

# 从北京到米兰,冰雪荣光闪耀冬奥

立春时节,日历再掀一页,米兰冬奥会开幕在即。

四年前“鸟巢”中回荡的欢呼声,犹在耳畔。2022年2月4日,世界瞩目北京,一段关于激情与荣耀、团结与梦想的故事,写下序章。

四年来,这场无与伦比的盛会,深刻改变着中国冬季运动的面貌。从北国雪原到江南水乡,从专业竞技场到校园冰雪课,从装备制造到文旅消费链——2022年北京冬奥会播撒的火种已成燎原之势,推动中国冰雪运动跨越式发展。

习近平总书记指出,通过北京冬奥会,中国3亿多人参与冰雪运动,为建设健康中国、促进人民福祉注入新动力,也为全球冰雪运动发展开辟了更为广阔的前景。

## 竞技新高度——中国健儿闪耀世界冰雪舞台

“距离最终的大考只剩不到一个月的时间,希望自己能够更加沉着稳定,从容自信,以最好的状态第二次登上冬奥舞台。”

1月19日,完成冬奥会前所有比赛的苏翊鸣,将目光投向米兰。他连拿两站单板滑雪大跳台世界杯冠军、荣膺年度总冠军,并在坡面障碍技巧世界杯摘得一枚银牌,成为米兰冬奥会上这两个项目冠军的有力竞争者。

这位在北京冬奥会收获一金一银、一飞冲天的“00后”青年,不仅被国际雪联视为引领青少年投身冰雪运动的中国榜样,也收获了肖恩·怀特等诸多世界顶尖名将的关注和赞赏。不久前,他还以世界首个“背脊背”1980度空翻动作创造吉尼斯纪录。

闪耀世界冰雪舞台的中国身影,远不只苏翊鸣一人。不久前,谷爱凌夺得自由式滑雪坡面障碍技巧世界杯莱克斯站金牌;自由式滑雪空中技巧名将徐梦桃、孙佳旭分别加冕女子、男子世界杯年度总冠军;赵丹/殷正收获钢架雪车世界杯圣莫里茨站混合团体冠军……

“要通过举办北京冬奥会、冬残奥会,推动我国冰雪运动跨越式发展,补短板、强弱项,逐步解决竞技体育强、群众体育弱和‘夏强冬弱’、‘冰强雪弱’的问题,推动新时代体育事业高质量发展。”习近平总书记的嘱托正化为亿万群众的生动实践。

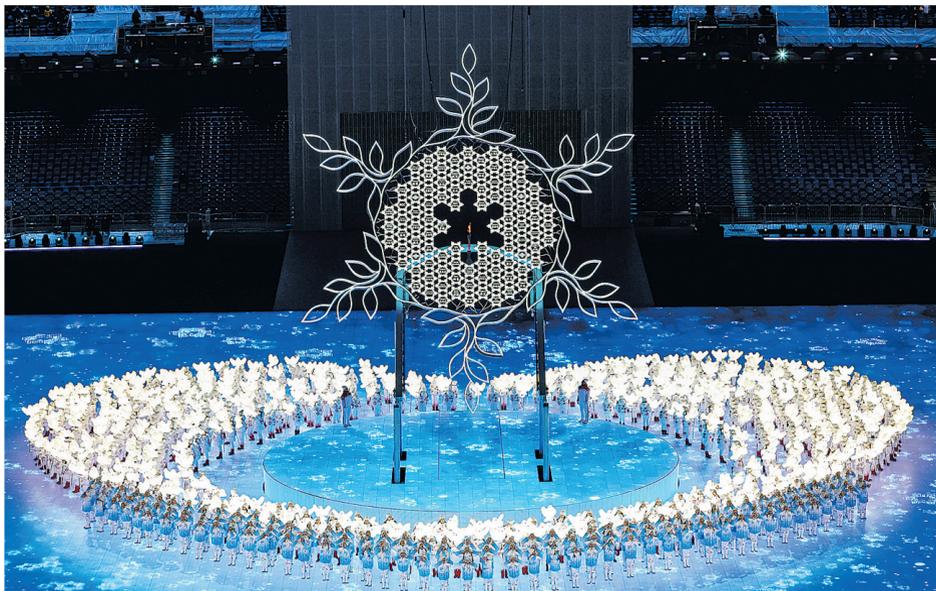
北京冬奥成功之初,我国近三分之一的冬季项目尚属空白。至冬奥会举办时,中国实现全项目参赛,并以9金4银2铜铸就历史最佳战绩,跻身金牌榜前三。其中雪上项目金牌数首次超越冰上,打破长期以来“冰强雪弱”的格局。

