

冬奧「冰墩墩」引爆購買潮

設計師：創作追求滿足童心「一墩難求」超乎想像

北京冬奧會吉祥物「冰墩墩」近日引爆購買潮，導致「一墩難求」。北京冬奧組委6日回應說，已和各生產企業進行溝通，採取積極措施推進產品生產，同時也提示大家，不要忘記「雪容融」。6日晚，「冰墩墩」設計團隊負責人、廣州美術學院教授曹雪連線作客央視新聞《相對論》節目時表示，完全沒有想到「冰墩墩」能夠如此受歡迎。曹雪透露，創作過程9歲兒子起到重要作用。曹雪本人亦受到媒體的追捧，他告訴記者，如今，包括日本媒體在內，他的採訪檔期已經安排到本月底。



民眾不顧天氣寒冷排長龍購買冬奧紀念品。美聯社

曹雪表示，在冬奧會開幕之前，他原以為可能在賽事前期，有一部分人出於收藏考慮，會去購買吉祥物。如今看到專賣店和網上渠道，「冰墩墩」被購買一空，完全出乎他的想像。在2月4日之前，設計團隊每個人手上都只有五六隻「冰墩墩」，且春節前已送出去了。現在，他們手上也沒有渠道拿到貨，即使通過線上線下渠道購買，也「一墩難求」了。

談到「冰墩墩」為何如此受捧，曹雪提起創作過程中的一個細節。根據冬奧組委會的設想，奧運會吉祥物的目標消費者主要是9歲左右的青少年群體，因此，在設計的時候，他們就很注重這方面。在設計之初，曹雪的兒子正好9歲，為此，在做好保密工作的前提下，他們會把不同的設計作品以及每一款作品的不同風格，先給兒子「過目」。他認為，類似吉祥物這樣的設計作品，萬般理論，都不及小朋友的眼睛。因此，創作中，只要是他兒子喜歡的，他就會偏向於那一款。最終，呈現

的設計作品受到官方的肯定，如今，再受到市場的肯定。

曹雪表示，並不擔心「冰墩墩」過氣。他透露，「冰墩墩」的設計創作過程，每一頁稿紙都送到了奧組委在瑞士的總部，產品也有館藏。未來的奧運會，吉祥物設計團隊都會翻閱歷史上的作品，令到「冰墩墩」、「雪容融」以這樣的方式留存長久。

廠家8日開工 全力生產補貨

作為「冰墩墩」「雪容融」毛絨玩偶的生產廠家之一，位於江蘇省啟東市的南通金鳳凰工藝玩具製造有限公司（簡稱「金鳳凰玩具」）也庫存告急，公司計劃8日開工，全力生產補貨。

金鳳凰玩具是參與「冰墩墩」「雪容融」毛絨玩偶設計製造的3家企業之一，主要負責毛絨玩偶的製造。據公司副總經理袁映輝介紹，春節之前，公司臨時接到北京奧組委的臨時加單，要求在原本交付的訂單基礎上再多生產5萬套「冰墩墩」



「冰墩墩」線上線下都被搶購一空，導致「一墩難求」。圖為市民在「冰墩墩」形象前合影留念。資料圖片

「雪容融」。為此，原本已經放假的金鳳凰玩具召回工人緊急趕單，終於在春節之前交付。

隨後，金鳳凰玩具正式放假，目前仍在假期之中。「冰墩墩」「雪容融」銷售異常火爆也出乎金鳳凰玩具的意料，但是公司已經沒有任何庫存，只有等到8日正式開工之後才能生產補貨。

深圳迎節後返程客流高峰

6日，深圳迎來節後首個返程客流高峰，記者從深圳鐵路部門了解到，深圳地區各站到達旅客34.86萬人次。根據最新的疫情防控要求，途經中高風險地區及有陽性病例報告地區的旅客，抵深須落地核酸檢測，適時調整落地核酸檢測地區。目前，深圳各火車站已暫停往來中高風險地區和有陽性病例報告地區的道路客運服務。

