝)哈尔滨亚冬会14日结束全部比赛,最后一个比赛日中国队没有金牌入账,最终以32金27银26铜排名奖牌榜首位。来自热带的菲律宾队爆冷夺得男子冰壶冠军,为菲律宾取得亚冬会奖牌零的突破,本届亚冬会获得奖牌的代表团也增至9个,创下历届新高。

哈尔滨亚冬会最后一个比赛日共产生4枚金牌。中国女子冰壶队在决赛中2:7不敌韩国队,获得亚军。中国男队在铜牌争夺战中10:3战胜中国香港队,收获一枚铜牌。男子冰壶决赛爆出冷门,半决赛淘汰了中国队的菲律宾队“黑”到底,5:3击败韩国队夺冠,这也是菲律宾历史上第一枚亚冬会奖牌。在全部九届亚冬会的历史中,此前尚未有来自热带的代表团夺冠,菲律宾也创造了一项新的纪录。

冰球赛场上,中国女队1:8不敌日本队,获得一枚铜牌,日本队和哈萨克斯坦队分获冠亚军。中国男队2:5不敌韩国队,无缘领奖台,哈萨克斯坦队、日本队和韩国队位列前三。

奖牌榜上,中国队以32金27银26铜排名奖牌榜首,韩国队16金15银14铜排名第二,日本队以10金12银15铜排名第三。共有9个代表团跻身奖牌榜,是历届最多的一次。中国台北队、泰国队和菲律宾队实现亚冬会奖牌零的突破。

亚奥理事会:

哈尔滨亚冬会是最成功的一届

新华社哈尔滨2月14日电(记者 王君宝 季嘉东)14日上午,哈尔滨亚冬会组委会召开新闻发布会,亚奥理事会第一副主席霍震霆等表示,哈尔滨亚冬会是最成功的一届亚冬会。

亚冬会组委会副秘书长、哈尔滨市人民政府副市长张海华介绍,自2月3日开赛以来,经过数天激烈精彩的比赛,冰壶和冰球两个项目将在14日决出最终的4枚金牌,14日晚本届亚冬会将正式落下帷幕。

在向亚奥理事会、媒体工作者以及广大志愿者等表示感谢、向运动员表示祝贺的同时,张海华也表示,组委会与亚奥理事会等各方紧密合作,努力克服筹备周期短等挑战,高标准、高质量、高效率地完成了赛事组织等各项保障工作,向全世界呈现了举办一届“中国特色、亚洲风采、精彩纷呈”的体育盛会的庄严承诺。

霍震霆表示,哈尔滨亚冬会有来自34个国家和地区的1200余名运动员报名参赛,在参赛国家和地区及运动员数量方面均创下赛会历史之最,特别是沙特、柬埔寨的首次参赛让亚冬会朋友圈进一步扩大。“在仅仅一年的筹备时间里,哈尔滨不仅运用了先进的科技来办赛,也让人们领略了这个城市的魅力,可以说,这是最成功的一届亚冬会。”他说。

亚奥理事会总干事侯赛因·穆萨拉姆也对本届亚冬会给予高度评价。“感谢哈尔滨亚冬会,促进了亚洲团结,给予了我最见过的最好的医疗服务,也要感谢热情的志愿者,我相信哈尔滨也将和下一届举办地沙特,形成很好的合作。”他说。

亚奥理事会有关人士介绍,截至14日上午,本届亚冬会共进行380多例兴奋剂检测,暂无阳性结果。

据了解,哈尔滨将在亚冬会后做好场馆场地的综合利用,满足群众冰雪活动需求,同时持续开展冰雪体育赛事,扩大冰雪运动参与人群。

在哈尔滨 见证亚洲冰雪运动新广度

——第九届亚冬会赛事综述

新华社记者 卢星吉 王春燕 王沁鸥

凝聚激情和友谊的亚冬会,在哈尔滨,已然揭开了亚冬会历史新的一页。在这片白山黑水之间,亚洲的冰雪运动迎来更广阔的发展。重要的是参与,在奥林匹克格言的激励下,亚洲冰雪运动呈一片欣欣向荣的态势。

在哈尔滨,我们看见,数量创历史之多的参赛代表团来了!

在哈尔滨,我们看见,首个来自热带的亚冬会冠军诞生了!

在哈尔滨,我们看见,世界顶级的竞争依然在短道速滑、速度滑冰、单板U池等项目中拼得难解难分!

