



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

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,亚洲冰雪运动更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,我们看到,世界顶级的竞争依然在短道速滑、速度滑冰、单板U池等项目上拼得难解难分!

在哈尔滨,我们看到,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、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,金牌基本被来自东亚、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金,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乔·德拉门特说,“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中东国家举办。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占伦表示:“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。

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。

速度滑冰赛况也异常激烈。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裔天才小将。现年15岁的日本女孩清水笑良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。小小年纪的她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、中国在单板青训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金便是明证。

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个国家和地区选手报名,是报名最踊跃的项目之一,其中许多选手常年在欧洲训练比赛。

中国高山滑雪队主教练皮尔斯·艾德里安·伊利夫表示,目前在亚洲范围内,日、韩在高山滑雪领域已积累了一定底蕴,而且构建了不错的青训系统。国际雪联技术代表松本和也则指出,亚洲范围内缺乏冰状雪赛道是制约高山滑雪水平提升的原因之一。但他乐见亚洲正建成越来越多的大型雪场,希望有朝一日能通过滑雪人

口基数的扩大,进一步推动这项运动的发展。

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,紧随国际趋势,这一比赛历史上首次登上了亚冬会赛场。在新的小项方面,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岁生日的年轻亚裔,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)

《个人信息保护合规审计管理办法》

国家网信办公布

新华社北京2月14日电 记者14日从国家互联网信息办公室获悉,国家网信办近日公布《个人信息保护合规审计管理办法》,旨在为个人信息处理者开展个人信息保护合规审计提供系统性、针对性、可操作性的规范,提升个人信息处理活动合法合规水平,保护个人信息权益。

国家网信办有关负责人表示,当前,个人信息被企业、机构甚至个人广泛收集使用,个人信息保护和利用的矛盾日益突出。为压实个人信息处理者个人信息保护主体责任,加强个人信息处理活动风险控制和监督,个人信息保护法、网络安全法、数据安全法等法律法规对个人信息的处理提出了明确要求,国家网信办制定出台办法,对个人信息保护合规审计活动的开展、合规审计机构的选择、合规审计的频次、个人信息处理者和专业机构在合规审计中的义务等作出细化规定。

办法明确了个人信息处理者开展合规审计的两种情形。一是个人信息处理者自行开展合规审计,应当由个人信息处理者内部机构或者委托专业机构定期对其处理个人信息遵守法律、行政法规的情况进行合规审计。处理超过1000万人个人信息的个人信息处理者,应当每两年至少开展一次个人信息保护合规审计。二是履行个人信息保护职责的部门发现个人信息处理活动存在较大风险,可能侵害众多个人的权益或者发生个人信息安全事件的,可以要求个人信息处理者委托专业机构对个人信息处理活动进行合规审计。

办法将于2025年5月1日起施行。

守护“绿色的国宝”! 我国将对古树名木 全面实行挂牌保护

新华社北京2月14日电 古树名木是重要的物种资源、景观资源和生态资源,承载着传统文化,见证着历史变迁,被誉为“绿色的国宝”。为了更好地保护古树名木,我国将对古树名木全面实行挂牌保护,因地制宜设置保护设施。

这是记者14日从国家林草局召开的新闻发布会上了解到的。

国家林草局生态保护修复司(全国绿化委员会办公室)司长张利明介绍说,党的十八大以来,随着我国生态文明建设步伐的推进,古树名木保护管理制度体系不断完善,重点区域和具有重要价值的古树名木得到有效保护,破坏古树名木的行为受到有力惩处,全社会保护意识明显增强。但违法采伐、移植、损害古树名木的行为时有发生,少数地方保护责任落实不到位,城乡之间、地区之间保护管理要求不统一。今年1月,我国公布了古树名木保护条例,从制度层面面对古树名木的资源调查公布、日常养护管理、合理利用、文化传承等进行规范。

“古树名木保护条例的出台,填补了古树名木保护领域国家层面的法规空白,为古树名木保护提供了坚实的法治保障。”张利明表示,下一步将会同各地各有关部门持续加强条例的贯彻落实,并强化对古树名木的动态管理,包括启动开展第三次全国古树名木资源普查,动态掌握古树名木资源底数和管理状况;强化古树名木智慧管理系统应用,实现“一树一档”精细化管理;全面实行挂牌保护,因地制宜设置保护设施。

