

去拥抱世界，世界也会拥抱你

了一些差距。这更加激励我继续努力！”

王曦雨并非自我安慰，不是每个球员都有机会和世界前五交手。每个优秀球员的成长，都需要强大对手的成全，它和球员的自我塑造一样重要。

王曦雨珍惜这样的机会，即使输了也不沮丧，她已经报名参加本周举行的国际网球联合会奥兰多站的比赛。奔波于世界各地，努力提高自己的积分，这就是职业网球选手的日常。

事实上，在墨尔本，王曦雨已经有了一个不小的突破。在首轮正赛中，她逆转战胜资格赛选手库兹莫娃，取得职业生涯大满贯首胜。这看起来似乎也没什么，但想想师姐张帅，一直打到27岁，在经历了14次大满贯赛事后，才取得单打首胜，小姑娘想来也应该满意自己的表现了。

没办法，职业网球就是这么残酷，没有人会因为让你坐拥两座青少年大满贯冠军奖杯（王曦雨是2018年美网青少年女单冠军和2018年温网青少年女双冠军），而额外地赏

赐你一场胜利。

如果没有这一场席卷全球的新冠疫情，王曦雨的澳网首胜或许会来得更早一些。

2021年澳网，王曦雨就拿到了一张宝贵的外卡。为此，她于2020年12月就抵达迪拜集训。整个过程中，她和团队一直都遵守防疫规定，佩戴口罩，几次核酸结果也都是阴性。但就在准备前往墨尔本之前，王曦雨被告知最后一次核酸检测结果为阳性。

接下来便是10天的隔离，王曦雨就此与2021年的澳网擦肩而过。

隔离期间拍摄的视频显示，王曦雨每天都利用弹力带等各种手边的简易器材，在房间挥汗如雨。

结束“闭关”，王曦雨马不停蹄地辗转于美国、欧洲，参加一系列级别的比赛。她是怎么急切地想夺回失去的时间，但事与愿违，她不停地经受失利。

2021年三四月间，她的连败场次从1增加到了7，直到4月份的比利·简·金杯（前身为联合会杯），她第一次在成人赛事中代表中

国迎战荷兰队，才迎来了两场胜利。

尽管中国队最终没有晋级，但久违的连胜和球衣上的“中国”二字，鼓舞和激励着王曦雨。最让她开心的是，她迎来了新教练——前世界排名第8的塞尔维亚名将、“眼镜侠”扬科·蒂普萨勒维奇。随后的法网，王曦雨表现不错，资格赛连赢3场，晋级正赛。这也是王曦雨继2019年美网后，第二次出战大满贯赛事的正赛。

经历新冠，迎来新帅，第二次参加大满贯正赛，还有口罩、核酸、旅行限制、空荡荡的看台……王曦雨的2021年似乎动荡不安，但小姑娘总是能积极地看待问题，“虽然说那种经历不要也罢，可是赶上了，它就是一种体验、一种财富，因为你多了人家没有的东西。”

两年前的秋天，王曦雨在纽约比利·简·金国家网球中心外伸出双臂，和那个巨大的、被喷泉环抱的地球模型合影。那是她给予网球世界的一个深情拥抱，而她也笃信，“去拥抱世界，世界也会拥抱你。”

旷日持久的疫情之下，依然满怀热望去拥抱世界，有胜利的喜悦，有失败的沮丧，时而疾步如飞，时而步履艰难，但绝不轻言放弃——这就是王曦雨的故事，也是我们身边许多人的故事。

G 声音

刘颖余

1月19日，中国小将王曦雨以大比分0比2不敌4号种子克雷吉茨科娃，结束了自己澳网单打之旅。

这显然不是一个好的结果。局分也显示，两人的差距有些大（两盘比分分别是2比6、3比6），但20岁的王曦雨平静地接受了这一切，“对我来说，这是一个很好的经验吧。能和世界排名前五的球员交手，其实我还是挺开心的，当然也从比赛中看到

G 冬奥百科



1月24日，游客在埃及首都开罗举办的北京冬奥会灯光秀上和北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”合影。