在哈尔滨,我们看见,一些崭新的项目如滑雪登山,亚洲和世界一起同步向前!

亚细亚的冰雪健儿,在这一天结束了短暂而激烈的赛事争夺,现在等待他们的,是闭幕式的欢庆和未来可期的明天。

冰雪运动在亚洲扩容、破圈

回望1986年在札幌举行的首届亚冬会,仅有7个国家和地区参赛。29年前哈尔滨第一次举办亚冬会时,运动员只有400多人。近几届亚冬会见证了越来越多亚奥理事会成员派团参赛,本届亚冬会共有来自亚洲34个国家和地区的1200余名运动员报名参赛。其中,柬埔寨和沙特阿拉伯首次报名参赛。

在此前的八届亚冬会上,金牌基本来自东亚、中亚的代表团瓜分,来自东南亚、西亚、南亚的代表团难获冠军。唯一例外是在2003年的日本青森亚冬会上,黎巴嫩队获得过一金一银。

而这次在哈尔滨,中国台北队、泰国队和菲律宾队都实现了亚冬会奖牌零的突破,最终共有9个国家和地区的运动员站上领奖台。值得一提的是,菲律宾队在男子冰壶决赛中击败韩国队夺冠,这不仅是菲律宾历史上首枚亚冬会奖牌,更是亚冬会历史上来自热带的代表团首次夺得金牌。

“希望这枚金牌能激励其他热带国家(地区)。”菲律宾男子冰壶队选手本·德拉克特说,“我们的故事可以向大家证明,虽然没有高山和积雪,但只要有一块冰场,我们也可以参与冰雪运动的竞争。”

沙特已成功申办下一届亚冬会,这将是亚冬会首次在东亚国家举办。来自沙特的摄影记者法赫德说:“沙特首次参加亚冬会,在我们国内也受到很多关注。除了关心沙特选手的表现,我们也希望从哈尔滨汲取更多办赛经验。”

柬埔寨奥委会秘书长瓦伦表示:“作为一个热带国家,此次派出运动队参加亚冬会是柬埔寨的骄傲。这也符合国际奥委会的愿景,即鼓励热带或没有冰雪的国家或地区参加冬季项目运动会。”

不止是沙特,各国和地区的运动员、随队官员、记者带回的关于哈尔滨赛场内外的见闻,势必将帮助整个亚洲的人们,更鲜活地感受冰雪运动魅力。



菲律宾代表团成员庆祝男子冰壶夺冠 新华社记者 赵子硕 摄



2月14日,第九届亚洲冬季运动会闭幕式在哈尔滨举行。图为中国体育代表团旗手徐梦桃(中后)在闭幕式上 新华社记者 许雅楠 摄

竞技激烈程度整体提升

在短道速滑、速度滑冰、单板U池、自由式滑雪、冰壶等亚洲国家(地区)传统优势项目上,本届亚冬会上演激烈角逐,老将新星大放光彩。而对于高山滑雪、越野滑雪等亚洲整体实力逊于欧美的项目,本届亚冬会上的“切磋”帮助亚洲选手们增长了技艺。

短道速滑项目上演了奥运级别的对抗。韩国队派出多名奥运冠军、世锦赛冠军出战;中国队阵容中也有范可新、林孝俊、刘少昂等名将。两队的竞争不仅着眼于亚冬会金牌得失,更是米兰冬奥会激战的预演。在激烈的比赛中,共有四项亚冬会纪录在短道速滑赛场被刷新。

速度滑冰赛况也非常激烈。北京冬奥会男子500米的前三名——中国选手高亭宇、韩国选手车旼奎和日本选手森重航都参加了此次比赛。

单板滑雪项目历来盛产亚洲天才小将。现年15岁的日本女孩清水美来以压制全场的难度和流畅性获得女子U型场地技巧金牌,其实并不令人意外。小年轻的她曾在国际雪联世界杯赛场上已收获冠军头衔。包括她在内的一批亚裔

小将在国际赛场的脱颖而出,是近年来亚洲单板,尤其是日本、中国在单板项目方面取得显著进步的缩影。

与小将脱颖而出相辉映,徐梦桃、齐广璞等“元老级运动员”依旧在亚冬会上保持了高超竞技水准,展现了自由式滑雪空中技巧领军人的魅力。

中、日、韩运动员在上述项目中的优势,也对亚洲其他国家和地区产生了外溢促进效应。在本届亚冬会上,哈萨克斯坦选手获得男子自由式滑雪空中技巧双人同步金牌、短道速滑男子5000米接力金牌,泰国选手通过自由式滑雪坡面障碍技巧项目获得本国首枚亚冬会奖牌,以及菲律宾男子冰壶队夺冠便是明证。

