



少年梦！冬奥梦！

——单板新星苏翊鸣这样横空出世

新华社记者

苏群回忆道，“我家住一楼，出去就是雪，小区里他站在我板上就开始玩雪，冻得小脸蛋通红也不进去，进去五分钟又出来。”

后来他带着苏翊鸣去小雪场，然后去北大湖、松花湖，六岁的时候，苏翊鸣已经可以跟着他去长白山滑雪野了。“在长白山滑雪的时候我们就追上他了，那时候他的水平就已经非常高了，比我滑得快，我要是撵他都挺费劲。”

尽管如此，苏翊鸣还没有打算走上专业运动员的道路，小孩子经常有着自己朴素的原则。

“不想把滑雪当成专业，就是业余爱好，如果走专业我天天练我会觉得很腻，就再也不想听见滑雪这俩字儿。如果当业余爱好，我每天都想玩儿，就很开心。”

2013年，对着镜头，一个带着东北口音的8岁小孩侃侃而谈，最后咧嘴一笑。

2015年7月31日，在马来西亚吉隆坡，国际奥委会主席巴赫宣布，第24届冬奥会花落中国北京。这一决定在随后带动了一个国家3.46亿人参与冰雪运动，也改变了一个小孩的人生轨迹。在这个消息传到中国的时候，这个小朋友决定“食言”了。

决意

“冬奥会定下2022年在中国举办的时候，苏翊鸣就已经有目标了，说我从现在开始好好努力，我争取用我的能力去代表中国去参加冬奥会。”苏群说。

那个时候的苏翊鸣已经为更多人所知，但

滑雪只是其中的一部分原因。2014年，徐克执导的电影《智取威虎山》上映，里边会滑雪的“小栓子”形象深入人心，也让苏翊鸣多了一个童星的光环。但现在，他必须主动褪去这个光环。

“对我来说不管滑雪还是拍戏都很开心，但当我开始备战奥运会之后还是有一点冲突，因为我想要做好一个事，我必须要把自己百分之百的精力投入到想要做的这个事中。”苏翊鸣说。

时至今日，苏翊鸣的教练佐藤康弘都会把手里“小栓子”蓬头垢面的照片拿出来逗苏翊鸣玩，这位培养过多位单板好手的知名教练，在苏翊鸣的人生道路上扮演了重要角色。

北京冬奥会的备赛过程中，国家体育总局向全社会公开选材，并在2016年举办了面向所有人开放的全国性赛事。苏翊鸣也在那次赛事中崭露头角。而参与国家队选材的佐藤康弘也对多年前认识的这个男孩有着深刻印象，苏翊鸣在之后入选跨界跨项国家集训队。

“苏翊鸣对胜利有很强的执念，能够强烈感受到小鸣想不断成长的欲望，无论他提升了多少。归根结底，他依然认为自己还在成长路上，这个意识非常强烈。”佐藤康弘说。

成长

“成长”是苏翊鸣近年来的关键词。首次闯进单板滑雪大跳台世界杯决赛、夺冠、夺得赛季总冠军的中国男选手，首次参加冬奥会单板坡障及大跳台的中国男选手，吉尼斯纪

录认定的首位完成单板滑雪内转1980度抓板动作的运动员……他的每一次成长，几乎都写就了中国单板滑雪的新历史。

“我特别幸运，特别荣幸能够有祖国在背后这么强大的支持，因为正是这种支持我才不会去有更多别的想法，我可以心无杂念。”苏翊鸣说，单板滑雪作为一项极限运动，还是有其危险性，“正是因为祖国或者我背后的团队，每一个人对我这么强大的支持，我才能够100%地去专注我想完成的事情，这样也能让我取得更好的成绩。”

跟随国家集训队，苏翊鸣从2021年10月抵达瑞士苏黎世，2022年1月返回北京，110天外训，参加了5场世界杯比赛，带回新赛季国际雪联世界杯总分大跳台第一、坡障第三的成绩。“我长高了，长壮了，也变得更强大，更自信。”他说。

日历翻回2022年2月7日，北京冬奥会单板滑雪男子坡面障碍技巧比赛结束，苏翊鸣站上领奖台，高举双臂。观众席、工作区，甚至坡障赛道最后一个跳台区的高坡上都站满了人，现场数不清有多少面五星红旗在飘扬。

“我看着‘冰墩墩’，然后看着所有人。”苏翊鸣说，“我当时都已经没有任何感觉，因为太激动。”

