

杭州亚运会、亚残运会 在亚运史上首次实现碳中和

本报杭州12月6日电（记者赛皓）记者从杭州亚运会、亚残运会碳中和新闻发布会上获悉：经核算和评价认证，杭州亚运会和亚残运会共排放温室气体88.29万吨，使用绿电减排温室气体2.20万吨，接受社会捐赠碳抵消指标109.99万吨，在亚运会、亚残运会历史上首次实现碳中和。

杭州亚运会、亚残运会碳中和工作实现了多个“首次”：开闭幕式首次使用“数字烟花”代替“实物烟花”；主火炬首次使用甲醇作为燃料实现二氧化碳循环利用；推出首个亚运村低碳账户；首次发行大型活动碳中和数字纪念奖牌；首创编制《亚运会绿色建筑建筑设计导则》等规范；首创首用复杂场景下楼宇数智低碳运行策略；首次推出大型活动碳中和管理平台；在亚运会历史上首次实现全部场馆绿电供应。

场馆方面，杭州亚运会、亚残运会56个竞赛场馆中，新建场馆仅12个且在建设过程中广泛使用新材料、新技术、新工艺；交通方面，亚运会、亚残运会接待、接驳、物流等车辆优先选用新能源车；运营方面，场馆临时设施和赛事器材优先采用租用、借用形式或使用可循环利用材料；亚运村房间的漱口杯、衣架采用可降解的麦秸秆材质。亚运村累计回收纸质餐盒和牛奶盒57吨、其他低价值废弃物92吨，可制成原生纸89.34吨，部分已制成纸扇作为低碳活动纪念品；亚运会工作人员和志愿者服装材质采用可再生材料。

在最大限度减少碳排放的基础上，杭州亚组委、亚残组委发动各地各单位捐赠碳配额、碳信用、碳普惠等抵消亚运会产生的碳排放量。47家单位捐赠碳抵消指标109.99万吨，覆盖浙江省内所有11个设区市，省外单位也主动参与，单位数量远超国内外同类赛事。优先选用浙江对口帮扶的中西部地区和省内山区26县的碳信用、碳普惠等用于亚运会碳抵消，促进区域协调发展。

全民参与为重点，促进低碳理念深入人心之外，杭州亚组委还在亚运合同设置“可持续”章节，举办“绿色亚运 低碳有你”赞助企业绿色行动，引导亚运特许商品和宣传品设计开发优先采用可再生、可循环、可降解材料，推动亚运官方合作伙伴、官方赞助商、官方供应商等将可持续作为企业发展理念，落实绿色办赛理念。比如，通过购票指南、观众指南、媒体宣传引导绿色观赛，电子票使用率超过60%。开展“我为亚运种棵树”活动，1800余万人次参与、植树4800余万株，建设亚运碳中和林26片。

单板及自由式滑雪大跳台世界杯——

赛出风采 逐梦未来

本报记者 李洋 季芳

竞技观察

12月2日，2023—2024赛季国际雪联单板及自由式滑雪大跳台世界杯在北京首钢滑雪大跳台开幕。在中国队的9名参赛选手中，冬奥会冠军苏翊鸣此次成功挑战高难度动作，夺得单板滑雪男子大跳台冠军。刘梦婷首次参加世界杯就跻身决赛，并获得自由式滑雪女子大跳台第七名。年轻队员纷纷表示，通过与强手过招，积累了比赛经验，也更加明确了努力的方向。

本次比赛吸引了来自世界各地的166名优秀运动员，赛场上的精彩角逐引发观赛热潮，带动冰雪运动持续升温。北京冬奥会后，首钢滑雪大跳台再度举办国际赛事，在场馆运行、赛事组织等各个方面赢得各方点赞。

难度升级 稳稳夺冠

将时间拉回到2022年北京冬奥会。在首钢滑雪大跳台，苏翊鸣以两个完美的1800度转体动作获得单板滑雪男子大跳台金牌。近两年后，再次来到熟悉的场地，苏翊鸣成功挑战1980度转体高难度动作，再次站上最高领奖台。

