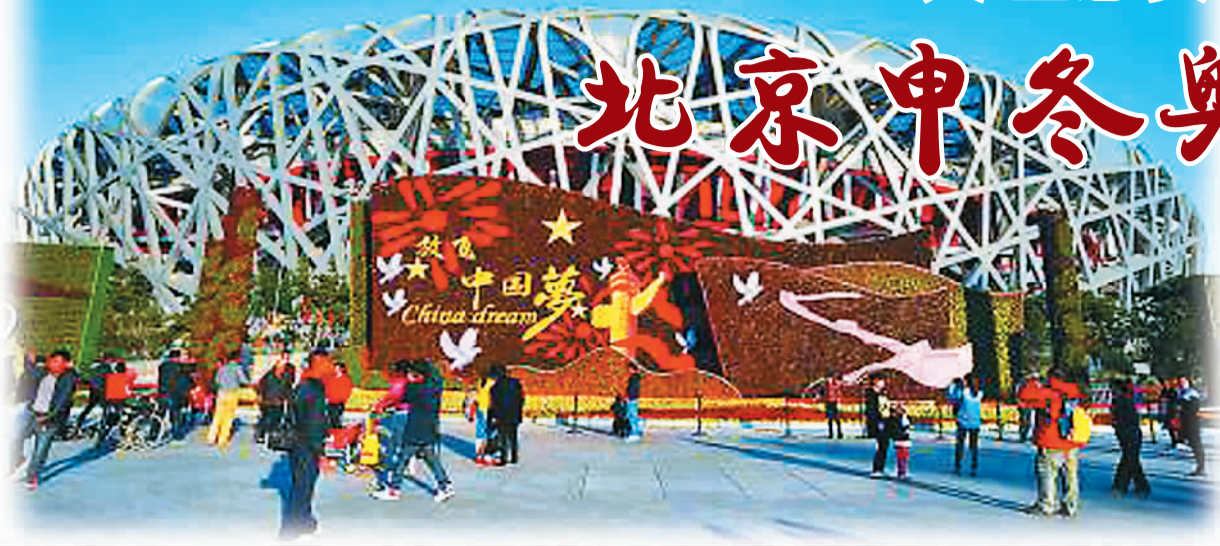


聚焦京城

三大理念贯穿始终 空气治理列为重点

北京申冬奥助推山青地绿天蓝

本报记者 赵鹏飞



近日,北京冬奥申委向国际奥委会正式递交了申办2022年冬奥会的《申办报告》。这份中文版约11.5万字的《申办报告》,集中体现了北京申办2022年冬奥会的三大理念、筹办和举办必备的愿望、条件和能力等内容,是北京申办冬奥会最重要的官方文件。其中,《申办报告》把空气治理这一百姓的热切期待列入重点解决的问题,“奥运蓝”、“APEC蓝”有望成为生活中的常态。

制定空气治理计划

近几十年来,随着工业化步伐加快,中国经济在高速发展的同时,也带来了诸如空气污染等“副产品”。北京在举办2008年奥运会及2014年APEC会议期间,临时采取多项管控措施,空气清新、质量优良,一度被人们称为“奥运蓝”、“APEC蓝”。

目前,北京制定的空气治理计划已被纳入《申办报告》。这既是北京给国际社会的承诺,更是给人民群众的承诺。“政府用了壮士断腕的决心和最严厉的措施,希望能够还老百姓一个蓝天,我们对此有信心。”北京冬奥申委新闻宣传部部长王惠强调,北京对空气污染问题非常重视,正在

实施2013-2017年清洁空气行动计划。

按照北京市清洁空气行动计划,2014年北京全市5400蒸吨燃煤锅炉“煤改气”任务已提前超额完成,从2014年冬季采暖季起,将少排放二氧化硫4204吨。按照第一阶段目标,经过5年努力,北京市的细颗粒物年均浓度要比2012年下降25%以上。

在实现中国梦的进程中,人们渴望走出一条可持续发展的健康之路,使“奥运蓝”、“APEC蓝”成为生活中的常态。而申办2022年冬奥会将助推这一进程的实现。随着北京联合张家口申冬奥的有序开展,京津冀一体化加快推进,涵盖空气质量提升、冬奥会申办的产业结构调整、区域分工协作等战略布局逐渐清晰。



