

参考平昌办赛经验 全面布局体育经济 温故纳新、以邻为鉴,北京冬奥会未雨绸缪

本报综合报道

平昌冬奥会已经落下帷幕,意味着北京已经进入冬奥会周期。所谓兵马未动,粮草先行,对于北京来说,虽有夏季奥运会的经验,但举办冬奥会还是“大姑娘上轿头一遭”,必须未雨绸缪、有备无患。而平昌冬奥会就是最好的参考,韩国在地理、文化上与北京非常相近,是学习和借鉴的最佳渠道。那么,平昌冬奥会给北京带来了哪些启示呢?



① “预热”太关键,良好开局意味成功一半

纵观此次冬奥会的各项承办工作,可以说既有经验也有教训。从承办角度来看,平昌冬奥会承办工作有条不紊,注重务实与创新,激发民众参与热情,让民众参与奥运,体验奥运,认知奥运。不过,在正式开赛前后,也出现了诸多问题,如工程进度相对迟缓;主会场建设未能有效解决低温问题;志愿者因不满后勤保障不力而罢工等。

在提前预热方面,韩国的经验值得北京学习。平昌冬奥会开幕前,韩国举办了多种多样的预热活动。除广告宣传、纪念活动及邀请国内外人士参观介绍等之外,韩国还尤其重视国民参与度,力求通过丰富多彩、具有趣味性的活动激发广大民众参与冬奥会的热情,从而在宣传冬奥会的同时,丰富民众的业余生活。比如,由于韩国国内旅游资源相对有限,历史古迹又多为现代复原翻建,所以韩国注重平时打造各类庆典以便为民众提供休闲娱乐产品。在平昌冬奥会倒计时200天时,韩国春川举办了烟火庆典。烟火庆典结合了韩国舞美技术,并做出独特造型设计,然后配以多种音乐,像音乐喷泉般配合音乐节节奏和灯光燃放,美轮美奂,新颖独特。同时,在庆典主会场门口设置了多个临时建筑,通过做游戏的方式普及冰雪运动常识。庆典期间,春川市车水马龙,大量民众前往观看。

在圣火传递过程中,韩国也特意与地方文化和娱乐活动相结合。例如,韩国华川山鱒鱼庆典多年来被评为韩国优秀庆典,每年1月份都会有大量各地民众前往华川冰钓。2018年1月份平昌冬奥会圣火在华川传递时,韩国更借势将奥运圣火传递作为华川山鱒鱼庆典的重要活动之一。另外,首尔市还于冬奥会倒计时100天时在华川门广场、市厅广场举办韩流演唱会,邀请大量当红艺人上台演出,整个演出期间广场开放,民众可免费前往观看。

② 营造特色显亮点,五大理念赢得声誉

平昌冬奥会提出了“文化奥运、和平奥运、环境奥运、经济奥运、ICT奥运”理念,这也恰是本届冬奥会的亮点所在。其中,科技创新更像是贯穿平昌冬奥会的一条主线,将文化、经济、信息通讯、环保等串接在一起,其特色是注重各国游客的亲身体验,让大家参与其中,打造出实实在在、丰富多彩的内容,将理念落在实处。

ICT是信息通讯技术的简称,平昌冬奥会主要运用了五大革新技术,包括5G、UHD超高清直播、VR虚拟现实、物联网、人工智能。虽然这些技术在韩国尚未成熟普及,但冬奥会与新科技发展的相互促进使其成为一大看点。首先,5G和UHD超高清直播为观众提供了全新观赛体验。例如借助5G技术,观众可通过运动员头顶摄像头以本人视角观看连贯动作,也可在越野滑雪等项目实时定位自己想观看的选手,并将画面切换到此位选手的比赛场景。

另外,观众还可以像用电脑观看视频一样,将运动员的动作暂停或回放,也可360度切换角度观看。例如,韩国电视台在直播花样滑冰比赛时,运用了这种类似于“时间切片”的视效回放慢动作。平昌冬奥会实现了大部分体育赛事的UHD超高清直播,其是全高清电视的4倍,能提供更加鲜明和逼真的画质。其次,物联网和人工智能为游客提供了便捷的观赛体验,包括智能导航、多国语言翻译服务、更加便捷和个性化的智能购物服务以及信息提示等。此外,观众还可通过发送助威影像、了解运动知识等方式实现线上线下、场内场外的多元互动。再次,VR虚拟现实技术为观众和游客提供了丰富的体验活动。在平昌和江陵的奥林匹克公园内,分别设有平昌ICT体验馆和江陵ICT信息馆,内部又架设了多个虚拟现实体验设施。这些设施与游乐场的虚拟现实游乐设施类似,搭建相关器械,然后让游客戴上VR眼镜观看360度立体影像,通过电脑程序与器械的带动,给人一种新颖的视觉与触觉体验,如同身临其境。