苏翊鸣、谷爱凌等新生代运动员,不仅在赛场大放异彩,更以自信从容、阳光开朗的表现,向世界展示中国青年的风采,激励更多青少年走上冰场雪原。

过去四年,北京冬奥周期所搭建的专业训练体系、国际交流平台和后备人才梯队,持续为中国冰雪运动发展注入强劲动能。

2024年第十四届全国冬季运动会全面对标冬奥会设项,17个省区市首次组团参赛。上海、广东、浙江等南方代表团开始摘金夺银,河南、四川、广西、贵州等地自主培养的运动员站上领奖台。

一年后的哈尔滨亚冬会,中国代表团以32金27银26铜雄踞金牌榜和奖牌榜首位。雪上项目金牌数再次超越冰上,冰雪并重、多点开花的竞技格局进一步夯实。



2022年2月4日晚,第二十四届冬季奥林匹克运动会开幕式在北京国家体育场举行。这是主火炬。 新华社/传真

一步夯实。“上午逛黄鹤楼,中午在商场吃饭,下午坐电梯上来就能滑雪。”便捷的体验令她惊喜不已。

武汉体育学院新闻传播学院教授张德胜认为,北京冬奥会推动了冰雪设施普及,尤其惠及南方与西部地区;降低了参与门槛,还培育了冰雪文化,有助于形成长效发展机制。

2022年1月,谈及为何申办北京冬奥会,习近平总书记强调,“早在申办时,我就提出,中国这次办奥的最大目的,就是带动3亿人参与冰雪运动。”

国际奥委会终身名誉主席巴赫屡次称赞,通过“带动3亿人参与冰雪运动”“场馆全面向公众开放”等冬奥遗产,北京冬奥会开拓了冬季运动的世界版图,诸多创新之举为奥林匹克运动“树立了新标杆”。

北京的系列经验也被米兰组委会汲取沿用。就在米兰冬奥会开幕前,国际奥委会主席考文垂将北京冬奥会上“冰立方”变身“冰立方”作为科技赋能场馆的先进范例,表示米兰的筹备工作借鉴了北京冬奥会的成功经验——这同时也体现在可持续办赛方面。

她强调:“北京冬奥会为我们示范了如何盘活现有设施,这一模式经过实践检验成效显著,未来我们还将继续坚持。”

展现“中国智慧”、提供“中国方案”,中国正从冬季奥林匹克运动的积极参与者转变为重要贡献者。

“冰超”横空出世,一项项趣味赛事让本地人感慨“找回了童年记忆”,让南方游客直呼“玩上瘾了!”

吉林、内蒙古以及新疆等地,孩子们刚度过首个“雪假”。文旅、教育、人社、体育等部门联合印发工作方案,打出“学生免费、家长优惠、职工调休”的政策组合拳。

上冰上雪从娃娃抓起,全民参与生态日趋成熟。黑龙江将每年最后一周设为“中小学生学习冰雪周”;北京延庆把幼儿园纳入冰雪普及范围;内蒙古呼和浩特迎来载有上千名大湾区学生的冰雪研学列车……

近年来,冰雪运动持续升温:《大众冰雪消费市场研究报告(2024-2025冰雪季)》显示,仅该冰雪季全国居民冰雪运动参与人数就达2.92亿,参与率20.61%,较上一季增加约2744万人。

中国冰雪运动早已突破“山海关”的地理界限,实现“南展西扩东进”。数据显示,截至2025年4月,全国79个室内滑雪场中,55个位于南方省份。

滑雪正悄然融入生活。今年元旦,广州的李梦诗在武汉旅游时解锁了人

生“首滑”。“上午逛黄鹤楼,中午在商场吃饭,下午坐电梯上来就能滑雪。”便捷的体验令她惊喜不已。

武汉体育学院新闻传播学院教授张德胜认为,北京冬奥会推动了冰雪设施普及,尤其惠及南方与西部地区;降低了参与门槛,还培育了冰雪文化,有助于形成长效发展机制。

2022年1月,谈及为何申办北京冬奥会,习近平总书记强调,“早在申办时,我就提出,中国这次办奥的最大目的,就是带动3亿人参与冰雪运动。”

