

探营北京冬残奥会备战,看雪上项目运动员

追风逐雪 超越自我

本报记者 孙龙飞



3月20日,冬残奥会单板滑雪运动员贺一朋在训练中。

新华社记者 才扬摄

小项。中国残联介绍,124名运动员正在北京、河北训练,备战北京冬残奥会。

“备战重点是在保持基础体能的情况下提升专项技术能力”

从高高的雪道纵身而下,以飞快的速度冲过终点,24岁的中国残疾人单板滑雪队队员岩温的用雪板扬起一阵雪花,表达自己对这次训练的满意。很难想象,他5年前才开始接触冰雪运动。

2019年,国际残疾人单板滑雪世界杯在芬兰举行,岩温的第一次参加世界大赛,挑战障碍追逐项目。“当时缺乏比赛经验,心里紧张得不行。比赛时在一处高台摔落,半天才缓过劲来。”他问教练,怎样才能征服高水平赛道?如果怕摔就永远不会提高,首先要从心理上战胜自己。”教练的话不断敲打着他,岩温的反复研究比赛视频,努力克服恐惧心理,认真打磨技术细节,这两年,他的成绩有了很大提升。

包括岩温的,中国残疾人单板滑雪队里有不少高手。今年21岁的孙奇曾在2018年残奥单板滑雪荷兰世界杯两站赛上两次摘得金牌,为我国残疾人单板滑雪项目取得了“零”的突破;19岁的纪立家,是目前国际上残疾人单板滑雪障碍追逐项目男子积分最高的运动员……据中国残疾人单板滑雪队教练李智鹏介绍,这支由21名运动员组成的队伍,是2018年平昌冬残奥会后正式组建的,2019年就拿到两枚世锦赛金牌,这几年来进步很快。

不论过去的成绩如何,得将目光投向来年。“接下来,队员们的雪上有效训练时间只有100天左右,备战重点是在保持基础体能的情况下提升专项技术能力,同时减少伤病,为冬残奥会做最后冲刺。”李智鹏说。

“教练布置的训练任务,我们必须克服困难,坚决完成”

早上8点半,崇礼的气温只有零下12摄氏度,伴随着大风和雪花,中国残疾人越野滑雪和冬季两项队的运动员们已经开启了新一天的训练。

“哪怕零下十几摄氏度,无论刮风下雪,教练布置的训练任务,我们必须克服困难,坚决完成。”上午的训练结束后,中国残疾人越野滑雪和冬季两项队队员王涛的脸颊已是通红。他曾经是一名残疾人

射箭运动员,2017年转项冬季两项运动。从此,与风雪同行成了他的家常便饭,如今每天的滑雪训练量至少有三四十公里。

备战北京冬残奥会争分夺秒,王涛抓紧一切时间训练,哪怕能多滑一圈、多解决一个技术问题,都会让他更开心:“我们有充足的保障条件和家人的全力支持,要用好成绩回报祖国、回报家人。”

中国残疾人越野滑雪和冬季两项队副领队张连枝介绍,队员中绝大多数都是滑雪零基础,克服了对寒冷天气的不适和对陌生滑雪运动的恐惧后,残奥越野滑雪与冬季两项自2015年以来取得了一定的发展。2018年平昌冬残奥会上,中国选手的成绩已经接近领奖台,大家对2022年时更近一步很有信心。

“训练之外,队员们的兴趣都很广泛,懂音乐、爱拍照”

在训练之余,运动员之间互相帮助,组成了一个有爱的团体。李智鹏说:“有人拿取物品不方便或清理雪板有困难,就会有队友主动伸出援手,队员们两两组队,让彼此的生活变得更加便利。”

2015年北京成功申办冬奥会和冬残奥会,郭雨洁那时进入中国残疾人越野滑雪和冬季两项队。她认为:“赛场上是对手,赛场下大家在很多方面彼此需要、互相扶持,有许多共同话题可以交流分享,也因此多了相互了解的机会。这让我体会到体育精神的另一种魅力。”

据中国残联介绍,经过多年发展,我国残疾人冰雪运动基础不断夯实,全国冬残奥运动员由不足50人增至超过1000人,开展的冬残奥项目由2个扩展到6个,实现大项全覆盖。2016年以来,中国参加了59项冬残奥系列国际赛事,获得38枚金牌,多个项目实现突破。

中国残疾人运动员在赛场上的表现,将激励更多人。“我们会在赛场上展现出积极向上的精神面貌,希望用这种状态带动更多人参与冰雪运动,享受运动的快乐。”王涛说。

“训练之外,队员们的兴趣都很广泛,懂音乐、爱拍照,不少人常在社交平台上和粉丝互动。”李智鹏说,残疾人运动员在参与训练和比赛后获得成就感,变得更开朗自信。这正是他们所希望的,在运动中享受快乐,也能丰富生活,收获友谊。



休闲健身业,也需“冷静期”

李洋

休闲健身行业是朝阳产业,越是如此,越不能急功近利,也需要一个提质增效的“冷静期”

最近“冷静期”这个概念挺“火”。北京市对休闲健身行业预付式服务交易合同示范文本进行修订,特别提出“7天冷静期”的规定,其间只要消费者尚未开卡使用,便允许无条件一次性退费。此前,上海市同样推行“健身卡办卡7天冷静期”。

“冷静期”并非什么新鲜事物,只是“后悔权”的一种形式。在网购等消费场景中,设立冷静期已成惯例,消费者在保证商品不影响二次销售的前提下,可以“7天无理由退货”且无须承担违约责任。如今,将“冷静期”概念