对于在国际赛场上成绩整体落后于欧美的高山滑雪等项目,亚冬会的竞赛激烈程度也相当高,亚洲运动员们得到了充分历练。作为冬季基础项目,近年来很多亚洲国家和地区开始加强对高山滑雪项目的重视和投入。本届亚冬会高山滑雪比赛共吸引超过20个国家和地区的选手报名,是报名最踊跃的项目之一,其中许多选手曾在欧洲训练比赛。

紧跟国际冬季竞技体育发展新趋势

滑雪登山是2026年米兰-科尔蒂纳丹佩佐冬奥会上新设的项目,紧跟国际趋势,这一比赛历史上首次登上了亚冬会赛场。在新的项目方面,短道速滑混合团体2000米接力、冰壶混双也首次出现在亚冬会。上述变化表明亚冬会设项更加紧贴以冬奥会为“指挥棒”的国际冬季竞技体育发展新趋势。

滑雪登山在亚冬会上的首秀,受到了该项目国际组织——国际滑雪登山联合会官员的“点赞”。该协会秘书长霍尔迪·卡纳尔·丰坦表示,对于这一新兴项目,全球的滑雪登山从业者,尤其是亚洲这样的雪上新势力,都在探索更好的办赛模式和后备人才培养经验。将新项目带上亚冬会,正是探索的重要一环。

作为探索道路上的同行者,亚洲滑

雪登山人有着密切的交流,共同促进这个项目在亚洲的发展。许多教练和选手都是多年好友,如果对方的队伍到自己国家训练,东道主一定会尽地主之谊。这份友谊也延续到了亚冬会。

9日的男子短距离决赛,中国队包揽了前四名。撞线后,银牌获得者张成浩除了庆祝,还等在终点与随后完赛的日本选手拥抱。赛后,他解释说:“虽然在比赛中我们是对手,但我们一起参加过很多比赛,都是很好的朋友。”

这名刚过完23岁生日的年轻亚军,对亚洲滑雪登山的未来还有更加雄心勃勃的愿景:“我认为亚冬会是亚洲同胞一个很好的交流平台,大家可以相互学习,一起进步,争取一起打破欧洲在这个项目上的垄断,突破自我,挑战人类极限。”

新华社哈尔滨2月14日电

2月13日19点10分,《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)在全球影迷的瞩目下,以无可匹敌之姿,创造了100亿票房的骄人纪录。随即,《哪吒2》破100亿#《哪吒2》连说100个谢谢#等话题冲上热搜,朋友圈开启刷屏,各大媒体竞相报道发布相关话题稿件。人们不禁要问,于郑州而言,城市文旅的“哪吒”视角当如何讲好故事?

哪吒热来袭 国漫巅峰再续神话

据了解,自1月29日正式上映以来,电影已创造多项纪录,首映日以单日票房7.8亿元强势开局,一路“高开疯走”,直至13日晚间超过100亿人民币大关。

五年磨一剑,《哪吒2》在衍生品开发上也做了更充分的准备,在大年初一影片首映的同时,卡牌、盲盒手办、搪胶毛绒玩偶等系列产品都同步上市。自上映以来,官方与电影院联名爆米花桶库存“告急”,与蒙牛联名,与卡游推出电影收藏卡、万代南梦宫、泡泡玛特等合作的周边“谷子”也实现了爆卖。

另外,“哪吒热”在全国引发“抢娃娃大战”,各地为了证明哪吒到底是谁家的,都使出了浑身解数,从人文地理到民间传说展开“抢娃”之战。

除了占据春节档的“天时”,《哪吒2》中精彩的故事和鲜活的人物引发观众的情感共鸣。在电影中,大家可以在结界兽形象中找到三星堆遗址青铜人像的影子,太乙真人被设计为一位会说四川方言、带有喜剧色彩的角色。

内容创作上,许多90后观众认为,《哪吒2》依然拥有宏大的世界观,在延续前作“我命由我不由天”内核的同时,又巧妙地融入了亲情、友情等普世情感,以及对自我认知、责任担当的深刻思考,使故事既有深度又有温度。