国际奥委会终身名誉主席巴赫屡次称赞,通过“带动3亿人参与冰雪运动”“场馆全面向公众开放”等冬奥遗产,北京冬奥会开拓了冬季运动的世界版图,诸多创新之举为奥林匹克运动“树立了新标杆”。

北京的系列经验也被米兰组委会汲取沿用。就在米兰冬奥会开幕前,国际奥委会主席考文垂将北京冬奥会上“冰立方”变身“冰立方”作为科技赋能场馆的先进范例,表示米兰的筹备工作借鉴了北京冬奥会的成功经验——这同时也体现在可持续办赛方面。

她强调:“北京冬奥会为我们示范了如何盘活现有设施,这一模式经过实践检验成效显著,未来我们还将继续坚持。”

展现“中国智慧”、提供“中国方案”,中国正从冬季奥林匹克运动的积极参与者转变为重要贡献者。

“冰超”横空出世,一项项趣味赛事让本地人感慨“找回了童年记忆”,让南方游客直呼“玩上瘾了!”

吉林、内蒙古以及新疆等地,孩子们刚度过首个“雪假”。文旅、教育、人社、体育等部门联合印发工作方案,打出“学生免费、家长优惠、职工调休”的政策组合拳。

上冰上雪从娃娃抓起,全民参与生态日趋成熟。黑龙江将每年最后一周设为“中小学生学习冰雪周”;北京延庆把幼儿园纳入冰雪普及范围;内蒙古呼和浩特迎来载有上千名大湾区学生的冰雪研学列车……

近年来,冰雪运动持续升温:《大众冰雪消费市场研究报告(2024-2025冰雪季)》显示,仅该冰雪季全国居民冰雪运动参与人数就达2.92亿,参与率20.61%,较上一季增加约2744万人。

中国冰雪运动早已突破“山海关”的地理界限,实现“南展西扩东进”。数据显示,截至2025年4月,全国79个室内滑雪场中,55个位于南方省份。

滑雪正悄然融入生活。今年元旦,广州的李梦诗在武汉旅游时解锁了人

相关商户如雨后春笋般出现。“越野人(厦门)工贸有限公司总经理郑周阳感慨道。

“冰雪天地也是金山银山。”北京冬奥会如一台强劲引擎,推动中国冰雪产业从赛事带动的短期热潮,转向涵盖装备制造、赛事运营、培训服务、文旅融合的全产业链高质量发展轨道,成为体育产业乃至国民经济的新增长点。

《中国冰雪经济发展报告(2025)》显示,2016至2024年,我国冰雪产业规模从3647亿元跃升至9800亿元,预计2025年将突破万亿大关;冰雪旅游人次连续三个冰雪季超过3亿。

板刀切粉滑雪,阿勒泰迎来一波波滑雪“发烧友”;冰雪艺术融合东北民俗,“尔滨”成为现象级文旅目的地;越野赛、马拉松加持,崇礼2024年夏季游客量首超冬季……从“一季火”到“四季旺”,从单一产业到融合业态,“冰雪热”持续激发大众的消费热情与潜力。

眼下,赴新疆滑雪,去吉林赏雾凇,到四姑娘山观雪山云海,成为海外游客在社交平台上的热门推荐。泰国游客西里蓬·瓦纳拉带孩子在哈尔滨冰灯游园会玩了个痛快,“在免费开放的公园里散步,感受城市的呼吸,这才是真正的生活”。

“我曾经说过,北京冬奥会举办前后,中国冬季运动将发生翻天覆地的变化,事实证明了这一点。”回望过去四年,巴赫认为,北京冬奥会开启了中国乃至全球冰雪运动新时代。

中国大市场的潜力和不断向好的创新环境,正在持续吸引全球冰雪巨头。而冬奥会在北京和米兰接续举办,更成为中意两国在冰雪产业携手合作的契机。

冰雪装备制造意大利天冰集团的产品,约占全球市场六成以上。集团中国区市场总监沈玉梅说,未来集团计划在中国建立全球第四大装备中心,助推中国冰雪运动发展,并且进一步辐射东南亚及日韩市场。

