



一起向未来



7

太原日报

责编 柳星 冯春兰 李文珍

2022年2月17日 星期四

为冬奥打上中国印记

——解读北京2022文化密码

在看到任子威、徐梦桃们站上冬奥会最高领奖台时，有没有眼馋他们手里的“金墩墩”？当看着谷爱凌、苏翊鸣们迎风飞起，有没有惊诧于首钢滑雪大跳台背景里极具赛博朋克风的“大烟囱”？当看着韩聪/隋文静们在花滑赛场上起舞，有没有被圈挡上唯美的中国山水所惊艳？

吉祥物、会徽、奖牌、火炬……以至每处场馆的布置，北京冬奥会上目所能及的每一个细节里，都蕴藏着设计师们的妙思和理念。北京冬奥组委文化活动部形象景观艺术总监林存真表示，北京冬奥会景观的每一个设计都是中国文化与奥林匹克理念的天作之合，为冬奥会打上了北京2022的独特烙印。

追完“冰墩墩”期待“雪容融”照亮世界

随着“冰墩墩”火遍全网，这个从一串冰糖葫芦中“诞生”的冬奥会吉祥物目前“一墩难求”，林存真坦言“想到了也没想到”“没想到一些冬奥元素那么的火爆”。

但除了毛绒玩具的标准形态，“冰墩墩”其实还有“72变”的造型。它的冰壳引入“换皮肤”的流行概念，能够转变成不同项目的冰雪运动形态。

微信等平台上已广泛应用的吉祥物表情包是北京冬奥组委形象景观核心团队的创新性创作，共分三期上线公布，设计广泛结合中国民俗、年俗，生动活泼。表情包系列经国内外多个网络平台有效传播，受到广泛喜爱。

“一墩难求”使得北京冬奥组委新闻发言人赵卫东呼吁：请不要忘了“雪容融”。如果说“冰墩墩”的设计原型有点难猜，“雪容融”的原型连老外都能看出来：一盏红灯笼。

林存真说：“我们用中国国宝大熊猫来做冬奥会吉祥物，用中国典型的人文符号红灯笼做冬残奥会吉祥物，这两个放在一起是很搭配的。”

“搭配”背后，是一个核心团队的不断捏合。“两个吉祥物设计来自不同的团队，在确定方案前，两个团队是互相见不到的，只有我们核心的专家团队来协调两者的设计。由于是高度保密项目，一个团队不知道另一个的情

赛场如长卷 冬奥健儿“画中游”

熟悉中国山水画的人，会发现冬奥会许多赛场的围挡就像一幅长卷，让运动员比赛时就像在“画中游”。

“我们的场馆景观工具包，就是从中国长卷山水画中找到的灵感。”林存真说，《游春图》《潇湘奇观图》《富春山居图》《千里江山图》……我们通过研究发现，中国的长卷绘画中有节奏感，有疏密和虚实的配搭，这很符合工具包需要的1:4、1:2的比例，找到了关键的节奏后，我们就去配搭它、组合它，按照不同项目的规律去组合不同的场馆。”

在林存真看来，中国长卷山水画各有节奏，恰好也可以适配不同的场馆需求，比如速滑要快速、紧凑的，冰壶就是悠扬、平缓的，花样滑冰则需要一些曲线性的。“这样我们就要将中国文化润物细无声地融入到场馆之中，既满足功能要求，又自然展现文化魅力。”

全球体育品牌专家、国际奥委会顾问西奥多拉赞叹说：“(这些)形象景观在场馆里看起来令人惊叹，在电视上看起来也很棒。为比赛中的运动员提供了完美的背景，是对奥林匹克的庆祝。中国文化与奥林匹克五环构成了最鼓舞人心的画面。”

“大烟囱”出圈 北京新地标高光时刻

首钢滑雪大跳台“出圈”火到海外了，因为其背景里颇具赛博朋克色彩的“大烟囱”——其实是首钢工业园区已停用的冷却塔。冷却塔上，一个巨大的“冬”字形会徽格外引人注目，当运动员腾空而起，又恰和“冬”字灵动的笔画走势形成呼应，制造出绝佳的视觉效果。

林存真透露，这是“特意选择的一个角度”，目的就是把举办地的文化和城市特色融入场馆之中。她透露说，

冷却塔涂装的设计和实施都有很大难度和挑战。建于20世纪80年代、高约70米的冷却塔蛋壳结构主体十分脆弱，设计团队通过重建模型，模拟运动员的运动轨迹，精确测算冷却塔上会徽涂装的尺寸和角度。“最终确定涂装的会徽高16.5米、宽13米，距地46米。施工过程中需要将会徽切分成单元画面，逐点确认会徽转折点，最后手工进行涂装。”

这个设计令在滑雪大跳台比赛的运动员们叫绝。美国自由式滑雪男子选手亚历山大·霍尔感叹说：“背后那些‘疯狂的’烟囱太酷了！”

林存真说：“这样，通过竞技的高光时刻，就自然地展示了北京城市更新的成果，展现了北京的新地标。我们希望能通过景观，把冬奥会留在历史里。”