中国传统文化是一座取之不尽的宝藏,有专业影评人认为,《哪吒2》以中国方式的叙事,把“哪吒闹海”这一经典神话故事进行大胆改编,巧妙地将传统元素与现代审美结合,其中蕴含的都是中华文化的精神内核。影片在视觉呈现上融入大量中国传统文化元素,如永定土楼、敦煌壁画、书法笔墨等。通过现代动画技术和特效手段,这些元素被赋予了新的生命力,创造出独特的“新国风”美学。

用“三头六臂” 解锁郑州文旅破局三维密码

哪吒IP的爆发,不仅让观众看到了国漫、中国文化崛起的希望,也为郑州这座历史文化名城IP的开发提供了新的思路,对此,记者走访了多个领域的相关专家,他们共同提出了解锁郑州文旅破局的三维密码——“广度”“深度”“新度”。

《哪吒2》将中国神话故事进行现代化改编,赋予角色更贴近当代观众的情感共鸣,如反叛、成长、亲情等。对此,河南省社会科学院文学研究所教授宋朝丽认为,IP不仅是城市经济与消费升级的抓手,郑州文旅产业可以结合郑州悠久的历史、民俗风情等,开发具有地域特色的文化IP。

斯文盛干载,俯仰皆文明。从广度上看,郑州地处黄河中下游,是古代城市的重要发源地,也是黄河文化中的璀璨明珠,拥有丰富历史文化资源。“对此,我们可以对郑州商国家考古遗址公园、郑州商都遗址博物院、东城墙遗址博物馆等文化新地标进行升级改造;可以利用城市故事、特色建筑等资源禀赋,将棉纺厂、砂轮厂、纺织机械厂等工业遗存转换为助力城市更新、延续城市乡愁、新增人文消费场景的重要载体。”宋朝丽表示。

有专家认为,《哪吒2》的成功,本质是“情感价值”的胜利。针对这点,郑州市社会科学院文化研究所所长刘涛表示,未来的IP经济,比拼的不仅是内容质量,更是“情感连接”的深度。“郑州经历了从农业社会的形成到产业兴起的转变,从城邦国家到一统王朝的演变。文旅项目同样需要传递普世价值观,引发游客情感共鸣。杜甫故里、李商隐、白居易故居等各类文旅项目可以通过故事化场景、主题化体验等方式,融入家国情怀、文化自信等价值,增强游客的参与感和认同感。”

新度——电影衍生品、游戏、主题展览等产业链不断延伸;“文旅+科技”融出新高度;从服务细节创新项目体验。郑州市文化旅游和体育集团有限公司总经理严文斌认为,文旅产业需打破“单一门票经济”,通过IP授权、联名合作、场景消费等方式实现多元变现。“在郑州,管城区早民里植入潮流买手店、潮牌服饰店、时尚餐饮、沉浸式剧场等业态;在对油厂厂、二砂文创园、芝麻街等创意园引入文创、非遗、特展、餐饮等多种业态,实现了‘老树开新枝’。这些优秀案例都值得借鉴。”

“文化创新不是推倒重来,而是融合传统的创造性转化。”刘涛认为,《哪吒》系列是文化与科技基因上的一次“水乳交融”。《哪吒2》的视觉特效和3D技术为观众提供了震撼体验。文旅产业也可借助VR/AR、全息投影、元宇宙等技术,打造虚实结合的沉浸式场景。“如今,郑州美术馆不仅正常开放各类艺术作品展,其全新上线的VR沉浸式体验项目《玄鸟生商》也迎来大批游客入馆体验;河南博物院推出的《唐宫夜宴》XR大空间沉浸展也吸引了众多观众,该展览将传统文化与数字技术相融合,观众置身虚拟‘唐朝世界’。”

“我们要做长期主义者。”面对《哪吒1》IP的巨大商业诱惑,制作团队在创作时的匠心精神与创作艰辛,令人动容。对此,严文斌表示:“对于郑州而言,我们的文旅宣传也要从细节入手,同时,从交通、住宿、餐饮再到娱乐,每一个环节都应该让游客如宾而至。比如,郑州站去年就针对出行游客常见的物品遗失找寻、购票改签等业务做好全流程引导帮助,候车厅实现洗手池快速出温水,从细节入手,提升游客出行体验。”



商场中的电影人物立牌

《哪吒2》百亿票房背后的郑州文旅「启示录」

本报记者 李娜 陶然 文图