从北京到米兰,时空变换,不变的是体育持续推动人的全面发展和经济社会进步的生动实践。

从北京到米兰,冰雪连绵,不变的是谱写追求梦想与荣光、构建人类命运共同体的璀璨华章。

新华社米兰2月5日电

## “成为中国人”成网络热门话题

### 外交部回应:欢迎外国朋友来中国过春节

新华社北京2月6日电 近期,“Becoming Chinese(成为中国人)”成为世界各大社交平台热门话题。外交部发言人林剑6日在回答有关提问时表示,历史与现代、传统与时尚的混搭组合,带来了独一无二的新奇感受,使中国作为全球旅游目的地的吸引力持续增强,各国民众对中国的好感度不断攀高。热忱欢迎外国朋友来中国过春节。

当日例行记者会上,有记者问:近期展示中式生活的视频在世界各大社交平台走红,“Becoming Chinese(成为中国人)”成为网络热门话题。前不久英国首相斯塔默访华期间,有外媒驻华记者坦言,在中国生活安全又方便,中国是宜居的好地方。发言人对此有何评论?

“很高兴看到越来越多的外国朋友有意愿,有机会感受中国的发展变化,体验中国百姓的烟火日常。”林剑说。

林剑表示,事实上,在许多外国朋友眼中,感受中国、认知中国早已超越

长城、熊猫、美食等传统符号。在中国,外国朋友既能享受“一部手机走天下”的极致便捷,也能体味中式生活满满的仪式感;既惊叹于高铁、5G等超级基建,也能在小众“宝藏城市”中漫步探索;既能打卡新潮有趣的硬核科技,也能体验慢工细活的非遗传承。历史与现代、传统与时尚的混搭组合,带来了独一无二的新奇感受,使中国作为全球旅游目的地的吸引力持续增强,各国民众对中国的好感度不断攀高。

林剑说,据统计,2025年外国人出入境人次超过8200万,同比上升26.4%,其中免签入境人次同比上接接近50%。

“春节是中国文化的超级IP,马年春节即将到来。数据显示,最近两周外国游客春节来华机票预订量同比增长超过400%。我们热忱欢迎外国朋友来中国过春节,体验热情友好,感受温暖喜庆。”林剑说。

## 聚焦交通、家政、网络视听、旅居、演出等领域——

## 国家部署促进服务消费提质惠民工作

国务院办公厅日前印发《加快培育服务消费新增长点工作方案》,对促进服务消费提质惠民作出系统部署。在6日举行的国务院政策例行吹风会上,商务部等部门有关负责人详细介绍了工作方案相关情况。

记者从会上获悉,2020至2025年中国居民人均服务性消费支出年均增长8.5%,人均服务性消费支出占居民人均消费支出比重上升3.5个百分点,2025年这一比重达到46.1%,接近居民消费半壁江山。

商务部副部长郭东介绍,工作方案聚焦交通服务、家政服务、网络视听服务、旅居服务、汽车后市场服务、入境消费等重点领域,以及演出服务、体育赛事服务、情绪体验式服务等潜力领域,从放宽市场准入、清理不合理限制措施、培育优质品牌和经营主体、优化消费环境等方面,分领域提出具体创新支持举措。

交通发展是促进服务消费的重点领域,发展自驾游服务、推动小微型汽车租赁高质量发展、发展壮大夜游船经济、培育发展游艇消费等都是下一步政策支持重点。

交通运输部综合规划司负责人刘东说,预测“十五五”时期,全国小微型客车短租市场规模年均增长15%左右。接下来,交通运输部会同有关部门完善小微型汽车租赁服务网络,推动异地免费或低费还车,进一步加强重点时段租赁车辆的供应,提升租赁服务的质效。

谈及游艇消费,刘东介绍,近三年我国游艇数量呈快速增长态势,预计“十五五”时期将会继续保持增长态势。交通运输部正在加快研究制定扩大游艇消费的若干措施,在保障安全的情况下,提升游艇消费供给能力,促进游艇产业向大众化消费、规模化发展转型。

家政服务是很多家庭的刚需,也是服务消费的重要增长点。商务部服务贸易和高贸服务业司司长孔德军说,将进一步加大政策支持力度,让家政企业享受更多实惠。商务部积极配合财政部等部

