



今日 1 叠 12 版
总期数第 8433 期

今天
多云
东到东北风3-4级
0-8℃
明天
阴转小雨
东北风3-4级
3-7℃

新闻晨报

热烈祝贺 亲切慰问

中共中央国务院给北京冬奥会中国体育代表团发来贺电

>>>02 版-03 版

追/求/最/鲜/活/最/实/用/的/新/闻 SHANGHAI MORNING POST

2022年2月21日 星期一 农历正月廿一



世界大同 天下一家

习近平出席北京冬奥会闭幕式 中国代表团 9 金 4 银 2 铜创历史最佳战绩

北京冬奥特别报道
>>>02 版-08 版



冬奥之后

子不语

图片/新华社 制图/潘文健

在过去的十几天里,冬奥会牢牢占据着中文互联网的热度中心。从王濛到谷爱凌,从羽生结弦到俄罗斯的“千金”……热搜榜上每天滚动的话题,大多带着冬奥的标签。

随着最后两个长距离越野滑雪项目奖牌的颁出,北京冬奥会降下了帷幕。中国代表团以 15 枚奖牌收官,取得了历史上的最好成绩。

天下没有不散的筵席。除了奖牌与十几天的热度,北京冬奥会还能给我们留下什么呢?

冬奥会引爆了一波冰雪运动的热度,不过要让这样的热度和影响力持续更长时间,甚至形成中国冰雪运动的长足发展,欠缺的仍是“自己玩”和“比赛”之间的共鸣。

要解决这两者之间的弥合,关键有两点,“钱”和“故事”。

冰雪运动依靠政府为主体进行投资明显是不够的,需要社会资本的广泛进入。这就是“钱”。而吸引更多资本参与进来的前提,就是有更强烈的冰雪运动参与意愿,更广泛的冰雪运动参与人群,令投入可以尽快得到回报。

资本与大众之间需要一座桥梁,一个链接,那就是“故事”。

决定体育运动关注程度的,其实就是运动员,以及运动员背后的故事。多少人是因为科比而不肯放下手里的篮球,多少人是因为 C 罗梅西隔着时差熬夜看欧洲联赛。

一场比赛哪怕再精彩,也只有几十分钟,在

这个速朽的时空里,支撑不了观众对运动的消费需求。只有精彩的故事,能被用在漫长的时间里,作为自己热爱一项运动的支撑。

而且绝大部分观众其实都看不懂比赛中真正专业的部分。就像花滑,没有羽生结弦的话,大部分人永远不会知道什么是 4A,但正是有了羽生结弦那执念式的故事,我们竟然记住了阿克塞尔四周跳的技术要领。

大众需要故事来被运动员圈粉,被运动项目圈粉,资本同样需要这些故事。有了这些故事,运动项目就不单单是运动项目,而成为能产生巨大价值的 IP。

没错,冰雪运动要凝聚大众和商业,形成良性发展,其中最为关键的因素之一,就是打造

冰雪运动的文化背景。肥沃的文化背景,才是其成长的佳壤,发展的暖房。

冬奥会诞生了一批好的故事,除了谷爱凌苏翊鸣这些冠军的故事,还有羽生的执着,马耳他“豆包女孩”的可爱……这些都是很好很好的故事。希望我们能把这些故事继续讲下去、进一步传播开。

中国有十四亿人口,许多人包括南方人都对冰雪有一种天生的向往和情怀,中国冰雪运动的基本盘不会差。中国有美丽的东北、新疆……中国冰雪运动的硬件也不差。冬奥起了一波蓬头,那么接下去,就看这十几天的热度,能不能转化成冰雪运动的文化背景了。

这真的很酷。