

告别竞技场,职业表演冰场见

羽生结弦:我会变得更好

晨报记者 甘慧

这一天终究还是来了。日本当地时间昨天17点,花滑界的传奇羽生结弦在日本东京正式宣布:将不再参加国内外竞技体育赛事,转向职业花样滑冰运动员。在竞技运动生涯中,羽生结弦共打破19次世界纪录,是花样滑冰历史上包揽奥运会、世锦赛等国际大赛男单项目冠军的超级全满贯第一人。

新闻发布会上,羽生结弦透露,他其实早在4年前的平昌冬奥会后就考虑过退役,“觉得自己该拿到的成绩都拿到了,平昌冬奥会的时候我就想过要退役了。”平昌冬奥会上,羽生结弦成功卫冕,成为索契、平昌连续两届冬奥会男子单人滑冠军得主。

但是,挑战4A(阿克塞尔四周跳)战胜了退役的念头,让他坚持了下来。“在我心中,结束平昌冬奥会之后,就是向着职业运动员方向去努力的时候了,但那时还有4A想要追求,我就一直到了北京冬奥会,在北京冬奥会上跳了4A。”

北京冬奥会的旅程,羽生结弦并不顺利:先是在短节目的比赛中冰刀卡到了冰面上的一个小洞,首个跳跃动作没有完成;自由滑比赛前一天的

训练,右脚脚踝扭伤,打了止痛针登场比赛;比赛中,4A落地时重心没有控制好,摔倒在冰面上。最终,羽生结弦未能站上北京冬奥会男子单人滑的领奖台,获得第4名。

“最后下定决心是在北京冬奥会结束之后。从北京回来,在我治疗脚踝伤势,不能上冰的时候,我想了很多。我觉得已经没有必要一直在竞技的舞台上待着。最近参加Fantasy on Ice,自己作为业余花滑选手进行表演的时候,我产生了‘我想要站上更高舞台’这样的想法。”

羽生结弦所谓的更高舞台,是指职业冰演的舞台。在这个舞台上,他不用限制于规则,可以尽情展现花滑之美,通过花滑诠释他的世界观、价值观。“我很憧憬的时代花滑,是可以呈现更能触动心灵的表演。我自己是否做到了这样的表演,我自己也无法彻底去评价,但今后我想要多地表演这样的花滑。接下来规则也会发生变化,可能还会有各种变化,但我想要追逐自己最喜欢的花滑,想要继续追逐自己理想中的花滑。”

从羽生结弦的这段话可以看出,国际滑冰联盟近期对于规则的修改,也推动了羽生结弦做出告别竞技花滑赛

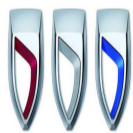
场的决定。国际滑冰联盟将打分规则中的“5大项”合并为滑行技术、编排、表演展示“3大项”,并对得分标准多有增删,基础滑行技术所占比重提升,音乐诠释、表演合并为“表演展示”后精简了具体要求,这很可能让花滑节目的流畅性、艺术性降低,这显然不是羽生结弦心目中理想的花滑。

羽生结弦退出了竞技花滑的舞台,但他对于4A的追求并没有就此结束。发布会上,羽生结弦明确表示自己还会继续挑战4A,“在我今后的表演中,可能会将4周半跳(4A)展示给大家,我现在还在练四周半跳。”羽生结弦还说,“可能会让更多人看到我的挑战,我觉得追逐4A这些并不局限于竞技比赛,接下来我更加努力地挑战,包括4A在内。”

此时此刻回首羽生结弦北京冬奥会表演滑上那段经典的《春天,来吧》,那深情的吻冰礼,仿佛是他与过去作别,与他的竞技花滑生涯作别,从而去迎接崭新的“春天”。昨天的新闻发布会上,羽生结弦说,“我会经常意识到可能改变的地方,可以让自已变得更好的地方。可能未来技术上还会有一些变化,请你们期待我吧,我会变得更好。”

日本花样滑冰运动员羽生结弦在日本东京召开新闻发布会 图片/新华社 制图/张继

“大奖收割机” | 解码别克收获 J.D. Power 中美“双第一”的密钥



BUICK

众所周知,全球知名市场调研机构 J.D. Power 每年都会发布不同类型的研究报告,并且这些报告和数字已逐步成为汽车市场的风向标,对于广大消费者而言也有着越来越高的参考价值。

从 J.D. Power 最近公布的研究报告结果来看,别克品牌再次成为“大赢家”:在国外, J.D. Power 2022 美国新车质量评选榜单中,别克以优异表现将一众品牌挑落马下,成功拿下榜单头名;在国内,别克荣膺 J.D. Power 2022 中国销售服务满意度主流车品牌第一,这也是其连续第三年在该项评选中摘得冠军宝座。这两项荣誉进一步证明了别克在产品品质和服务体验层面的金牌口碑。