门,推动增值税、企业所得税等税费优惠政策及时延期。会同相关部门加快构建涵盖“家政信用查+部门权威数据+地方政务信息+企业应用评价”的信用信息平台体系,让消费者放心消费。

随着免签国家范围扩大、离境退税优化升级,“中国游”“中国购”持续火热。郭东说,商务部将牵头制定促进入境旅游服务出口、扩大入境消费相关措施。从扩大入境旅游消费、便利入境商务活动、激活入境消费消费、繁荣入境文娛消费、拓展入境健康消费、发展入境教育培训消费、完善保障措施等方面提出若干具体举措。

近两年微短剧蓬勃兴起,呈现爆发式发展。广电总局网络视听节目管理司司长王小亮说,2025年我国微短剧市场规模破千亿元,较2024年翻倍。广电总局将制定实施《微短剧发展管理办法》,做到既“放得活”又“管得好”,在守好内容安全底线的同时,大力促进市场公平竞争。

据介绍,2025年,我国网络视听全行业市场规模近万亿元。王小亮说,将引导创作更多兼具思想性、艺术性和市场号召力的精品力作;拓展“网络视听+”新模式,与教育、文旅、健康、电商等领域深度融合;突出技术创新驱动,去年头部网络视听平台新增节目中,超高清内容占比已近半数,今年目标是达到60%。

“村超”“城超”持续升温,体育赛事拉动消费和经济增长明显。体育总局经济司负责人艾郁说,针对赛事审批问题,今年国务院办公厅印发《“高效办成一件事”2026年度第一批重点事项清单》,已将“举办体育赛事活动”列入,体育总局将加快推动政策落地见效。针对赛事安全容量等问题,体育总局正会同相关部门优化改进大型群众性安全管理,推动政策尽快出台。

对于统筹发展文件,体育总局正牵头会同相关部门,将一体化设计,推动赛事经济实现高质量发展。

新华社北京2月6日电

## 全国实现生育津贴直达个人

据新华社电 一份生育津贴,连着民生期盼,更见政策温度。记者6日从国家医保局获悉,全国范围内已实现生育津贴直接发放至个人,生育保障红利直达群众手中。

生育津贴是参保女职工产假期间的“专属工资”,由生育保险基金支付。它不仅能保障女职工产假期间的经济收入,也能让婴儿得到必要的照顾与哺育,减轻家庭育儿的后顾之忧。

此前,生育津贴一般由医保经办机构发放给用人单位,再由用人单位支付给个人。2025年的全国医保工作会议明确部署,要求全面实施生育津贴按程序直接发放给参保人。

在前期多地全面实现生育津贴直达个人的基础上,其他省份积极响应;贵州和广西自2026年1月1日起全面落实,北京从2026年1月31日起调整发放方式,新疆于2026年2月1日起全面推行,天津已实现企业职工生育津贴直接发放给个人。

至此,生育津贴直达参保人在全国

范围内实现。

为了让宝妈们产后安心休养,医保部门进一步减少环节、简化材料、压缩时限,实现生育津贴审核支付10个工作日内办结。更便捷的是,不少地区依托国家医保服务平台App、地方医保App等数字化渠道,让参保女职工“动动手指”即可线上申领。

数据显示,2024年参保女职工人均生育津贴达2.83万元,为万千生育家庭送上实实在在的支持。

生育津贴直达,只是生育保障的一个缩影。近年来,医保部门持续织密生育保障网,生育保险费用实现从“十月怀胎”到“一朝分娩”的全周期保障。

如今,全国均已将符合条件的辅助生殖项目纳入医保支付范围;11个省份实现政策范围内住院分娩医疗费用全额保障;部分省份将分娩镇痛纳入医保报销;新生儿“出生一件事”联办,推进持出生医学证明参保,实现“出生即参、待遇即享”……一项项务实举措,让宝妈们更添安心与底气。

## 国铁集团: 节前夜间高铁列车车票已陆续开售

据新华社电 记者6日从中国国家铁路集团有限公司获悉,为更好满足旅客出行需求,铁路部门充分挖掘运输潜能,将于节前、节后客流高峰期在京广、京沪、沪昆等主要高铁干线通道增开夜间高铁。目前,节前夜间高铁列车车票已陆续开售。