冬奥会改变了苏翊鸣的人生，他也可以自己的努力不断书写着一个国家冰雪运动的历史。时至今日，他依然感受着一个孩童第一次站上雪板时的纯粹的快乐。

更重要的是，会有越来越多的孩子看到他的比赛之后，想要去体验这种快乐。一个梦融进了更大的梦，少年的梦想正在进行时，一个国家的冬奥梦想也刚刚展开。

（执笔记者：郑直，参与记者：卢星吉、刘博、杨恺、沈楠）

（新华社河北崇礼2月7日电）

马耳他“静园”热热闹闹贺新春

新华社记者 陈文仙

锣鼓声阵阵，舞龙舞狮翻腾跳跃。6日，位于马耳他桑塔露琪亚市的中国古典园林“静园”里热闹非凡，洋溢着浓浓的节日气氛。

亭台楼阁，小桥流水，“静园”里浓郁的中国园林氛围与传统的舞龙舞狮表演相得益彰。公园里充满着欢声笑语，不时传来阵阵掌声，华侨华人与当地民众一起共庆农历虎年新春的到来。

在舞龙表演开始之前，中国驻马耳他大使于敦海和桑塔露琪亚市市长查梅茵·圣约翰用毛笔为舞龙点睛，金龙顿时“精神抖擞”，随着人们不停舞动，传达出浓浓的年味和美好的祝愿。

于敦海在活动现场为大家送上虎年祝福。他说，中国和马耳他今年迎来建交50周年，双方合作不断深入。希望通过双方的共同努力，将两国合作和交流推向更高水平。

圣约翰用中文祝贺大家虎年“虎虎生威”，并表示两国人民十分珍视彼此友谊，她祝愿正在举行的北京冬奥会取得巨大成功。

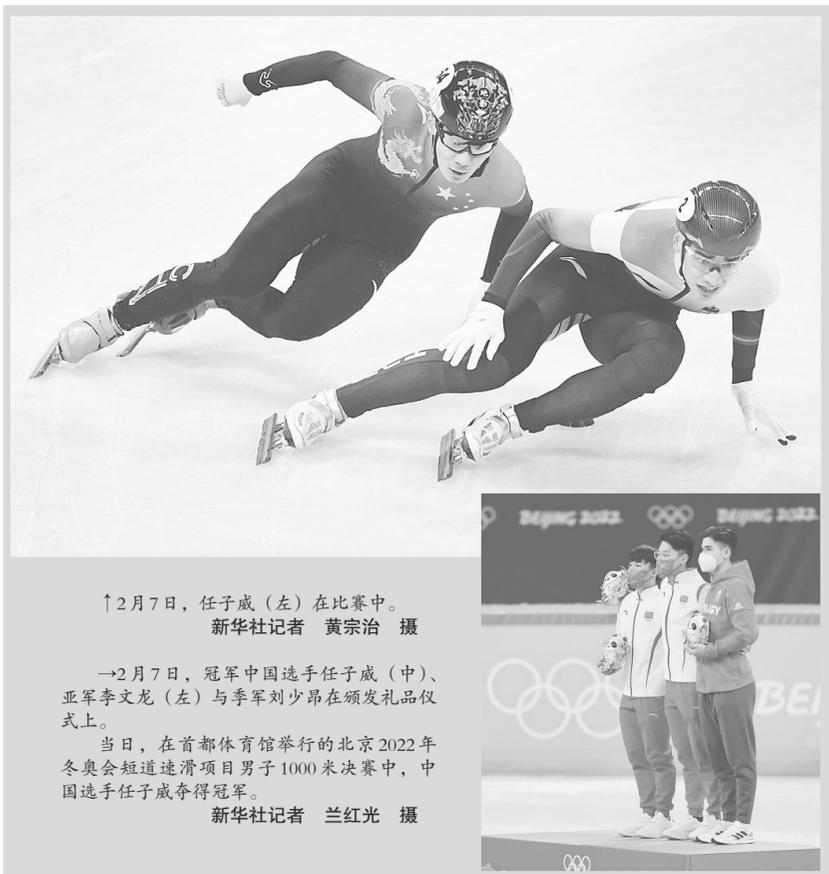
随后，舞狮表演的加入将活动推向高潮。长龙金狮翻腾跳跃，观众们跟着欢快的节奏鼓掌起舞，孩子们跟着跑动跳跃，人们举起相机纷纷拍照留影。

来自马耳他龙龟武馆的学员不仅带来了高难度的舞狮表演，还展示了中国武术。三十多名学员中，最小的年仅5岁，他们的表演一招一式，有模有样。11岁女孩卢卡说，她练习武术只有两个月。虽然武术很难，但她很喜欢，一定会坚持练下去。