新华社记者隋先凯 摄

冬奥会的会徽和吉祥物

会徽

2017年12月15日，北京冬奥会的会徽揭晓。会徽名为“冬梦”，以汉字“冬”为灵感来源，运用中国书法的艺术形态，将厚重的东方文化底蕴与国际化的现代风格融为一体。

会徽图形上半部分展现滑冰运动员的造型，下半部分展示滑雪运动员的英姿，中间舞动的线条流畅且充满韵律，代表举办地起伏的山峦、赛场、冰雪滑道和节日飘舞的丝带。

会徽以蓝色为主色调，寓意梦想与未来，以及冰雪的明净纯洁。红黄两色源自中国国旗，代表运动的激情、青春与活力。

会徽的字体“BEIJING 2022”汲取了中国书法与剪纸艺术的特点，增强了字体的文化内涵和表现力。

第一届冬奥会即已出现会徽，奥运五环和雪花是历届会徽中最常出现的元素。

早期冬奥会会徽注重写实，1924年法国夏蒙尼冬奥会会徽上有五人雪橇，1932年美国普莱西德湖冬奥会会徽上有跳台滑雪运动员的剪影，1928年瑞士圣莫里茨冬奥会、1936年德国加尔施-帕腾基兴冬奥会和1956年意大利科蒂纳丹佩佐冬奥会都将阿尔卑斯山的元素加入会徽。

自1952年挪威奥斯陆冬奥会起，会徽开始出现举办城市的元素。奥斯陆冬奥会会徽上出现了奥斯陆新市政大厅的外部轮廓，2006年都灵冬奥会加入了该市标志性建筑安托内利尖塔的形象。

1960年以来，冬奥会会徽的风格越来越抽象，最近三届冬奥会会徽均由图形、举办城市的名字和年份、奥运五环三部分构成。

吉祥物

2019年9月17日，北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”和冬残奥会吉祥物“雪容融”正式发布。

“冰墩墩”以熊猫为原型，头部外壳造型取自冰雪运动的头盔，彩色光环装饰灵感源于国家速滑馆“冰丝带”，流动的线条象征着冰雪运动的赛道和5G高科技。“冰墩墩”左手掌心的心形图案，代表着主办国对全世界朋友的热情欢迎。

冬奥会历史上的第一个吉祥物出现于1968年冬奥会，但并没有经过官方认证。1972年日本札幌冬奥会没有推出吉祥物。1976年奥地利因斯布鲁克冬奥会的吉祥物是一个雪人，这是冬奥会第一个被官方认证的吉祥物。

动物形象是冬奥会吉祥物中最常出现的元素。例如，2018年平昌冬奥会的吉祥物是一只白老虎，2014年索契冬奥会的吉祥物是雪豹、北极熊和兔子，2010年温哥华冬奥会的吉祥物中有一只北极熊……

冬奥会第一个非动物原型吉祥物，是1992年阿尔贝维尔冬奥会的吉祥物“麦琪”，它有着星星的形状。1994年利勒哈默尔冬奥会的吉祥物哈康和克里斯廷，是冬奥会第一对人型吉祥物。

（毕振山 辑）

冬奥村打造“运动员之家”，智能防控疫情

一秒钟内完成8个查验环节

本报记者 刘兵

从1月23日开始，北京2022年冬奥会各场馆、设施、各保障机构正式进入冬奥赛时运行模式，场馆实施“大闭环”管理。与此同时，北京、延庆、张家口三大赛区的冬奥村也迎来预开村时刻。

据悉，首日进入冬奥村的有中国、美国、英国、澳大利亚、加拿大、芬兰等20多个代表团的先遣人员。1月27日，冬奥村将正式开村。

据记者了解，北京冬奥村位于北京奥体中心南侧，设计理念来自北京四合院的院落形式，分为居住区、运行区两部分。延庆冬奥村依山而建，分为居住区、广场区和运行区三个区域。张家口冬奥村位于张家口市崇礼区太子城冰雪小镇内，也分为居住区、广场区和运行区三个区域。

从选址设计到建设完工，北京冬奥会冬奥村工程历时5年之久，凝结了建设者们的辛勤汗水。北京冬奥组委市场开发部副部长顾灏宁表示，冬奥村是运动员抵达注册的第一站，打造温暖舒适的冬奥村，是冬奥会服务水平的重要标志。

秉承“以运动员为中心”的宗旨，努力营建“家”的感觉，展现中国作为东道主对八方来客温暖的关怀，是冬奥村筹备建设过程中一直着力打造的最重要目标。

例如围绕冬奥村内的居住环境，三大赛区做足了准备。据了解，北京冬奥村居住区公寓分为4个户型。在卧室，运动员可以调控床头和床尾的倾斜度，满足休息、就寝、阅读等不同需求。对于有加长床需求的运动员，床位则安置了床尾凳，使得整个床的长度能达到2.2米至2.4米。

