

## 冬奥热词

## 冰墩墩引领中国风



## 冰墩墩

北京冬奥会最火的毫无疑问就是吉祥物“冰墩墩”。

“冰墩墩”将熊猫形象与富有超能量的冰晶外壳相结合，头部外壳造型取自冰雪运动头盔，装饰彩色光环，整体形象酷似航天员。随着冬奥会的进行，“冰墩墩”很快便风靡全球。日本记者辻冈义堂因喜爱“冰墩墩”在中国社交媒体上走红。

过去两个多星期，这一可爱的吉祥物引得大家争相购买，官方指定商店门口每天都排起长队，相关商品很快便销售一空，大家都在感叹“一墩难求”。随着春节后各地工厂的开工，相信一定会满足大家对于“冰墩墩”的需求，只是目前这个阶段，还是要再耐心等待一下。

## 中国风

本次北京冬奥会，大量“中国风”元素的表达，充分展现了中华文化的美好，更让来自全球各地的朋友，领略了中国的大好河山和灿烂文明。

开幕式的二十四节气倒计时，就如同一幅幅画卷，将大家带入了如梦如幻的世界，而二十四节气还被设计成系列徽章，作为多个场馆的入门标识。

首钢滑雪大跳台加入了敦煌壁画“飞天”的元素，国家跳台滑雪中心的外观好似“如意”，国家速滑馆在夜幕时分画出道道彩虹，国家雪车雪橇中心的赛道借鉴古典园林水榭长廊的设计理念，国家高山滑雪中心让人领略“飞流直下三千尺，疑是银河落九天”的壮美……

因为冬奥会的举办正值春节，媒体中心、场馆以及运动员入住的冬奥村，张灯结彩的中国“年味”随处可见。正如北京冬奥组委新闻发言人赵卫东所说，春节是一家人在一起的日子，春节在一起，我们也是一家人。

这届充满“中国风”的冬奥会，将是中国给世界带来的诚意满满、情意浓浓的新年礼物。



北京冬奥会落幕，这场冰雪盛会不仅展现出运动员精彩卓越的竞技水平，也折射出中国更加坚实的文化自信，传递出中华儿女与世界人民“一起向未来”的共同心声。以冰墩墩为首的众多中华文化在冬奥会中收获来自世界的掌声，也必然成为大众珍藏的美好记忆。

■新快报记者 王敌 高京

## 苏翊鸣&amp;谷爱凌

若是评选本届冬奥会令人印象深刻的中国代表团的选手，想必大多数人给出的答案都会是谷爱凌和苏翊鸣。

作为年轻一代运动员的代表，谷爱凌摘得2金1银，苏翊鸣则摘得1金1银。赛场上，他们肆意挥洒青春，敢于向高难度挑战；面对中外媒体，他们回答问题时中英文自由切换，礼貌而又得体。

他们所带来的惊喜，不仅仅源

于取得奖牌的成色和分量，更让人惊艳的，是他们在世界竞技巅峰之上，全身心所呈现出的强大信心和王者姿态。

有外媒将苏翊鸣和谷爱凌称为“中国的奥运新星”，称他们在本国举办的冬奥会上出色的表现而备受瞩目。

用知名作家莫言的话说，这两个孩子身上体现了一种新时代、新青年的新特质。

## 广东元素

本次冬奥会，共有17名来自广东的运动员参加角逐，这在广东体育的历史上还是第一次。

来自湛江的雪橇选手彭俊越，与搭档黄叶波参加了冬奥会双人雪橇项目的角逐，虽然最终只排在第17位，但这次参赛的经历已是弥足珍贵。

另外，16名来自深圳的女子冰球运动员代表中国队参加了冰球比赛的角逐，虽然未能晋级八强，但姑娘们的表现已被外界所认可。

除了运动员之外，在本次冬奥会的奖牌、“雪如意”国家跳台滑雪中心、媒体智慧餐厅、场馆座椅、雪车头盔、吉祥物等多个方面，都有广东企业参与的身影。正是他们的助力，铸就了这一届令全球瞩目的冰雪盛会。

## 冰雪热

自2015年北京成功申办冬奥会以来，冰雪运动已在国内全面升温，伴随着北京冬奥会的成功举办以及中国冰雪健儿的出色表现，越来越多的朋友选择到冰雪上去，感受这项运动的快乐。

在全国各地，滑冰滑雪正在成为很多人的爱好，甚至很多发烧友每天都要参与冰雪运动。去年第四季度，某旅游网站“滑雪”的搜索量增长了224%，在某社交媒体平台上，“滑雪”跻身“热词”行列，用户搜索量较上年翻了一倍多。

今年，“滑雪教程”成为该平台“2022年十大生活趋势”之一。

与此同时，年轻一代对于冰雪运动也是越发喜爱，各地都可以见到萌娃上冰雪的可爱景象。相信随着时间的推移，会有越来越多的人加入到这一行列当中。

## 俄罗斯三套娃

在女子花样滑冰赛场上，俄罗斯奥委会无疑是最强的团队。亚历山德拉·特鲁索娃、安娜·谢尔巴科娃和卡米拉·瓦利耶娃都具备女单夺冠的实力，中国观众也直接称她们三个为“俄罗斯三套娃”。

“三套娃”之间的比拼真的是“神仙打架”。特鲁索娃完成了五个“四周跳”，成为冬奥会史上首位在一套动作

中完成5个四周跳的花滑女运动员，这个动作已然让人望尘莫及，但是她的队友谢尔巴科娃则是以一套完美的“四周跳”摘得金牌。

最强的选手其实是绰号“K宝”的瓦利耶娃。可惜，由于药检风波，瓦利耶娃承受了太大的心理压力，这导致她在决赛中失误频频，甚至两次摔倒，最终只名列第四。