引入休闲健身行业,可谓把准了行业脉搏,切中了预付式消费的痛点,不少消费者直呼“暖心”。

据统计,2020年中国健身会员数由2019年的6812万人增至7029万人。健身热潮,凝聚成休闲健身市场的巨大潜力。从大城市到家乡小城,从“大而全”的连锁经营门店到“小而美”的个性化工作室,休闲健身行业快速发展。但若细查,就会发现,一些健身者难免出现冲动消费,部分健身房也存在服务质量参差不齐的问题,有的运营模式不成熟、从业人员不规范、场地设施不完备,有的办卡前过度宣传、办卡后敷衍了事,更有的因为经营不善甚至关门跑路。

如何规范行业发展、保护消费者权益,在健康理念深入人心、全民健身发展火热的当下显得尤为重要。“冷静期”

的引入,针对“办卡容易退卡难”的问题,进一步明确了消费者权益保护的边界。也要看到,“冷静期”不是包治百病的“千金方”,推动行业良性发展仍需多方发力。比如,消费者需要理性评估自身实际情况,避免冲动消费;有关部门可以探索引入征信黑名单制度、资金存管制度,加强监管力度。

“大浪淘沙始见金”,休闲健身行业是朝阳产业,越是如此,越不能急功近利,也需要一个提质增效的“冷静期”。经营者不妨多下点功夫,为客户提供优质健身体验和服务,多花些心思,有效引导人们养成运动健身习惯。如此“冷静期”将成为最好的引流方式,为行业健康发展打下行稳致远的根基。

团体坛观澜

冬奥会的火炬传递,象征着全人类团结的重要性,我们只有团结在一起才会变得更强。”

2020年3月12日,奥运圣火在希腊古奥林匹亚竞技场成功采集,3月20日抵达日本,原计划于3月26日开始传递,然而就在3月24日晚,国际奥委会和东京奥组委共同宣布了东京奥运会推迟一年。经历了种种,东京奥运会的圣火自抵达日本370天后终于开始了传递之旅。“全世界的人们都将满怀期待地关注着圣火的旅程。”巴赫说,正如本次火炬传递的口号所言,“希望照亮前路”。



在蒙特雷网球赛单打闯入八强、双打获得亚军的郑赛赛保持了较好的状态,她在首轮比赛中以2:6、6:4、6:3击败法国球员费罗。这是郑赛赛4次参加迈阿密网球赛收获的正赛首胜。

在前一日的比赛中,小将王欣瑜以6:2、6:2战胜瑞典选手彼特森,取得职业生涯对阵世界前一百的首场胜利,她将在第二轮迎战西班牙名将穆古拉扎。

东京奥运会火炬传递启动

本报北京3月25日电 (记者刘硕阳)东京奥运会火炬25日从日本东北部的福岛出发,正式开始为期121天的传递,火炬将途经日本47个都道府县的859个市区町村,于7月23日晚抵达东京奥运会开幕式现场。

火炬传递出发仪式当日上午在福岛国家足球训练中心举行。东京奥运会火炬传递大使石原里美和田口亚希点燃圣火盆。岩清水梓等15名夺得2011年女足世界杯冠军的日本队球员和主教练佐佐木刚夫成为首

棒火炬手。东京奥运会的火炬以樱花花瓣为原型设计,长71厘米、重1.2千克,每位火炬手跑步行进200米左右距离后,将圣火传递给下一棒火炬手。将有约1万名火炬手参与到东京奥运会火炬传递中。东京奥组委主席桥本圣子说:“从今天开始,圣火将带着全世界人民对于和平的希望和祝愿开始它的旅程。”

东京奥运会火炬传递开始后,国际奥委会对东京奥组委表示了祝贺。国际奥委会主席托马斯·巴赫说:“东

迈阿密网球赛

三金花闯过女单首轮关

本报北京3月25日电 (记者李硕)当地时间24日,迈阿密网球赛继续女单首轮争夺,王蔷与郑赛赛战胜各自对手,再加上前一日晋级的王欣瑜,共有3名中国队球员闯入女单第二轮。

世界排名第三十九位的王蔷首轮面对资格赛选手博尔索瓦,以6:1、3:6、6:3赢下比赛,这是她在本赛季7场三盘大战中取得的第一场胜利。王蔷将在第二轮迎战19号种子万卓索娃。

走向冬奥

核心阅读

当前,124名运动员正在北京、河北等地积极备战2022年北京冬残奥会。本报记者探营河北张家口崇礼区的雪上项目备战,看运动员如何追逐雪季的步伐,向着冬奥梦想冲刺。

春分过后,不少地方已是暖意洋洋。但在河北张家口崇礼区,时不时的低温和降雪让雪季离开的步伐又慢了些,给了正在这里积极训练的中国残疾人单板滑雪队、越野滑雪和冬季两项队更多时间,以更充分地备战2022年北京冬残奥会。

根据北京冬奥组委发布的竞赛日程,北京冬残奥会共设残奥高山滑雪、残奥冬季两项、残奥越野滑雪、残奥单板滑雪、残奥冰球和轮椅冰壶6个大项,78个

女足全锦赛开赛

比赛为期14天
17支队伍参赛

本报北京3月25日电 2021年中国足协全国女足锦标赛25日在昆明海埂体育训练基地打响。9支女超球队、7支女甲球队以及U20(20岁以下)女足国家队参赛,比赛为期14天。

图为3月25日,陕西女足队员袁雅蒙(右)在比赛中拼抢。在当日的比赛中,陕西女足以2:1战胜河南女足。新华社记者 陈欣波摄

ank 中国光大银行
CHINA EVERBRIGHT BANK

与发光者 逐梦向前

在2021年“全球银行品牌500强”榜单中,光大银行
品牌排名升至第25位,品牌价值突破1百亿美元。

注:全球银行品牌500强榜单由英国《银行家》杂志和Brand Finance共同发布。
数据来源:中国光大银行