精心准备餐食，也是冬奥村后勤工作的重点。三大赛区的冬奥村将使用相同的菜单

配方，每天从中选取约200道菜品供来自全世界的运动员食用，并以8天为一个周期轮换菜单。

“绿色办奥”是北京冬奥四个办奥理念之一。因此，冬奥村的设备设施充分体现绿色环保理念。如延庆冬奥村建筑主体使用超低能耗工程技术，在保持室内舒适的同时节能环保；张家口冬奥村房间内供暖采用电供热，地板下铺满碳纤维发热电缆，可将电能直接转化为热能，减少热量损耗。

冬奥村预开村后，做好疫情防控成为冬奥村管理和服务的重中之重。在这一方面，冬奥村充分利用高科技手段，努力做到精准防控。

当涉奥人员抵达冬奥村后，率先迎接他们的便是智能安全服务机器人——“智能防疫员”。与其他场所出示“健康码”不同，面对这一设备，进入人员不用摘口罩，一秒钟内便可实现身份识别、智能测温等8个查验环节。在提高信息核验效率、加强精准防控疫情的同时，也提升了人员通行速度。

在冬奥村的广场以及健身房等公共区域，面对人员流动更为复杂的情况，冬奥村在其中装备了健康环境监测与改善调节系统。其中的环境防疫风险预警算法，通过环境、机电、安防等多个系统联动，能够实现病毒传播风险预警、消杀设备提前开启。

此外，由于冬奥会期间恰逢春节，冬奥村运行团队还巧花心思，将喜庆年俗融入冬奥村。

北京冬奥会揭幕后，冬奥村将为参赛运动员和随队官员提供每天24小时保障服务。北京冬奥村运行团队主任沈千帆表示，他们正在进一步细化完善吃、住、行、医、康、乐等方面服务，高质量完成赛时各项保障任务，努力打造安全、温馨、舒适的“运动员之家”。

祝福北京冬奥会 一起向未来

1月14日，在瑞士拉克斯，瑞士单板滑雪运动员约纳斯·伯西格勒手举“一起向未来”的主题口号，祝福北京冬奥会。约纳斯·伯西格勒将参加北京冬奥会自由式滑雪坡面障碍技巧和大跳台两个项目的比赛。

新华社记者肖亚卓 摄

1月18日，在西班牙马德里，青年阿利娜手举“一起向未来”的主题口号，祝福北京冬奥会。

新华社记者孟鼎博 摄



本报记者 李元浩

日前，国际雪联公布了北京冬奥会高山滑雪项目参赛席位的最终分配情况。中国队获得2男2女共4个席位，创造了中国队该项目冬奥参赛名额数量最多的纪录。

融力量、技巧和速度于一身的高山滑雪，被誉为冬奥会“皇冠上的明珠”。北京申办冬奥会成功之前，中国从未开展过高山滑雪滑降和超级大回转等项目的训练，也从未参加过冬奥会团体项目的比拼。经过不懈努力，中国队目前已在高山滑雪所有11个小项上均获得了冬奥会参赛资格。

国际滑雪联合会(FIS)、国际滑冰联盟(ISA)等7个国际冰雪单项体育组织，近日分别在其官网上公布了北京冬奥会参赛资格确认及再分配方案，北京冬奥会7大项、15个分项、109个小项的参赛名单已全部确定。

据统计，中国冰雪健儿至少已取得96个小项的参赛资格（共计191个席位），参赛总人数达170人，在参赛项目和人数上都创下了中国军团参加冬奥会的历史新高。

瞄准“全项”结硕果

1980年美国普莱西德湖冬奥会，中国冰雪健儿首次亮相冬奥赛场，共派出28人参加了18个单项的比赛。经过40余年的不懈努力，中国冰雪军团不断发展壮大，取得丰硕成果。

4年前的韩国平昌冬奥会上，中国体育代表团参加了5个大项、12个分项、55个小项的比赛，在参赛项目规模上实现了较大突破，首次在1个大项、2个分项、10个小项上获得了冬奥席位。

进入北京冬奥周期以来，中国冰雪项目

北京冬奥会上，中国军团在参赛项目和参赛人数上将创历史新高

一次弥足珍贵的“突破”