③ 体育经济全产业链,奥运金融新颖务实

平昌冬奥会的体育经济也是务实的。首先,在平昌冬奥会正式开赛以前,韩国民众的一个直观感受就是通往平昌的公路修了,高铁通了,民宿多了。借冬奥会之机,完善江原道公路网、修建首尔至江陵这一贯穿韩国东西两端的高铁线、扩大江原道内港口和机场的功能等完善基础设施的举措对发展江原道经济来说是重大利好。

平昌冬奥会宣传了部分韩企的新发展理念。三星、现代等韩国大企业作为平昌冬奥会的赞助商,在平昌奥林匹克公园内各自设置了宣传场馆。但值得注意的是,这两家企业并不是单纯作展示、搞宣传,而是更加注重宣传中所含有的科技含量和游客体验。

此外,令人印象特别深刻的一点就是平昌冬奥会的衍生品经济,尤其是商品实用价值所带动的消费需求。每逢奥运会,主办国都会推出吉祥物,并设置纪念品商店销售相关产品。

平昌冬奥会也不例外,将白虎和熊分别作为平昌冬奥会和冬残奥会的吉祥物,并开设纪念品商店销售相关衍生产品。尤其是在平昌奥林匹克公园内设置了大型纪念品商店,且商品种类多样,包括纪念品和各类生活用品,皆注重实用性和消费吸引力。

平昌冬奥会纪念品商店内除了销售吉祥物娃娃、纪念章等单纯的纪念品外,更多销售的是各类服装鞋帽、文具、小型电器、家居用品等具有实用性的商品,既有羽绒服、运动衫、毯子、笔记本、台灯、餐具等常用的生活用品,也有冰箱贴、水杯装饰物、环保袋等非常零碎的生活用品。

正是因为商品具有实用价值,契合了消费者的生活需求,在平昌奥林匹克公园内的纪念品商店里,经常出现消费者人头攒动的景象,相关纪念品也销售良好。

④ 奥运搭台文化唱戏,中国元素流行平昌

此次平昌冬奥会期间,中国元素的亮相对国人来说是比较特别的。比如,中国在江陵市租赁了当地非常有名的婚庆大楼,并改造成“中国之家”,用于韩国民众体验中国传统文化,并向国内外嘉宾介绍中国文化和北京冬奥会相关知识等。对于韩国普通民众而言,可以体验写春联、猜灯谜等中国传统文化活动,还可在国产运动品牌——安踏展示区购买服装。向国内外嘉宾开放的区域着重宣传以北京文化为代表的中国传统文化和北京冬奥会概况,展区做得非常用心、精致。其中,尤为引人瞩目的是故宫博物院藏品《冰嬉图》的展示。《冰嬉图》创作于清代乾隆年间,反映了当时北京宫廷冰上运动的场景。画中场景众多,人物滑冰动作多样,其中不乏高难度动作。整个画作不仅体现了中国冰上运动的悠久历史,同时也展现了中国传统文化的深厚底蕴。另外,中国企业的科技创新也成为一大亮点。腾讯公司作为奥组委合作伙伴,在中国之家展示了人工智能翻译、人工智能翻译写作、智能报道推送等技术。

另一方面,中国美食也进驻了平昌冬奥会,供各国来宾品尝与赏鉴,展示了博大精深的中国饮食文化。经过中国文化部的派遣和世界中餐业联合会的推荐,中国餐饮品牌“花家怡园”和“沙县小吃”团队最终奔赴平昌展示中华美食。其中,花家怡园团队在平昌冬奥会环球集市举行了饮食文化表演,例如功夫茶、拉面、传统面点制作等,以供各国游客欣赏。沙县小吃团队则进驻平昌冬奥环球集市世界美食文化馆,将蒸饺、炒饭等沙县小吃的代表性餐饮带进平昌冬奥会,供各国游客品尝。

在江陵奥林匹克公园内,阿里巴巴冬奥展馆让不少中国游客眼前一亮。阿里巴巴于2017年加入奥林匹克全球合作伙伴赞助计划,并成为云服务和电子商务平台服务的唯一官方伙伴。在本届冬奥会上,阿里云推出了面向奥运等大型体育赛事的人工智能系统——ET奥运大脑。在阿里云强大的计算能力基础上,阿里巴巴将计算机视觉、机器学习、IoT、大数据等技术与体育赛事相结合,从奥运体验、数字化运营、数字化竞技和奥运传播等4个方面推动奥运升级。

平昌之后是北京——为给2022年北京冬奥会造势,北京冬奥组委发起了“冬奥有我”活动,并为此创建了一款手机应用程序,人们可以通过该程序发送语音信息,发出北京冬奥会的邀请。在平昌冬奥会闭幕式上,“北京8分钟”形象生动地传递着中国文化,不仅展示出当今中国的发展,更展现中国举办2022年冬奥会的信心,以及中国人欢迎世界朋友来做客的热情。

4年后,冬奥北京见!