为冬奥化妆 北京2022的独特烙印

北京冬奥会形象景观设计是和申办、筹备进程始终相伴的，林存真说，设计从2014年就开始了，最集中的是2018年至今这四年。“我们一开始就意识到，我们呈现的是一个中国的形象。”

到底什么是奥运形象景观？林存真比喻为给奥运“化个妆”，它会告诉你，这是北京2022，不是其他。

在她看来，奥运会设计的统一性和系统性，是两个关键要素。“所以这就需要把每个元素用核心的理念串联起来，我们的核心理念就是中国哲学最重要的一个思想：道法自然，天人合一。”

她说：“我们用现代的设计语言和国际化的设计方法，呈现核心的中国式思想。设计中既有东方哲学和文化的体现，又有现代化和时尚性的原则。最后在场馆等实际应用环境里，达到人与自然和谐的状态。”

中国设计师的努力得到了国际奥委会的全面肯定。西奥多拉说：“北京2022的品牌形象景观是奥运设计史上最有效和最具创意的景观之一，将被视为奥林匹克运动中最宝贵的财富之一。”

而国际奥委会形象景观团队负责人塞德里克对冬奥会景观设计的评价是，做的不多也不少，正合适，是今后奥运会形象景观的典范。

新华社记者（新华社北京2月16日电）

太原移动助力 北京冬奥更“好看”

本报讯 北京冬奥会激战正酣，视觉效果是线上观赛的关键因素。为了让用户能通过电脑、手机等终端，随时随地体验身临其境的现场效果，太原移动开展了北京冬奥会直播热点专项保障，聚焦重点基站小区、热门时段，以小时为单位监控网络通信变化、开展现场测试，运用最新的扩容手段满足用户高质量网络需求。

家住长风街的赵磊是移动5G用户，他一直通过手机实时关注北京冬奥会的赛事直播，说到这届冬奥会的观赛效果，赵磊赞不绝口：“8K超高清画面，一次沉浸式的视听盛宴，比如看冰壶比赛直播时，冰壶上的花纹以及运动轨迹都清晰可见，甚至连选手脸上渗出的细密汗珠也能看得一清二楚。”北京冬奥会期间，太原移动在全市范围内提取网上观看冬奥赛事浏览量最大的500个基站小区，采用软扩容、载波扩容、硬件扩容、3D-MIMO反开等核心技术手段，赋能5G+8K超高清画面，在保障流畅观看赛事直播的同时，让用户感受更清晰、层次更丰富的画面。经统计，在北京冬奥会直播繁忙时段，各基站小区高负荷从日均77%下降到了35%，让冬奥赛场上运动员每一帧的精彩瞬间都在屏幕上纤毫毕现。

经测试，北京冬奥会期间，太原移动把从发送端到接收端的时延控制在55毫秒之内；在热点保障小区，5G上行平均速率达139兆比特/秒，下行平均速率713兆比特/秒，为移动用户打造了清晰稳定的高品质网络。

（张秀丽、赵馨）

周文龙：开启孩子的冰雪梦



春节假期已经结束，太原市高山滑雪队教练员周文龙依然忙碌。“借助北京冬奥会的影响力，无数孩子开启了自己冰雪梦。”他说。

2008年前后，周文龙与滑雪结缘，至今乐此不疲。2018年，在国内顶级教练的指导下，周文龙完成了中国赛事滑雪管理培训，随后投身于滑雪运动普及推广工作。

做教练的几年时间里，周文龙最大的感触就是滑雪运动越来越流行。“以前来滑雪的人不多，雪场的停车位你随便找。”周文龙打趣道，“这两年时间，尤其是节假日来滑雪，最大的难题是没地方停车。”

2022年的春节，来滑雪的人比以往的人更多了一些。“很多人都是观看冬奥会赛事产生了兴趣，然后来滑雪场尝试体验一下。”周文龙表示，尽管春节假期已过，采薇庄园、梅苑南山等太原市周边的滑雪场依然热度不减，来往游客“挤”在雪道上，抬眼望去人山人海。

去年11月，6岁的茉莉第一次穿上滑雪板，心理上颇有些恐惧。“一方面需教给她标准的技术动作，另一方面要疏导她克服心理障碍。”周文龙表示，小孩子模仿能力很强，也就一天时间，掌握了“减速”“刹车”等基本动作。

当技术动作处于可控范围内，孩子们便不再恐惧，滑雪运动也成为一项乐趣。茉莉很享受这项运动，她说在滑雪的时候，“整个人都快飘起来了”。

从爱好者变成教练，周文龙坦言自己的心态也在发生变化。“现在会更多考虑，如何让孩子们尽快掌握滑雪技能，体会这项运动的乐趣。”在他看来，只要给孩子们提供走上滑雪场的机会，大多数人都会爱上这项运动。“当孩子们鼓起勇气滑行时，他们就已经成功了。”周文龙说。

记者 杨尔欣（图片由受访者提供）

2022年冬季奥运会
同贺中国虎年，共襄冬奥盛会
蛋小吉为中国加油



扫码即购蛋小吉