此次比赛，苏翊鸣以资格赛第一名的身份晋级决赛。决赛中，选手们纷纷升级难度，首轮就进入“1800度比拼”，屡屡刷新单跳最高分，竞争十分激烈。

决赛第一跳，苏翊鸣选择了在资格赛中没能完成的反脚内转1800度，他的空中动作舒展流畅，落地平稳，拿到89分，暂列第一。

“这是我一直在挑战的动作，尝试了很久都没能成功，直到本次世界杯正式比赛的前一天才顺利完成。决赛第一跳就完成这个动作，让我后两跳冲击更高难度有了更多信心。”苏翊鸣赛后说。

核心阅读

12月2日，2023—2024赛季国际雪联单板及自由式滑雪大跳台世界杯在北京首钢滑雪大跳台落幕。本次比赛吸引了来自世界各地的166名优秀运动员，赛场上的精彩角逐引发观赛热潮，带动冰雪运动持续升温。北京冬奥会后，首钢滑雪大跳台再度举办国际赛事，在场馆运行、赛事组织等各个方面赢得各方点赞。

次轮竞争更加激烈，日本队选手木保椋真做出全场第一个1980度转体动作，拿到93.50分，冠军归属增加了悬念。

最后一个出场的苏翊鸣稳定发挥，顺利完成了正脚内转1980度的动作，拿到95.50分的全场最高分，也为最终夺冠奠定了坚实基础。

最后一跳，苏翊鸣以一个简单写意的前空翻结束了比赛，最终以总分184.50分在“雪飞天”再度夺冠。

“很高兴回到这个熟悉的场地，并且获得冠军。北京冬奥会后，我的身高、心态都有了不少变化，但对单板滑雪的热爱始终不变。”苏翊鸣说。

这是北京冬奥会后苏翊鸣参加的级别最高的国际比赛。他表示，单板滑雪是一个具有创造性的项目，未来会将难度和个人风格相结合，探索更多可能性。“接下来我最大的目标，是向2026年米兰冬奥会发起冲击。我也希望通过自己的努力，带动更多人参与冰雪运动。”苏翊鸣说。

以赛带练 锻炼队伍

中国队此次共派出9名选手参赛，能够站上世界杯赛场，每名选手都有不小的收获。

19岁的刘梦婷表示，通过比赛，自己看到了与高水平选手的差距，也有了前进的动力。“这是我的第一站世界杯，能站在赛场上，把我想做的动作做出来，已经很开心。这次比赛是我运动生涯一个新的开始，之后我会加倍努力。”

没能晋级单板滑雪男子大跳台决赛的杨文龙表示，每次参赛都是积累和提高。他说：“发挥还不够稳定，大赛经验还是比较少。我很珍惜世界杯这样的比赛，期待下次比赛表现得更好。”

从本次比赛看，挑战高难度动作，追求创意和个性化风格，成为大跳台项目的发展趋势之一。

单板滑雪大跳台和坡面障碍技巧国家集训队领队薛宇认为，单板滑雪项目的竞争愈发激烈，有更多的年轻选手涌现出来，动作的难度系数也越来越高。据介绍，目前世界上已经有两名选手能完成2160度转体动作。除了欧美一些传统强队，日本队近年来进步很快，在该项目已经形成了一定的集团优势，本届世界杯有7人获得参赛资格，多人跻身决赛。

“我们正在借鉴世界强队的人才培养模式和训练方式，不断提升自身实力。”薛宇说，队伍接下来还将参加世界杯分站赛，以赛带练，锻炼队伍，“要努力利用好2026年米兰冬奥会前的两个完整赛季，积累大赛经验、提升竞技水平。”

在单板滑雪女子大跳台决赛中，两届冬奥会该项目冠军、奥地利名将安娜·加塞尔发挥稳健，以总成绩174.00分获得金牌，澳大利亚选手和日本选手分列第二、第三位。

自由式滑雪大跳台的竞争同样激烈，

在男子决赛中，美国选手亚历山大·霍尔以微弱优势夺冠。在女子决赛中，瑞士选手玛蒂尔德·格雷莫德夺得冠军，英国选手和意大利选手分获银牌和铜牌。

保障全面 获得好评

虽然气温较低，观众们的观赛热情却丝毫不减。每当选手做出高难度动作，观众席上都会响起阵阵喝彩声。

获得自由式滑雪男子大跳台亚军的加拿大选手爱德华·泰里奥表示，现场热烈的氛围令他印象深刻。“很高兴能来到中国参赛，滑雪是我非常喜欢的运动，能够晋级世界杯决赛，对我来说意义非凡。”