据了解,相关夜间高铁节前开行时段为2月8日(腊月廿一)至2月15日(腊月廿八),节后开行时段为2月20日(正月初四)至2月25日(正月初九),3月4日(正月十六)至3月6日(正月十八)。增开的夜间高铁车票预售期统一为开车前5天(含开车当日)。

## 添加剂怎么控? 营养好不好? 保质期多久才合适?

## 预制菜将出台首个国标

关乎千家万户的事,再仔细都不为过。

预制菜添加剂怎么控? 营养好不好? 保质期多久才合适? 近期,这盘“提前做好的菜”,成了不少消费者关注的话题。

首次为预制菜安全“立规矩”。2月6日,国家卫生健康委、国家市场监督管理总局等部门就预制菜国家标准征求意见稿,明确预制菜的术语和定义、原料要求、食品添加剂使用要求、营养品质要求、如何自主明示等。这不仅是加强食品安全监管的重要举措,更是回应民生期待、引导健康消费、推动产业高质量发展的重要一步。

据介绍,近年来,随着预制菜工业化、规模化、标准化生产的出现和快速发展,为加强对这种新业态的监管,需要对预制菜的原料、生产经营、贮存运输、包装标签等各环节强化风险管理,以保证预制菜的安全性和营养品质。

预制菜将有权“说法”——过去,市场上产品五花八门,概念各说各话。

此次征求意见稿给了预制菜更明确的定义:预制菜肴是以一种或多种食用农产品及其制品为原料,使用或不使用调味料等辅料,不添加防腐剂,经工业化预加工(如搅拌、腌制、滚揉、成型、炒、炸、煮、蒸等)制成,配以或不配以调味料包,加热或熟制后方可食用的预包装菜肴。

同时,征求意见稿划清界限:主食类食品(如速冻饺子、包子)、净菜类食品(仅经清洗、切割的蔬菜)、即食类食品(如即食鸡肉、即食沙拉)等,都不属于本标准管理的预制菜肴。

“这一定位,既抓住了菜肴和需后续烹饪的核心特征,也避免了与其他食品标准的交叉管理,让监管更精准、更具针对性,让消费者更明白。”国家食品安全风险评估中心标准二室主任王君说。

向“防腐剂”说不,给“添加剂”做减法——

对预制菜而言,原料安全是第一道关卡。应符合相应的食品标准和有关规定,不得使用腐败变质的原料;农药残

留、兽药残留、污染物等应符合相应规定;鼓励建立稳定的供货渠道,确保原料可追溯……预制菜国标要从源头端堵住“以次充好”。

“预制菜是否含防腐剂”是公众的关切之一。对此,征求意见稿态度鲜明,给消费者吃下“定心丸”:生产加工中不得添加防腐剂。

食品添加剂也要“瘦身”。根据要求,食品添加剂“非必要不添加”,并尽可能减少使用品种和使用量。同时,不应掩盖食品腐败变质以及食品本身或加工过程中的质量缺陷,不应以掺杂、掺假、伪造为目的使用食品添加剂。

这意味着,企业需通过提升工艺和技术来保鲜保味,而不是过度依赖食品添加剂。

营养不能少,保质期最长不应超过12个月——

宜采用先进技术或设备最大程度保留原料的营养成分;熟制过程应避免过度烹饪;鼓励采用气调保鲜、冰温保鲜等有利于保鲜的技术,以及非热加工、物理杀菌等营养与风味稳定化技

术……一系列“硬杠杠”确保预制菜更贴近群众健康膳食需求。

同时,生产企业应在保障食品安全的前提下,综合考虑营养品质、原料属性、生产工艺、贮存条件、包装性能、消费方式和产品特点等,合理设定产品的保质期,最长不应超过12个月。

“12个月的最长期限兼顾了公众诉求和企业生产经营的现实需要。”王君表示,起草组在对200多家企业、超千款市售预制菜产品的预加工方式、贮存方式等参数进行调查分析的基础上,统筹考虑公众期待、营养品质、风味口感和产业发展等因素,要求企业尽量缩短产品保质期。

此外,同步征求意见的相关文件还鼓励餐饮服务提供者根据自身经营实际,自主明示菜品加工制作方式。

让老百姓吃得方便,更要吃得明白、吃得放心,这是产业可持续发展的根基,也是以“最严谨的标准”守护“舌尖上的安全”的题中之义。我们期待,这份即将落地的国标,能真正守护好百姓的盘中餐。

新华社北京2月6日电