此外,他说,还将积极构建多元化投入机制,优化完善中央资金投入政策,探索建立古树名木保险制度。加强新技术、新设备研发,搭建专家咨询交流平台,提高古树名木科学保护水平。

我国基层医疗卫生机构中医馆 已有约4.2万个

新华社北京2月14日电 记者从国家中医药管理局14日举行的新闻发布会上获悉,目前全国基层医疗卫生机构中医馆共有约4.2万个,中医馆成为群众身边的健康“守门人”。

来自发布会的数据显示,2015年,全国有3000余个中医馆;如今,中医馆在社区卫生服务中心、乡镇卫生院基本实现全覆盖,全国99.6%的社区卫生服务中心和乡镇卫生院能够提供中医药服务,基层中医药服务覆盖面持续扩展。

同时,中医馆内涵提升实现“从有到优”。据介绍,我国持续开展中医专业农村订单定向免费医学学生培养、中医骨干人才培训,基层名老中医专家传承工作室建设等项目;培训推广6类10项以上的中医药适宜技术,能够提供中医药适宜技术的社区卫生服务中心、乡镇卫生院的比例已提升至98%。

陕西省早在2018年就实现了全省基层医疗卫生机构中医馆全覆盖。陕西省中医药管理局副局长孔群介绍,自2012年起,这个省连续13年设立中医馆建设专项资金,累计投入2.2亿元建设中医馆1786个。此外,陕西省还连续七年投入资金为中医馆培训骨干人才1400多人,开展基层卫生技术人员中医药知识与技能培训3.52万人次,基层中医药人才队伍不断壮大。

“中医药服务离群众越来越近,基层中医诊疗水平逐步提升。”国家中医药管理局医政司副司长邢超说,通过采取针对性更强、覆盖面更大、作用更直接、效果更明显的措施支持中医建设,我国基层中医药服务的可及性、公平性和可持续性不断得到强化。

第九届亚冬会闭幕式举行

2月14日,运动员、演员、志愿者在闭幕式上一起欢庆。

当日,第九届亚洲冬季运动会闭幕式在哈尔滨举行。

(新华社)

文旅市场踏上哪吒“风火轮”

《哪吒之魔童闹海》(《哪吒2》)成为我国影史首部百亿票房影片,从“跟着吒儿去旅游”出圈,到相关衍生品卖断货“一吒难求”,《哪吒2》的流量持续“溢出”,从“单一票房驱动”到“多元价值挖掘”,电影IP让文旅市场也踏上了“风火轮”,掀起阵阵热潮。

《哪吒2》爆火为地方文旅注入“泼天流量”

“哪吒”在银幕上爆火的同时,也带动了国内多地和哪吒有关的旅游景区。“跟着吒儿去旅游”成为热门出游方式。

高达5米的哪吒、憨态可掬的太乙真人、清秀俊逸的龙王太子敖丙……作为“哪吒”的诞生地,在成都高新区交子大道,《哪吒2》动画电影中的人物雕塑吸引了众多市民游客驻足打卡。

在上海电影博物馆的上海美术电影制片厂展区,连日来游客成倍增长。“《哪吒2》里有上海美术电影制片厂《哪吒闹海》的影子,我们看完电影后很激动,带着孩子来寻找更多哪吒的形象。”上海市民王女士说,展区内还有老电影《大闹天宫》中三头六臂的哪吒形象原画稿及场景渲染图等,非常适合游客进一步了解影片背后的故事。

近期,四川宜宾市翠屏山景区“哪吒行宫”景点游人如织。景点工作人员告诉记者,自电影《哪吒2》火爆出圈后,景区客流量显著增长,尤其是“哪吒行宫”的关注度持续上升。“通常