促进低碳产业发展

申办和筹办冬奥会,将大大促进体育文化、旅游休闲等低碳产业发展,优化生态环境。“如果能够成功申办2022年冬奥会,无疑会促进国内的产业转移与升级。”北京体育大学教授邱招义表示,通过大力发展体育产业来拉动内

需,以体育产业为本来进行发展,尤其是要促进体育服务业的发展,通过体育服务业来带动体育消费,以更加绿色的方式拉动国内经济增长。

“北京和张家口目前已经拥有了世界级的雪场,”邱招义表示,这些顶级的场馆和设施不仅可以为运动员训练提供优越的条件,同时也可以为大众提供集体休闲旅游和运动健身为一体

计划,共同推出奥运旅游一卡通等。从2014年冬季开始,北京旅游线路中将加入崇礼滑雪、蔚县过年等元素。

2015年,京津冀三地也将在交界处互相设置对方的旅游景区交通标志牌,并将共同编制一张电子地图、一本路书,举办京津冀旅游投融资对接会,联合推出冬季旅游产品,助力冬奥会的申办、举办。

力度的加大以及人们消费能力和运动观念的变化,京津冀地区冰雪运动发展潜力迸发,势头迅猛。以崇礼地区的雪场为例,本赛季前来滑雪的人数屡创新高,预计游客人数将突破200万人次。北京周边的多个雪场也出现参与人数井喷的态势。首次举办的“北京市民快乐冰雪季”将开展冬季项目活动近50项,全市20家滑雪场、7家室内冰场全部开放,预计将吸引300万人次参与。

“随着中国国力的增强,经济实力的提高,人们已经逐渐由追求物质发展为追求快乐、追求健康、追求运动、追求健美,这种思想观念的转变是极其重要的,可以从根本上改变人们对于冰雪运动、对于体育的态度,从而从自身做起,参与到体育运动中来。”邱招义表示。

推动冬季运动普及

北京申办2022年冬奥会的一个目标,是在数亿青少年中传播和弘扬奥林匹克精神。让冰雪运动被广大青少年热爱,尤其是在以北京、张家口为核心的华北地区大力推广冬季冰雪运动项目。

仅仅提出申办一年间,随着传播



的好去处,在玩耍中增强体质,在运动中收获快乐,真正使冰雪运动成为人们日常生活的一部分,让体育运动成为人们的一种积极健康的生活方式。

北京市旅游委与张家口市政府已于2014年12月签署奥运旅游协同发展对接备忘录,两地将在规划、宣传、设施、市场和培训等5个方面实现对接,包括共同编制京张冬奥旅游行动

龙庆峡冰灯艺术节开幕

北京市第二十九届龙庆峡冰灯艺术节日前开幕。申冬奥成为本届艺术节的主题,从外形到颜色、从理念到文化,处处彰显中华儿女企盼冬奥会的热情。
新华社记者 张宇摄



上:以竞技滑冰为主题的冰雕引人注目。
中:龙庆峡冰灯艺术节上洋溢着浓浓的奥运氛围。
下:游客们在五环冰雕处留影。

公交历史上体型最大 单车每年少排污96吨

电 站 鱼 驾 临 京 城

尹晓宇 熊超 刘天阳

作为清洁空气的重要举措之一,运行了近7年的北京快速公交三号线改为电车运行。1月15日,北京市昌平区首批“快三”电车载客试运行。

新“快三”车身以灰色调为主,配有蓝色线条,车长18米,外形整体呈流线型,车头“大嘴”向外突出,远远望去酷似动车车头,被公交迷称为“电鲇鱼”。该车最大载客人数可达150人,这也是北京有史以来体型最大的双源电车,能满足快速公交大容量的运营需求。“电鲇鱼”未来将从安定门驶往位于昌平的宏福苑,全程22.67公里。

该车采用了电机驱动,与常规车相比,没有发动机的抖动,刹车没有刺耳的声音。此外,“电鲇鱼”在总线控制技术上将电机、电池系统、仪表、辅助系统之间进行数据通讯,监控各个系

统,一旦出现故障,可直接反映在仪表盘上,实现故障报警。同时加上GPS/GPRS系统,及时将信息发射到总站,总站也可以马上进行车辆调度、故障处理,提高了车辆的安全性能。

在环保性能上,“电鲇鱼”的生产公司——青年汽车集团告诉记者,该车为纯电动城市客车,零污染、零排放,与常规柴油车相比,单车每天减少二氧化碳等污染物排放263千克,单车每年可减少二氧化碳等污染物排放约96吨。