通过不断补强运动员、教练员、专业训练场地设施以及科研装备等方面短板，实现了在北京冬奥会109个小项上“全项目开展、全项建队、全项目训练”。

在北京冬奥会所设项目中，中国队有多达31个小项都是首次获得冬奥会参赛资格。

其中，在北京成功举办2022年冬奥会后才组建的中国雪车、雪橇和钢架雪车队，均实现全项目参赛；越野滑雪和高山滑雪，中国队达成冬奥会最低参赛资格，成功实现了全项目参赛的目标；中国冬季两项获得4男4女共8个席位；北欧两项，赵嘉文将成为第一个站上冬奥会舞台的中国选手……

中国钢架雪车选手耿文强，见证了中国选手在部分冬奥项目中从无到有，从弱到强的奋斗历程。从2015年通过跨界跨项选拔接触钢架雪车项目，到2018年首次站上冬奥会赛场便获得第13名，再到去年11月在钢架雪车世界杯中勇夺冠军，耿文强和队友们一次次见证和改写着历史。

对于即将到来的北京冬奥会，耿文强在接受采访时表示：“我现在的状态就是不畏惧任何对手。这个项目在中国成立较晚，我希望

向其他国家的运动员展现自己，让他们看到中国队的成长。”

补强短板期待多

从1980年征战冬奥会至今，中国军团在历届冬奥会上的最佳成绩，是2010年温哥华冬奥会上收获的5金2银4铜共计11枚奖牌。面对即将到来的北京冬奥会，已在参赛席位和人数上均取得突破的中国冰雪健儿，将向更多项目的好成绩发起冲击。

从项目实力和北京冬奥周期的整体表现来看，短道速滑、花样滑冰、速度滑冰等冰上项目，依然是中国军团在北京争取好成绩的重点。雪上项目方面，徐梦桃、谷爱凌、蔡雪桐等近两年来表现出色的名将，将在自由式滑雪空中技巧、自由式滑雪坡面障碍技巧和大跳台、单板滑雪U型场地等项目中向金牌发起冲击。

“近5年来，冰雪项目整体竞技水平有所提升，重点项目保持竞争优势，一些困难项目实现历史突破。”国家体育总局冬运中心主任倪军忠如此总结中国冰雪项目的冬奥备战。“随着北京冬奥会的临近，中国冰雪人已全面进入全力冲刺的决战状态，力争取得新的突破。”

距北京冬奥会开幕还有 9 天

G 整合

“我是火炬网络护跑手”主题网络宣传活动启动

本报讯（记者李元浩）1月23日，北京冬奥组委新闻宣传部以“争当网络护跑手，陪伴火炬迎冬奥”为主题，在国内主要互联网平台推出主题宣传活动，吸引网民参与线上火炬护跑行动，传播冬奥知识，传递奥林匹克精神，共迎北京冬奥盛会。活动主题宣传短视频《汇聚热爱，一起出发》在境内外媒体同步发布。

本次活动通过组织具有媒体属性的头部互联网平台，结合网络热门玩法、时尚元素和科技手段，采用推出火炬标识、聚合好友参与、强化虚拟互动、发放电子证书、抽取活动奖品等方式，让不同年龄、不同爱好、不同地域的网民通过互联网汇聚起来，共同为北京冬奥会加油助力。

作为奥林匹克历史上首次开展的大规模火炬网络宣传推广活动，在新冠疫情常态化背景下，此次活动对激发民众的冰雪运动热情、助力3亿人参与冰雪运动，为办成一届简约、安全、精彩的冬奥盛会营造良好舆论氛围具有积极作用。活动将持续到2月4日北京冬奥会开幕当天。

宁波举行“迎冬奥·享健康”万人健步走活动

本报讯 为营造良好的冬奥氛围，助力北京冬奥会成功举办，由浙江宁波市体育总会、宁波市总工会、中国银行宁波市分行共同举办的“中国银行杯·迎冬奥·享健康”万人健步走活动于日前正式推出。

作为宁波市迎冬奥系列活动之一，此次活动中，广大市民通过日常健步锻炼的形式完成任务，将每天的运动步数和里程进行累计即可获得丰富奖品。据悉，活动会一直持续至冬奥会、冬残奥会结束，覆盖整个冬奥周期。

（程静跃）



迎冬奥，学知识

1月23日，在北京市昌平区一个小区的冬奥宣传大屏幕旁，一位家长为女儿讲述北京冬奥相关知识。

本报记者 刘兵 摄