本届世界杯是首钢滑雪大跳台在北京冬奥会后迎来的首场国际顶级赛事。为保障赛事顺利进行，赛事各相关方细化办赛及保障细节，筹备工作有条不紊。

据了解，为了保证运动员滑雪的舒适感，本次世界杯采用了碎冰造雪的方式，通过碎冰机将一方冰块碎成雪末，再由推雪车将雪末推平压实。待赛道铺设完毕，再向雪面喷水撒盐，形成优质的“冰状雪”，以此保证每名运动员滑行时的雪况基本相同。此外，主办方对场地的地面及周边设施进行了修复和完善，以确保观众拥有良好的观赛体验。

安娜·加塞尔又一次站上了首钢滑雪大跳台的赛道。她曾在北京冬奥会上获得单板滑雪女子大跳台冠军，此次又将该项目的世界杯金牌收入囊中。夺冠后的安娜难掩激动：“我喜欢中国，每次来中国参赛都有出色的表现，都会留下美好的回忆。首钢滑雪大跳台是世界上最好的大跳台之一，雪质很棒，有利于运动员做出更完美的动作。”

“能在这里夺得冠军，真的很酷！”自由式滑雪女子大跳台冠军玛蒂尔德·格雷莫德说，“这个场地是迄今为止我滑过最好的场地，在现场我感受到观众的热情，能让更多人看到我们的比赛，对推广这项运动有着重要意义。”

国际雪联竞赛主任罗比·莫雷西表示，很多运动员在北京冬奥会和这次世界杯上取得了好成绩，他们对首钢滑雪大跳台的设施和服务大加赞赏。“这块场地地理位置非常好。在这样的场地举办高水平、有影响的赛事，有助于让更多人了解、参与冰雪运动。”他说，“这次来北京，我已经看到包括中国年轻运动员在内的许多优秀年轻选手崭露头角，期待他们在未来取得更出色的成绩。”

助力中国金融品牌建设

中信银行举办“信·新”品牌高质量发展论坛

10月30日至31日，中央金融工作会议举行，明确提出金融工作要以加快建设金融强国为目标。

为深入学习贯彻中央金融工作会议精神，由中信银行主办的“信·新”品牌高质量发展论坛于11月23日在北京举行。本届论坛以“信·新”为主题，以探讨中国金融品牌建设为出发点，吸引了来自金融机构、智库、媒体、高校、企业、品牌评估机构等领域的代表和专家学者共聚一堂、建言献策，积极探寻高质量金融品牌建设的新路径，为助推更多中国金融企业走向世界前列贡献智慧。

品牌是企业竞争力的综合体现。为进一步做大做强金融品牌，本届论坛期间，中信银行提出多项举措，建议依靠金融创新，推动品牌可持续发展；积极走向世界，做实金融品牌。

此外，本届论坛发布了《中国银行业品牌调研报告（2023）》，还发起“信新同行”品牌行动倡议，呼吁实施金融品牌战略，完善金融品牌培育发展机制，共同呵护金融品牌成长，积极培育金融品牌标杆，加强金融品牌经验交流，传递中国金融品牌理念，讲好中国金融品牌故事，打造中国金融“百年老店”，不断增强全球消费者对中国金融品牌的认同，为我国加快建设金融强国作出应有贡献。

中信银行充分发挥自身优势，积极服务实体经济，为国家经济社会发展贡献金融力量，并以“致广大而尽精微”理念做好金融品牌建设

中信银行在过去36年的发展过程中，将“信”的品牌基因根植到发展的每个阶段，推出“让财富有温度”的品牌口号，坚持以“有温度”的服务为客户带来暖心体验，以“有温度”的管理凝聚内部发展合力。

与此同时，中信银行持续提升老年人金融服务水平，为营造敬老服务的良好金融环境，在全国设立55家“幸福+”网点，为老年群体提

供更周到、更暖心的金融服务。

中信银行始终坚守服务实体经济职责使命，锚定高质量发展目标，不断强化跨境金融服务效能，持续深化银企合作力度，在普惠金融、乡村振兴等领域持续发力，在品牌建设之路上阔步前行。

数据来源：中信银行



让财富有温度



品牌高质量发展论坛

China CITIC Bank's Confidence and Innovation Brand High-Quality Development Forum

2023年11月 中国·北京