活动主办方马耳他华联会副会长陈巨恒告诉记者，受疫情影响，去年的舞龙舞狮贺新春活动在线上进行。今年恢复线下活动，吸引了如此多观众，有些出乎意料。活动虽然在规模上有所限制，但传递给大家的浓厚年味没有减少。

“静园”于1997年7月在桑塔露琪亚市落成，成为当地民众休闲娱乐的好去处，也是中马两国人民相互交流、加深了解的一个重要平台。

（新华社瓦莱塔2月6日电）



↑2月7日，任子威（左）在比赛中。
新华社记者 黄宗治 摄

→2月7日，冠军中国选手任子威（中）、亚军李文龙（左）与季军刘少昂在颁发礼品仪式上。

当日，在首都体育馆举行的北京2022年冬奥会短道速滑项目男子1000米决赛中，中国选手任子威夺得冠军。

新华社记者 兰红光 摄



乡村“归雁”变身振兴“领头雁”

新华社记者 范帆

在学生时代，姚慧峰的梦想是从农村老家远走高飞。

上大学之前，这个来自江西省宜春市新庄镇的“农村娃”，从未出过宜春县，他所见识过的世界，不过是老屋和学校之间的方圆几里。高考结束后填报志愿，一心向往远方的姚慧峰，选择前往千里之外的云南昆明继续学业。

第一次去大学报到，32个小时的火车车程，姚慧峰兴奋得整宿没有合眼，窗外的风景和火车在铁轨上行驶的轰鸣声，都让他感觉到格外好奇。怀着对城市生活的憧憬，毕业后他先后来到北京和广州工作，几年打拼下来，他成为一家医药企业的部门主管。拿着20万元的年薪，并逐渐在城里站稳脚跟，在父母看来，这是一件值得骄傲的事情。

但是，业务上的应酬往来让姚慧峰身心俱疲。夜深人静时，看着窗外的万家灯火，独自漂泊异乡的姚慧峰开始怀念农村里的生活。

一次偶然的机会，姚慧峰参加了一个有机农业项目的调研，在全国10多个有机农场考察后，从小就跟着父母干农活的他，开始对有机农业模式产生浓厚兴趣。“随着生活水平提高，人们越来越注重食品安全，有机农产品前景广阔。”在姚慧峰看来，有机农业并不是把农产品卖个好价钱那么简单，更重要的在于生产方式改变后对环境保护和食品安全的意义。

今年3月份，姚慧峰新建的民宿即将正式营业，推窗远眺，青山如黛，阡陌纵横，一幅乡村振兴的画卷正在徐徐打开。

（新华社南昌2月7日电）

“冰墩墩”何以征服世界？

——专访“冰墩墩”设计团队负责人曹雪

新华社记者 王浩明

冬奥会开幕三天，吉祥物“冰墩墩”彻底火了。商场排队五个小时只为一“墩”，外国记者甚至改名“墩墩”倾情“带货”，让“冰墩墩”设计团队负责人曹雪直呼“始料未及”，而“冰墩墩”的爆红也带来启示与思考——如何用设计语言讲好中国故事？设计如何助力“中国制造”走向“中国创造”？新华社记者7日专访了“冰墩墩”设计团队负责人、广州美术学院教授曹雪。

“冰墩墩”何以征服世界？

这几天，在冬奥闭环里，冬奥特许商店门前总是排起长龙，全球各地人士竞相购买冬奥吉祥物等特许商品。而在冬奥闭环外，冬奥特许商店排队的中国顾客也是一眼望不到头。在北京王府井的冬奥会特许商店，为了买到“冰墩墩”，不少顾客在寒风中排队数小时。

与此同时，不少运动员、记者和冬奥会官员的心都被“冰墩墩”俘获，纷纷自愿“带货”。日本记者甚至改名“墩墩”为“冰墩墩”代言。

“冰墩墩”设计团队负责人、广州美术学院教授曹雪说，自己的儿子去广州的特许商店购买也失望而归。虽然从一开始就对自己团队的作品很有信心，但他对“冰

墩墩”如此爆红感到“始料未及”。

曹雪说，“冰墩墩”受到大家的欢迎，不是带着一帮人漫无目的的头脑风暴，而是要有理论和策略性的思考。“冰墩墩”穿上冰壳，脸上有冰丝带，大家都觉得很好看，其实形式美感背后有基本规律，其中重要的规律就是“对比统一”。

“硬与软，透明与不透明，黑与白，冰丝带五环颜色的色彩对比，都实现了视觉审美层面的对比统一，但同时又做到了一举两得，做成衍生品也会带来不一样的触觉体验。”曹雪说。

“冰墩墩”和历届奥运会吉祥物不一样，不是单一材质，单一触觉体验，坚硬的冰壳包裹着一只毛茸茸的熊猫，用曹雪的话来说——“冰壳之下有一分‘暖’和‘软’，人们在寒风中等待就是为了最后手中能捧上一份温暖”。

