

# 冬奥会“邂逅”春节 文体旅合奏“冰与火之歌”

新华社 陈爱平 朱翃

北京冬奥会“邂逅”春节假期，冰雪运动、冰雪旅游消费升温。多家旅游平台6日发布假日盘点称，冰雪消费成为这个春节旅游市场最大的亮点之一，文体旅合奏“冰与火之歌”。

中国旅游研究院近日发布的《中国冰雪旅游发展报告（2022）》称，北京冬奥会极大激发了老百姓参与冰雪旅游的热情，有68.4%的游客十分确定会因北京冬奥会的举办增加冰雪旅游次数。报告预计2021至2022冰雪季我国冰雪休闲旅游收入有望超过3200亿元。

2月4日冬奥会开幕当天，携程平台上以“冬奥”为关键词的搜索热度增长200%。马蜂窝平台上，春节假期北京的“冰雪”“滑雪”等冬奥相关搜索热度较1月初平均涨幅均高于215%；上海、广州等南方城市也因其日益丰富的冰雪运动、冰雪文旅消费资源和不断壮大的客群跻身冰雪消费热门城市。

冬奥会对假期冰雪运动、冰雪旅游消费起到了明显的提振作用。同程旅行大数据显示，2022年春节期间，全国冰雪类景区订单量较去年春节假期同比上涨了68%；滑冰场、滑雪场、冰雪主题乐园等能让人们体验冰雪运动的目的地，相较冰雪观光类景区更受游客关注。携程平台上，春节假期前三天，滑雪酒店的订单量较去年春节增长52%，酒店人均花费较去年春节上涨13%。

我国冰雪旅游市场已呈现“小区域、低消费、高频次、旅游本地生活化、服务自助化、冰雪观光和滑雪休闲度假并重”的特征。携程平台上，冰雪消费者的专业度正在持续提升，

冰雪旅游和体育产品复购率逐年提升印证了这一趋势；该平台上2021全年在雪场玩耍2天及以上的用户规模较2019年增长180%。

美团有关负责人分析，人们对冰雪旅游服务体验和专业度的要求明显提升。例如滑雪类游客非常关心滑雪场地状况，包括不同级别雪道的设施、服务能力、交通便利度、环境舒适度等信息。

据奇创旅游集团文旅产业研究院专家观察，从消费者分布的地域来看，一方面，北方省市居民仍是冰雪旅游主要客群；另一方面，南方一、二线城市居民已显示出强劲的消费“后劲”，人们就近参与冰雪运动、冰雪旅游趋势日益明显。

蓬勃发展的冰雪消费市场，与各地扩大供给互为促进。中国旅游研究院院长戴斌分析，我国正在形成东北地区、京津冀、新疆“三足鼎立”，青藏高原冰雪观光旅游带和中西部冰雪休闲旅游带“两带崛起”，全国各省份均有冰雪旅游亮点、增长点和依托产品“全面开花”的空间新格局。冰雪旅游投资从单纯的规模扩张向提质扩容的内涵式发展转变。

冬奥会开幕前夕，文化和旅游部、国家发展改革委、国家体育总局联合印发《京张体育文化旅游带建设规划》。戴斌分析，发展冰雪休闲和冰雪旅游，是实现奥运遗产创造性转化、创新性发展的有效路径，这也有助于服务人民对美好生活和冰雪休闲的向往，巩固“带动三亿人参与冰雪运动”成果，夯实京张体育文化旅游带的国内市场基础。

业界认为，以举办北京冬奥会为契机，在多方参与者共同努力下，国内冰雪旅游经济将乘势而上，迎来良好发展前景。

## 英国女王表态： 查尔斯即位后卡米拉可为王后

新华社 欧飒

英国女王伊丽莎白二世6日迎来登基70周年之日。她当天发表声明说，查尔斯王储将来即位后，他的妻子卡米拉将拥有王后头衔。

据法新社报道，95岁的女王在位于英国东部的桑德灵厄姆庄园中安静度过这个具有里程碑意义的日子。70年前，她的父亲乔治六世国王在这里去世。当时还是公主的伊丽莎白正与丈夫在肯尼亚旅行，随即成为女王，称伊丽莎白二世。

女王在声明中说，衷心希望查尔斯王储登基后，他的妻子卡米拉被称为王后，希望人们将像支持自己一样支持查尔斯和卡米拉。

查尔斯当天回应说，“我们深切意识到母亲这个愿望所代表的荣耀”，卡米拉“一直是我的坚定支持者”。

查尔斯与卡米拉2005年结婚。当时，不少英国人仍热爱并怀念查尔斯的第一任妻子、已故戴安娜王妃，难以接受卡米拉有朝一日成为王后。

据法新社报道，先前有消息说，查尔斯继承王位后，卡米拉的称号将是“王妃”。这在英国历史上没有先例，也不合乎法律。

伊丽莎白二世2015年9月就打破维多利亚女王在位63年7个月的纪录，成为英国在位时间最长的君主。今年6月2日至5日，英国将举行庆典和一系列活动，庆祝伊丽莎白二世登基70周年。