情况下,春节假期后景区客流量会有所下降,但今年从正月初四至今,客流量并未减少,反而持续攀升。”该工作人员说。

据了解,“哪吒行宫”单日游客最高峰值约8000人次,日均游客为4000人次。截至目前,“哪吒行宫”已累计接待游客较往年同期增长了近300%。与此同时,江西上饶太乙真人殿文创销售额破千万元,河南西峡陈塘关遗址公园春节游客量增长300%,天津河西区推出哪吒主题旅游线路……借助《哪吒2》的热度,新颖的文旅消费场景与模式层出不穷,“影视IP+旅游”联动,激发出文旅产业的蓬勃活力。

产业链延伸:从“单一票房驱动”到“多元价值挖掘”

记者了解到,目前,哪吒IP通过多元授权与跨界合作,形成“内容+消费”的产业链生态,推动文化价值向经济价值转化。

——衍生品市场迎来“抢购潮”:记者梳理发现,《哪吒2》联名手办即来“抢购潮”,相关盲盒系列上线即售罄,二手平台甚至价格翻倍。阿里鱼众筹平台“造点新货”上,敖光手办众筹金额超1500万元,覆盖潮玩、文具、小家电等多品类。

UME影城上海新天地店店长卢瑛说,春节假期最后两天,200元以内的《哪吒2》影院衍生品都已售罄,最后售出的几只哪吒系列爆米花桶,还是从外地紧急调货进沪的。

记者在成都高新区一家盲盒店看

到,前来购买《哪吒2》“天生羁绊系列”盲盒产品的市民及游客络绎不绝。“来问了好几天了,一直都没货,还在等补货。”焦急等待货品上架的市民李先生说。

——科技赋能让影视IP融入生活:江西某景区开发“元宇宙陈塘关”,游客可以通过数字分身沉浸式参与神话剧情;四川景区推出哪吒主题短剧,结合社交媒体传播实现品牌破圈……《哪吒2》带动传统IP从静态作品转化为动态创新性表达,实现经济价值提升。

四川传媒学院数字媒体与创意设计学院教授黄丹红认为,《哪吒2》电影本身就运用了很多先进的技术,随着人工智能等技术的广泛应用,打造精品文化IP,以数字化手段来促进文旅体验,也将成为未来文旅产业发展的核心驱动力。

——“影视+文旅+消费”跨界联动:《少年英雄小哪吒》动画片将蜀南竹海、兴文石海等实景融入剧情,带动当地提升旅游认知度;“哪吒IP小家电”则探索传统文化与现代消费品的结合……类似《哪吒2》这样的爆款IP,正在通过跨界联动,取得产业链的延展。

四川大学文化产业研究中心主任蔡尚伟认为,文化IP深入融入更多行业领域,将为消费者带来更加多样化和个性化的产品与服务体验。这种跨界融合不仅能满足消费者多样化需求,还将成为企业挖掘潜在市场、提升竞争力的重要动力。

从“流量狂欢”转向IP深耕

《哪吒2》的成功反映当前我国文旅消费增长新趋势,显示了中国文化消费的新动力。业内人士认为,影视IP长远发展需超越短期“流量狂欢”,以文化自信为根基,以技术创新为引擎,以产业生态为支撑,耕耘IP的长期价值。

负责《哪吒2》全片3D转制的上海幻马文化传媒有限公司动画艺术总监韩晓非认为,虽然《哪吒2》火爆,但大家也不要“一窝蜂”扎堆神话IP,应该鼓励放开想象力,引导行业形成多元丰富的生态。

近年来,我国在传统文化IP开发上取得显著突破,成功打造《哪吒2》等一批现象级文化爆款。但是,一些影视IP的运营仍以短期流量变现为主,往往难以支撑IP的长期发展。

“真正具有市场影响力的IP,需要超越单一产品周期,通过内容创新和产业闭环,打造可持续的产业链,从而在全球市场建立更具竞争力的文化品牌。”蔡尚伟说,“后续希望各地围绕哪吒的角色、世界观和文化属性,开发更多元的内容载体,如游戏、动画剧集、文学作品、互动体验等,形成一个可持续发展的IP矩阵。”

多位专家呼吁,避免“神话人物户籍化”,地方文旅宣传也要掌握火候,避免用力过猛。文旅融合的尽头,不在于争抢“哪吒是哪里人”,而是积极扩展到更多元的领域,有效推动IP资源向文化资产的转化。

(新华社北京2月14日电)