針對返程客流集中到達的情況，深圳各火車站在旅客下車出站流線關鍵部位加派人手，做好電梯、站台、通道、出口等關鍵位置的安全防護和引導工作，確保到達旅客快速有序出站。為了給旅客營造安全出行環境，深圳鐵路部門嚴格落實防控要求，加強候車室通風換氣、衛生保潔、日常消毒等衛生管理要求，每天安排專人對候車區、票廳、出站通廊、扶梯等公共場所進行消毒。

高速公路方面，今年返程車流與往年不同，呈現出分散式、小範圍的高峰。深圳市交警局表示，今年春節高速路況暢順有序，惠鹽、深汕等往年較為繁忙的高速公路均一路暢通。

雖然留深車輛總體增加，但受天氣和疫情的影響，市區道路交通順暢，各主幹道和高快速路均無擁堵情況。預計元宵節和節後第一個周末，仍會有一個返程小高峰。



陝西本土疫情清零，2,080病例全部治愈出院。圖為西安街頭車水馬龍。資料圖片

陝西本土確診病例清零

記者6日從陝西省衛生健康委員會獲悉，2月5日零時至24時，陝西無新增報告本土確診病例、疑似病例、無症狀感染者，治愈出院7例。至此，該省本輪疫情本土確診病例已全部治愈出院。

自去年12月9日以來，陝西省累計報告本土確診病例2,080例，全部集中在西安救治。據悉，陝西先後騰空3家醫院作為定點醫院，組織5,000餘名醫務人員進駐隔離病區，堅持關口前移治療輕症患者，「一人一策」治療重症患者。

去年12月29日，陝西本輪疫情首批4例新冠肺炎確診患者治愈出院。1月24日，西安市中高風險地區清零。2月5日，陝西本土確診病例全部治愈出院。1月21日開始，陝西已連續10餘日無新增本土確診病例。

目前西安已進入常態化疫情防控階段。西安市疾控專家提醒，「低風險不等於沒風險，常態化不等於正常化」，鑒於新冠病毒的傳染特性，在疫情防控進入常態化階段，仍要做到「戴口罩，勤洗手，保持1米以上安全距離」等防疫措施。

冬奧元素扮靚北京 引民眾打卡



■天安門廣場「精彩冬奧」主題花壇吸引民眾駐足。中新社

純潔的冰雪，激情的約會。在「雙奧之城」北京，長安街上不同主題的冬奧主題花壇成為春節一道風景線，莊嚴肅穆的天安門廣場、歷史悠久的前門步行街、車水馬龍的王府井步行街都設置有專門的冬奧景觀，冬奧元素扮靚北京

大街小巷，吸引市民、遊客拍照「打卡」留念。

在天安門廣場中心，「精彩冬奧」主題花壇頂高17米，以中國結為主景，結合冬奧會會徽以及冰雪元素，傳達對北京冬奧會美好祝福。花壇底部直徑38.6米，為五環環繞在一起並嵌有雪花圖案，寓意五洲同慶冬奧會。

長安街沿線布置主題花壇4處，其中西單西北角「開放冬奧」主題花壇，以飄舞的冬奧會和冬殘奧會會徽為主景，配以絲帶、雪花、燈籠等元素，體現了在奧林匹克精神的感召下，與世界人民攜手共進、守望相助。在北京奧林匹克公園玲瓏塔南側，「一起向未來」花壇以奧運主題

中國結、主題口號為主景，冰墩墩、雪容融為前景形成迎賓畫面，同時配以雪花、飄帶、冬季綠植等元素，營造出冬奧盛會喜慶氛圍。

景觀帶動冬奧熱度飆升

北京中軸線景觀照明也加入了冬奧元素，永定門公園南廣場兩側的北京2022年冬奧會會徽、冬殘奧會會徽一齊點亮。春節期間的北京，裝扮各異的冬奧花壇、憨態可掬的冰墩墩和雪容融、掛滿樹梢的雪花彩燈、色彩艷麗的「冬奧文化牆」……大街小巷隨處可見滿滿的冬奧元素，靚麗的冬奧景觀帶動冬奧熱度飆升。