## 扔掉太可惜！ “安倍口罩”有了新用处

新华社 胡若愚

日本政府在新冠疫情暴发之初大量采购防护效果不佳的布制口罩，被舆论揶揄为“安倍口罩”，如今剩余大约8000万只，亟待“清库存”。

据共同社7日报道，仙台市教育委员会申请领取大约50万只“安倍口罩”，打算在疫情平息后，给学校发放餐食的学生使用。

仙台市教委说，过去流感高发季节，学校一直给分发餐食的学生配口罩，因而有意确保一定存量。按照全市180余所公立小学、初中总计8万名学生每年使用6只估算，市政府今年1月向中央政府提出申请。

“对于新冠病毒，无纺布口罩更有效。”仙台市教委一名官员说，不过，对成年人来说有些小的“安倍口罩”让儿童使用并无不妥，“扔掉太可惜了”。

“安倍口罩”可洗、可再次使用。当时，安倍晋三政府采购大约2.87亿只，以弥补个人防护用品不足。然而，次品不少。厚生劳动省曾经在检查中发现，大约1100万只“安倍口罩”为次品，占检查对象总量约15%。

除了防疫效果受到质疑，“安倍口罩”保管费用也很高，因而饱受诟病。据共同社报道，截至去年10月，尚余库存8100万只。2020年8月到2021年3月，“安倍口罩”库存保管费用大约6亿日元（约合530万美元）。

据厚生劳动省介绍，到今年1月28日申请截止日，收到大约37万份领取申请，库存口罩的具体分配办法还在讨论。

## 冰球“雪童”服务冬奥

新华社 李紫恒

在国家体育馆冰球赛场上，冬奥会冰球比赛激战正酣，除激烈拼抢的各国运动员外，每一场比赛都能见到一群身着红衣的少年在赛场上穿插忙碌，为比赛的顺利进行提供保障，他们就是国家体育馆清雪保障“雪童”团队。

据了解，冰球比赛中球员高速滑行和频繁转向会大面积磨损冰面并刮起大量冰屑，从而影响冰球滑行速度和轨迹，因此需要及时清理和修复。这就要求“雪童”在极短的70秒时间内要将约1800平方米的冰面清理干净，同时还得确保准时离场。虽然他们实际清理的是冰碴，但外观更像是雪，故该团队的成员被称为“雪童”。

“雪童”的选拔标准很高，除了能快速滑行，还需有较强的滑行技巧，确保在使用雪铲等工具时保持一定队形，这样才能高效作业。记者在现场看到，清理冰面时团队持雪铲呈V字形从场地一端快速滑行至另一端，将中心区域冰屑推至场地两侧，再分组折返清除残余，其他“雪童”则各司其职，将碎冰铲入塑料桶中，随后整个团队立即离开，清扫过程干脆利落。



2月5日，“雪童”在比赛间隙清扫冰面。团队先呈“V”字形持雪铲从场地一端快速滑行至另一端，将场地中心的冰屑推至场地两端。

国家体育馆的“雪童”团队共有24名成员，几乎全部都是“00后”，他们是来自齐齐哈尔市男子冰球青年队和北京体育大学中国冰上运动学院的学生，赛前均通过北京冬奥组委的严格选拔，并经受了“相约北京”测试赛的检验。“尽管我们无法真正上场比赛，但能服务冬奥会并零距离奔跑在奥运会冰场上，这种经历同样珍贵又美妙”。

## 意外不意外 两条尾巴还背只小鸟竟是“虎崇拜”

新华社 袁慧晶

在江西省博物馆的展厅里，珍藏着存世最大的先秦青铜虎——商代伏鸟双尾青铜虎。这件1989年出土于新干县大洋洲商墓的文物，造型奇特，是商代青铜艺术的辉煌之作，揭示了3000多年前的虎图腾崇拜。

这件文物通长53.5厘米、通高25.5厘米、重6.2千克，形态奇异，双尾曲卷，背伏小鸟。虎身遍饰花纹，脸、腹部饰卷云纹，背部则饰云雷纹，鼻面、正脊、尾部与四腿下部饰变形鳞纹，四腿上部则为醒目的雷纹。虎形体大，造型奇特，外表透露威武、勇猛的神情，内中则藏匿诡谲、仙逸的神气，把虎的神性和人对虎的崇尚充分表现出来。

虎崇拜在中国源远流长。江西省博物馆党委书记徐长

青介绍说，河南濮阳6000多年前仰韶文化的墓葬里，一位巫师左右两侧用蚌壳堆塑虎和龙，此意寓巫师驾驭龙虎通行天地之间。江浙地区4000多年前良渚文化的玉器上雕刻精细的神骑虎行的图案，表现巫师骑虎上天通神的场面。

“在华夏虎文化的源流中，商代新干大洋洲青铜文化的虎崇拜，既有继承又有发展，形成了自己的独特个性。”徐长青说，商代青铜器的虎纹多在南方出现，其中新干大洋洲青铜器上的虎纹最为集中。9件青铜鼎的27只扁足采用虎形，10件鼎耳上立有20只虎，2件戈以虎首装饰，青铜铲柄上有2只虎纹，1件青铜杖首以虎首为造型。而伏鸟双尾青铜虎是其中最令人惊叹的一件器物，有“虎王”之誉。这说明，在商代江西青铜文化中，形成了独特的虎崇拜，虎成为了最具地域文化的标识。