曹雪希望，“冰墩墩”能够超越冬奥会的时空限制，将艺术生命延伸更远。“今天一大早看朋友圈，好多人开工了发照片，把‘冰墩墩’放在办公桌上，我觉得它已经超越了一个奥运会吉祥物本身（的含义），这也是我们最初的想法，希望它的艺术生命能够延伸。”他说。

好卖才是硬道理

曹雪认为，“冰墩墩”的走俏，无疑是一个产品在商业上的成功，但这种成功对其文化性和艺术性的表达也非常重要。曹雪认为，吉祥物设计的起点是文化性和艺术性，只有商业上取得成功，才能将这两者表达和体现出来。

“熊猫是文化元素本身，怎么样把它变成让人喜爱的熊猫就是好故事的开始，终极的表现就是商业性。好卖是硬道理，如果这个吉祥物不可爱，我们就会陷入自说自话和自娱自乐。”曹雪说。

其实，“冰墩墩”的热销，也可以看做“国潮”崛起的又一个生动样本。曹雪认为，“国潮”不是中国元素的简单拼贴，而是要把中国的历史文化融入设计的DNA，才能生长出真正的“国潮”。

“从国画、京剧这些国粹开始，我们看世界和进行表达是不一样的，不能表面化地把中国文化理解成中国元素，曾经有人说是不是要给‘冰墩墩’加上长城、华表这样的元素。如果这样的话，我们的设计语言和讲故事的方式就太单一了。视觉传达是‘传而有达’，你表达了，别人没有接受不叫传达。很多所谓‘国潮’只是把中国传统元素随便贴在产品上，其实做‘国潮’要真正地读懂中

国，‘向过去要未来’。”曹雪说。

设计能够“四两拨千斤”

曹雪认为，设计是最为直观的讲故事方式，“冰墩墩”借助奥林匹克的平台讲出了中国故事，其实不管是建筑设计、室内设计还是工业设计，都可以讲好中国故事。通过设计这门通用语言，会让世界更加读懂中国。

近年来，“中国制造”在海外越来越受欢迎，而设计与科技创新一样，是助力“中国制造”走向“中国创造”的关键因素，“冰墩墩”的爆红，也让人看到了“设计力”带来的能量。

曹雪认为，设计是一种人文关怀。因此任何一项设计并非简单的形式美，而是“介质”，在互联网时代，任何产品都可能成为与人发生某种关联的介质，“比如我们手上拿了一个遥控器，在使用的时候就在跟它沟通和交流，产品本身不是固定的，是动态的、有生命的”。

曹雪曾提出一个引发设计界广泛关注的命题“产业动画化”——把动漫看做一种表达方式，实现“跨界”的工业设计。“比如如果我做一个文具品牌，订书机一张一台，像一个动物的嘴，把它做成一个角色，卷纸一抽一拉也可以做成一个角色，圆规有长长的腿也是一个角色，一系列文具产品本身做成角色，讲学习和成长的故事，传播上一下就区别于所有其他品牌，跟商业、产业结合起来，又是一种创造。”他说。

“设计能够‘四两拨千斤’，因为设计的终极内核是哲学，不管东西方，哲学是相通的，它能够穿透一切。”曹雪说。（新华社广州2月7日电）

面包车非法营运司机撒谎被戳穿

本报讯（记者张洪宁）近日，一辆非法营运面包车被故城县交警大队查获后，司机竟撒谎说乘客是他亲戚，不过很快被民警戳穿。

当日，交警大队根据公安交警部门布控信息，通过指挥中心大数据分析，发现公安交警部门布控查缉的冀T***29号宝骏面包车在故城县辖区出没，立即安排警力布控，于14时49分许在邢德线营东路段将其拦截。经查，车辆驾驶人及车主胡某为故城县人，从石家庄方向驶来，车上还拉载着7个人。“车上拉的都是什么人？”当民警询问时，胡某称都是自己家亲戚，但当民警让其

说出乘车人员名字时，胡某神色慌张，说话吞吞吐吐，最终不得不承认，自己通过电话、约车软件联系了7位乘客，并谈好路费，从石家庄翟营南大街载其到故城县。

民警对驾驶人非法营运进行了安全教育，将车上人员分流转运，暂扣车辆，并移交故城县交通运输局进一步处理。

交警在线



稿件征集邮箱：
hsrbjzxc@163.com