驾驶过“电鲇鱼”的师傅介绍说,对于这个“大家伙”的安全驾驶,有很高的要求,司机必须有5年以上安全驾龄,驾证与车型相符,还要求比较年轻等。司机师傅告诉笔者,只是稍微地增加了难度而已,并且主要是在转弯上。但这个难度对于经过严

格选拔上来的师傅们来说在可控范围内。

为了保障“电鲇鱼”的运行,运行线路进行了专门的改造,在充分利用现有线网的基础上,架设15.55公里双对线网,栽立658根线杆,铺设电缆管沟17200米。目前,“油改电”的架设线网、栽立线

杆、铺设电缆等前期改造工作已经完成,正在进行车辆的调试和走线工作。

北京公交集团表示,未来将加快单一燃油车辆向电驱动车辆、清洁燃料车辆的转换,特别是在发展电驱动车辆中,优先发展技术成熟的双源电动公交车。



2008年北京举办的第29届夏季奥运会,给世界留下了“无与伦比”的精彩回忆。如今,同样是北京这座中国历史文化名城,又携手张家口共同申办2022年的冬奥会,这无疑让奥林匹克精神再一次得到有力弘扬的绝佳机会。

前不久,冬奥申委委托我担任申冬奥系列宣传片的总导演,让我做一名申冬奥的宣传队长,我深感责任重大。目前,北京冬奥申委已经推出了3版宣传片,其中有一部还获得了第32届米兰国际体育电影节体育短片单元金花环大奖,在网上流传也很广。尽管如此,作为一名导演,我还是希望在申冬奥的宣传创意方面能获得进一步突破,做出能引起人们强烈共鸣、打动人心东西来。

每一个人都会注意到,互联网对生活的改变已经渗透到方方面面,所有优秀的创作都难以脱离这种影响而独立存在,互联网也给了我们电影人很多启发。其中,“自拍”深受当今世界、尤其是年轻人的喜欢,既便于传播和分享,又能够充分展现自拍者的自我风貌、个性和爱好。不得不承认,现在年轻人的创意都很新颖,拍出来的东西也颇有难度,有时让我们专业拍电影的人都叹为观止。

因此,我们在今年推出了“快乐滑行”这一视频互动平台。网民可以将自己、家人、同事、同学、朋友等任何与申冬奥及冰雪运动有关的生活点滴自拍成一段视频,上传到腾讯微视的官方账号。必须说明,这种交流是“零门槛”的,有人问父母带孩子堆雪人算吗?算!会画画的人在家画个冰花可以吗?可以!南方没有雪,那就拍个自己吃冰淇淋的行吗?当然行!如果你是诗人,自拍吟诵一段关于冰雪的诗歌能传吗?非常欢迎!网友自拍的视频将经过筛选、剪辑,成为北京申办2022年冬奥会宣传片的重要创作素材。

俗话说,“三个臭皮匠顶个诸葛亮”。自拍将集合无数人的创作智慧,也能够直接反映出中国民众对冬季运动的热情和支持申办冬奥的心声。将自拍视频加入宣传片,可以最大限度地发挥互联网和年轻人的优势,由其组接而成的宣传片将是十分独特的。此前各申冬奥城市的宣传片中,都不曾采取自拍素材的形式。这样一来,集众人之智,比我们几个导演坐在屋里绞尽脑汁策划橱窗式的展示要强得多。

申办冬奥有一套标准的流程,下一阶段根据国际奥委会的要求和申办工作需要,还将有很多宣传片亮相。我们也将采取一系列的“规范动作”,将北京和张家口在场馆建设、服务保障、空气质量等方面的努力以及北京这座古城的传统文化元素细致地展现出来。但无论如何,冬奥是属于我们每一个老百姓的,在互联网时代为申冬奥宣传助威也不再是专业人士的专利。大家都参与进来,这就是北京申冬奥最大的优势,相信国际奥委会也会很有期待感。

现在,大家称我为申冬奥的总导演,也有人把我当成申冬奥的主力宣传员,但是我热切地盼望更多的人能拿起自己手中的各类“自拍神器”,记录冰雪生活的点滴。这样一来,每个人都能当申冬奥的导演,每个人也都是申冬奥的宣传员,大家一起努力去点燃中国冰雪运动的火炬!

(作者张艺谋为著名电影导演)



每个人都能当申冬奥的导演

张艺谋

名家 话北京