吸引了不少消费者的关注。这两款新车均采用全新品牌标识、全新设计理念,用未来的审美造属于未来的车,这也是新别克的实力所在。

在产品布局层面,从 2022 年到 2025 年,别克将在中国推出 12 款全新车型,包括 5 款全新一代电动车,发力 MPV、SUV 及轿车等主流新能源市场,且其中的 2 款奥特能平台电动车型将在今年与消费者见面。此外,别克还将引入多元化驱动系统,为消费者带来包括纯电动、全混、插混、轻混等多样化驱动选择;高端子品牌艾维亚将覆盖更多产品系列,不断向上开拓细分市场。技术布局方面,别克将同步通用汽车在智能电动时代的多项优势科技,全面落地包括 Ultium 奥特能电动车平台、新一代 Super Cruise 超级辅助驾驶系统、全新一代 VCS 智能座舱等前瞻科技,并加速智驱、智联与辅助驾驶技术的更新迭代,将前沿科技快速转化为用户触手可及的智慧出行体验。

对于别克品牌而言,在 J.D. Power 各项榜单评选中拿奖拿到手软,正是其强大品牌力和硬核产品品质的真实写照,同时这些荣誉也为其品牌焕新之路打下了坚实的基础。无论是向电动化冲锋,还是突破 MPV 天花板,别克显然已经对未来规划得井井有条。全新的品牌标识、全新的发展规划、全新的设计理念、全新的智能科技……可以预见,始终与时代同频共振的别克,即将树立新的行业标准,开辟新的市场格局。

(于大卫)

J.D. Power 既是汽车品牌品质“试金石”,亦是消费者购车“参考书”

以往关于汽车品质,消费者大多靠的是口口相传。用户的评价虽然真实,但也经常出现个例的情况, J.D. Power 就是采纳和收集广泛的用户评价,以更大范围的用户口碑提供较为可靠的指标。从独立性和客观性上讲, J.D. Power 公布的研究报告对于消费者购车起到了更

为重要的参考意义。

以 J.D. Power 2022 美国新车质量研究报告为例,这份报告主要调研对象是今年 2 月至 5 月期间购买和承租 2022 款新车的 84165 名用户,评分标准为每 100 辆车 90 天内上报的质量问题数量,得分越低说明产品质量越好。其中别克以 139 PP100 的得分,位列所有品牌新车质量排行榜榜首,远低于 180 PP100 的行业平均值。

从榜单来看,将近三分之二的品牌故障数高于平均值,而以可靠、省心著称的丰田,排名在十名以外,得分为 172 PP100;日产和本田成绩也不太理想,分别为 167 PP100、183 PP100,而 J.D. Power 发布的 2022 年中国汽车销售满意度研究 (SSI) 调查报告则覆盖了国内 70 个城市,涉及 50 个汽车品牌。从在线体验、入店前沟通、到店接待、店内看车、试乘试驾、交易过程、交车过程七大流程对各汽车品牌服务进行调研。在严苛的标准之

下,别克连续三年蝉联 2022 中国销售服务满意度主流车品牌第一,充分展现出其行业领先的销售服务水平 and 不断优化的客户服务体验。

别克之所以能够屡屡成为 J.D. Power 榜单的最大赢家,并非靠运气,而是其品牌软硬实力的真实体现。尤其是在中国,别克品牌以全球同步的态度对待中国市场,并深度融入中国文化与主流价值观,践行“在中国,为中国”的发展方针。从 1998 年以“当代精神造当代车”的胆识,与全球同步引入首款中高档轿车;到 2004 年以“心静思远志在千里”呈现一代造车人的开阔眼界和远大抱负;再到 2019 年,强调以“智能科技”为抓手,提出“心静思远智行千里”的品牌新主张。品牌的每一次突破与变革,都代表了别克对时代的深入洞察与回应,为品牌发展不断提出新的要求,提供新的动能。

新别克,蓄势待发

近年来,面对产业巨大变革、市

场深度调整、消费理念升级,以及行业电动化、智能化、网联化加速发展等内外部环境,别克着眼品牌的可持续、高质量健康发展,扎实推进产品与技术更新换代,不断升级用户体验,持续强化面向未来的核心竞争力。

6 月初举办的 2022“别克品牌日”活动上,别克发布了全新品牌标识,新标识保留了“三色盾”经典元素,取消了圆形外环,整体视觉效果更简洁,更富科技感,也更符合时下消费者的审美。“三色盾”以平行开放的设计,展现出进取的姿态和引领的实力。三个“盾牌”依次排开,分别代表了别克品牌“安全、质感、舒适”的产品基因。

别克通过对品牌标识进行全新演绎,对外展现了其将向“更电动、更智能、更高端”目标转型的决心与勇气,品牌发展新纪元即将开启。

与此同时,别克还带来了 GL8 世纪 CENTURY 和 Electra-X 纯电概念 SUV 两款重磅战略车型,

